

Частное образовательное учреждение высшего образования
«КАМСКИЙ ИНСТИТУТ ИСКУССТВ И ДИЗАЙНА»



«УТВЕРЖДЕНО»

Проректор по Уи ВР

Букина Л.Р.

«28» августа 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП. 07 Дизайн и рекламные технологии»

Уровень основной образовательной программы
СПО

Специальность

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Квалификация базовой
подготовки: Дизайнер

Форма обучения: очная

Набережные Челны
2025

Рабочая программа учебной дисциплины общепрофессионального цикла «Дизайн и рекламные технологии» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее ФГОС СПО) по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям), утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 05.05.2022 г. № 308

Организация-разработчик: Частное образовательное учреждение высшего образования «Камский институт искусств и дизайна».

Разработчик: Хамадеев А.В., преподаватель.

Рабочая программа учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» рассмотрена и одобрена на заседании на заседании кафедры дизайна.

Протокол № 8-25 от «28» августа 2025 г.

Заведующая кафедрой _____ /Абызова Ю.А./

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Общепрофессиональная дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» является обязательной частью профессионального учебного цикла.

1.3. Цели и задачи дисциплины, планируемые результаты освоения дисциплины

Цель курса «Дизайн и рекламные технологии» изучить возможности графического дизайна в рекламной деятельности; освоить наиболее эффективные технологии создания рекламы.

Задачи курса «Дизайн и рекламные технологии»:

- научиться претворять теоретические знания на практических занятиях;
- понимать цели, задачи и средства рекламной деятельности в ее социально-психологическом, экономическом и эстетическом многообразии, а также ее правовые основы;
- профессионально применять наиболее эффективные средства графического дизайна при решении различных рекламных задач, овладеть методикой рекламной деятельности, ее основными средствами и технологиями производства рекламы;
- умело использовать возможности Интернета в практической рекламной деятельности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО и ППССЗ СПО по данному направлению подготовки:

ОК-01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК-02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК-03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК-05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

В результате изучения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» общепрофессионального учебного цикла, обучающимися осваиваются умения и знания:

Коды компетенций	Должен уметь	Должен знать
ОК-01	<p>Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять ее составные части;</p> <p>Определять этапы решения задачи;</p> <p>Выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действий;</p> <p>Определять необходимые ресурсы;</p> <p>Владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>Реализовывать составленный план</p> <p>Оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p>	<p>Актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится жить и работать;</p> <p>Основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>Алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;</p> <p>Методы работы в профессиональных и смежных сферах;</p> <p>Структуру плана для решения задач;</p> <p>Порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.</p>
ОК-02	<p>Определять задачи для поиска информации;</p> <p>Определять необходимые источники информации;</p> <p>Планировать процесс поиска;</p> <p>Структурировать получаемую информацию;</p> <p>Выделять наиболее значимую в перечне информации;</p> <p>Оценивать практическую значимость результатов поиска;</p> <p>Оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</p> <p>Использовать современное программное обеспечение;</p> <p>Использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>	<p>Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;</p> <p>Приемы структурирования информации;</p> <p>Формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;</p> <p>Порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p>
ОК 03	<p>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие,</p>	<p>Уметь: – определять актуальность нормативно-правовой документации</p>

	<p>предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p>	<p>в профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять современную научную профессиональную терминологию; – определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; – выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; – презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; – рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; – определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; – презентовать бизнес-идею; – определять источники финансирования. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – содержание актуальной нормативно-правовой документации; – современную научную и профессиональную терминологию; – возможные траектории профессионального развития и самообразования; – основы предпринимательской деятельности; – основы финансовой грамотности; – правила разработки бизнес-планов; – порядок выстраивания презентации; – кредитные банковские продукты.
ОК-05.	<p>Грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; – проявлять толерантность в рабочем коллективе. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности социального и культурного контекста; – правила оформления документов и построения устных сообщений.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов всего	По семестрам
		5 семестр
1	2	3
Максимальная учебная нагрузка (всего)	38	38
Обязательная аудиторная учебная нагрузка(всего)	34	34
В том числе:		
Лекционные занятия	22	22
Практические занятия	12	12
Самостоятельная работа	4	4
Промежуточная аттестация (диф.зачет)	Диф.зачет	Диф.зачет

2.2. Содержание и тематическое планирование учебной дисциплины

Раздел, тема	Общая нагрузка	Сам. раб.	Аудиторная нагрузка	
			Лекционные занятия	Практические занятия
Лекция 1. Понятие рекламного дизайна Введение. Основные понятия и определение рекламы. Цели, функции и задачи рекламы. Реклама как элемент комплекса продвижения услуг и товаров. Виды рекламы. Каналы распространения рекламы.	8	2	4	2
Лекция 2. Возникновения рекламы Возникновение рекламы. Протореклама. Формы проторекламы. Основные функции проторекламы в архаичной культуре.	3		2	1
Лекция 3. Реклама в античном мире Выделение профессиональной рекламы из проторекламных текстов. Глашатаи — первые профессионалы рекламного дела. Жанровая дифференциация устной рекламы в античном городе.	3		2	1
Лекция 4. Развитие рекламы в Средневековье Периодизация эпохи Средневековья и ведущие черты каждого периода. Рекламная деятельность Раннего Средневековья (V–XI вв.). Развитие конфессиональной рекламы. Рекламные новшества развитого Средневековья (XI–XIV в.). Рост городов и возрождение культуры урбанизма. Рекламная деятельность средневековых глашатаев. Профессиональные объединения глашатаев. Способы регулирования рекламной деятельности. Рыцарство и рекламная деятельность герольдов. Фольклорные виды устной рекламы («крики улиц», зазывалы, ярмарочный	3		2	1

Раздел, тема	Общая нагрузка	Сам. раб.	Аудиторная нагрузка	
			Лекционные занятия	Практические занятия
фольклор). Изобразительная и письменная реклама Развитого и Позднего Средневековья. Цеховые демонстративные акции и саморегулирование цеховой рекламы. Рекламная роль гравюры. Третья информационная революция и развитие новых рекламных жанров (печатные летучие листки, афиши, каталоги, проспекты).				
Лекция 5. Реклама в Новое время в Европе и США Первая английская революция. Первые печатные СМИ. Появление рекламных агентств. Новые технологии в рекламе XIX в.	3		2	1
Лекция 6. Развитие рекламы в России Элементы российской проторекламы. Истоки устного рекламирования. Появление печатного информирования людей. Народный лубок как средство печатной массовой культуры. Развитие русской гравюры. Монументальные формы пропаганды Петра I. Развитие печатной рекламы. Плакатная реклама в России на рубеже XIX–XX вв. Начало фоторекламы в России. Российские выставки как синтетический рекламный жанр.	3		2	1
Лекция 7. Развитие рекламы в XX веке Развитие рекламы в США в конце XIX — начале XX века. Создание системы правового регулирования рекламной деятельности. Первая неоновая вывеска. Появление радиорекламы. Радиореклама в автомобиле. «Глас Божий». Наука в рекламе. Появление телевизионной рекламы. Российская и советская реклама в XX веке. Советская реклама в 60–70-е годы. Социальная реклама в России в XX веке. Коммерческая реклама в постперестроечной России. Реклама в экономике социалистических стран.	3		2	1
Лекция 8. Реклама как область графического дизайна Рекламный дизайн как социокультурный феномен. Понятие «рекламный дизайн». Эстетическое измерение рекламного образа. Типологии объектