



государственное автономное учреждение
Калининградской области
профессиональная образовательная организация
«КОЛЛЕДЖ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.14 ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Калининград
2021

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности **54.02.01 Дизайн (по отраслям)**.

Организация-разработчик: государственное автономное учреждение Калининградской области профессиональная образовательная организация «Колледж предпринимательства»

Разработчик:

Самсонов С.В.. - ГАУ КО «Колледж предпринимательства», преподаватель

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена на заседании отделения дизайна.
Протокол № 6 от 30.06.2021 г

СОДЕРЖАНИЕ

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ

1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дизайн и рекламные технологии

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в следующих областях: в промышленности, в культуре, искусстве, телевидении, мультимедиа.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: общепрофессиональная дисциплина, входящая в профессиональный цикл.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- ориентироваться в технологиях рекламной продукции;
- проводить анализ рекламных объектов для целей дизайн-проектирования;
- применять теоретические знания в проектной практике;
- выявлять взаимосвязи дизайна с другими сферами человеческой деятельности;
- выявлять современные связи рекламного дизайна с маркетингом, художественным ремеслом, наукой и техникой, изобразительным искусством;
- работать коллективно в содружестве со специалистами смежных профессий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- основные характерные черты различных технологий рекламы;
- современное состояние рекламного дизайна в различных областях экономической деятельности;
- основы теоретических знаний по дисциплине;
- теорию и практическое применение дизайна в рекламе;
- закономерности развития рекламы и дизайна;
- наиболее значимые технологии рекламы в дизайне, сложившиеся в XX веке;
- наиболее яркие, этапные образцы дизайн-проектирования и их разработчиков;
- этапы теоретического становления дизайна как нового вида проектной деятельности;
- основы профессиональной лексики.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 54 часа, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часов;
самостоятельной работы обучающегося 18 часов

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	54
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	36
в том числе:	
лекции	18
практические занятия	18
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	18
в том числе:	
тематика внеаудиторной самостоятельной работы	25
Итоговая аттестация в форме зачета	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1		36	
Тема 1.1 Реклама и общество.	Содержание учебного материала	4	1
1	Введение. Общие сведения о содержании учебной дисциплины, ее целях, задачах и связях с другими дисциплинами профессиональной образовательной программы по осваиваемой специальности.	2	
2	Реклама в Европе и США. Международный опыт общественного контроля рекламы.	2	
Самостоятельная работа обучающихся		2	
	Расширенное изучение рассмотренных на занятиях вопросов, сбор дополнительного материала по темам раздела.		2
Тема 1.2 Методы, приёмы и оценки эффективности рекламы.	Содержание учебного материала	2	1
1	Уникальное торговое предложение (УТП). Позиционирование. Брендинг.	2	
Самостоятельная работа обучающихся		2	
	Расширенное изучение рассмотренных на занятиях вопросов, сбор дополнительного материала по темам раздела.		2
Тема 1.3 Виды и маркетинговые исследования рекламы.	Содержание учебного материала	2	1
1	Рекламный процесс. Виды рекламы (рекламной коммуникации).	2	
Самостоятельная работа обучающихся		2	
	Дополнительное углубленное изучение и подбор информации по темам раздела.		2
Тема 1.4 Перспективное развитие рекламной деятельности.	Содержание учебного материала	4	1,2
1	Средства распространения рекламы. Медийное планирование.	2	
2	Проблемы развития отечественного рекламного рынка. Взаимодействие российской и зарубежной рекламы.	2	
Практические занятия		6	
1	Эскизы на заданную тему.	2	
2	Эскизы на заданную тему	2	
3	Эскизы на заданную тему	2	
			3
			3

	Самостоятельная работа обучающихся	4	3
	Дополнительное углубленное изучение и подбор информации по темам раздела.		2
Тема 1.5 Дизайн и рекламные технологии.	Содержание учебного материала	4	
	1 Дизайнер «проектирует» информацию.	2	1
	2 Графический дизайн.	2	1
	Практические занятия	6	
	1 Исполнение графической работы по теме.	2	3
	2 Исполнение графической работы по теме.	2	2,3
	3 Исполнение графической работы по теме.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Дополнительный сбор иллюстративного, графического, текстового и справочного материала по темам пройденных разделов.			
Тема 1.6 Печатная реклама и дизайн.	Содержание учебного материала	2	
	1 Рекламный дизайн	2	1,2
	Практические занятия	6	
	1 Оформление альбома по заданной теме.	2	3
	2 Оформление альбома по заданной теме.	2	3
	3 Оформление альбома по заданной теме.	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Подбор и изучение иллюстративно-графического, текстового материала по темам раздела.			2,3
Зачет		2	
Всего (учебной нагрузки):		54	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия специального учебного кабинета «Технических и специальных дисциплин».

Оборудование учебного кабинета:

- доска классная (интерактивная);
- экран для демонстрации учебных фильмов и презентаций;
- посадочные места по количеству обучающихся в группе;
- рабочее место преподавателя;
- планшеты демонстрационные;
- рабочие и студенческие альбомы;
- демонстрационные макеты (на лекциях и практических занятиях);

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест

ноутбук, проектор EpSOu, комплект учебно-методической документации.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Антипов К.В. Основы рекламы. Москва, 2009.
2. Щепакин М.Б. Технологии производства в рекламе. Международный институт рекламы, Москва, 2001.
3. Павловская Е. Дизайн рекламы. Поколение NEXT. Стратегия творческого проектирования. - СПб.: Питер, 2003.
4. Адамс С. Движение искусств и ремесел. - М.: Радуга, 2000. - 128 с.: илл.
5. Аронов В.Р. Теоретические концепции зарубежного дизайна. - М.: ВНИИТЭ, 1992.
6. Аронов В. Р. Художник и предметное творчество. - М., «Советский художник», 1987.
7. Буляница Т. Дизайн на компьютере. Самоучитель. - М., 2003.
8. Воронов Н.В. Российский дизайн. Очерки истории отечественного дизайна, в 2-х томах. - М.: СДР, 2001.
9. Гидион З. Пространство, время, архитектура. Пер. с нем.- М.: Стройиздат, 1984.
10. Глазычев В. Дизайн как он есть. Изд.2-е, доп. – М.: Издательство «Европа», 2006. - 320 с.
11. Иконников А.В. Архитектура XX века. Утопии и реальность. В 2 томах. - М.: Прогресс М, 2001-2002.
12. Кальвино И. Незримые города. Замок скрещенных судеб. - Київ: «Лабиринт», 1996.
13. Кантор К. Правда о дизайне. - М.: АНИР, 1996.
14. Кларк П. Дизайн. Серия «Открытие». Пер. с англ.- М.: АСТ - Астрель, 2003-144с., илл.
15. Ковешникова Н. А. Дизайн: история и теория: Учеб. пособие. - М.: Омега-Л, 2009. -224 с.
16. Лаврентьев А.Н. История дизайна: Учеб. пособие. - М.: Гардарики, 2007.-303с., ил.
17. Ле Корбюзье. Архитектура XX века (пер. с фр.). - М.: Прогресс, 1970.-303с.
18. Маклакова Т.Г. Архитектура двадцатого века: Учеб. пособие для вузов. - М.: Изд-во АСВ, 2008.-200с., илл.
19. Мастера архитектуры об архитектуре.- М., Искусство, 1972.

20. Михайлов С.М. История дизайна. В 2 т.: Учеб. для вузов. - М.: СДР, 2010.
21. Нестеренко О.И. Краткая энциклопедия дизайна. М.: Молодая гвардия, 1994.-315с., илл.
22. Петкова С.М. Справочник по мировой культуре и искусству. /Серия «Справочник». - Ростов н/Д: Феникс, 2005.-512с.
23. Френч Х. История архитектуры /пер. с англ. - М.: АСТ-Астрель, 2003.-144с., илл.
24. Хан-Магомедов С.О. Пионеры советского дизайна. - М., Галарт, 1995.

Дополнительные источники:

1. Глазычев В.Л. Эволюция творчества в архитектуре.- М.: Стройиздат, 1986.
2. Гропиус В. Границы архитектуры (пер. с нем. и англ.).- М.: Искусство, 1971. 443 ил.
3. Иттен Й. «Искусство формы». - М. изд. Д.Аронов, 2001.-136с.
4. Лазарев А.Г., Лазарев А.А., Кудинова Е.О. Справочник архитектора. /Серия «Строительство и дизайн». - Ростов н/Д: Феникс, 2010.-352с.
5. Лисаковский И.Н. Художественная культура. Термины. Понятия. Значения. Словарь-справочник. - М.: Изд-во РАГС, 2002.-240с., илл.
6. Сто дизайнеров Запада. /В. Аронов и др.- М., ВНИИТЭ, 1994.-216с., илл.
7. Техническая эстетика. Труды ВНИИТЭ. - М.: Изд. ВНИИТЭ. Выходят с 1971.
8. Шепетис Л. Искусство и среда. Место искусства в современной эстетической среде. - М.: Советский художник, 1978.
9. Шукурова А. Н. Архитектура Запада и мир искусства XX века.- М.: Стройиздат, 1990.

Ресурсы Интернета

http://www.glazychev.ru/	http://www.advertology.ru/
http://rosdesign.com/	Temator.Ru
www.postroika.ru/	www.forma.spb.
http://www.sostav.ru/	www.rudesign
www.sreda.ru	www.addesign.ru/

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, индивидуального и фронтального опроса, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
применять теоретические знания курса в самостоятельных практических и творческих работах по проектированию рекламной продукции	индивидуальный и фронтальный устный опрос, практические занятия.
Знания:	
теоретического материала (определения, понятия, терминология)	индивидуальный и фронтальный устный опрос, тестирование

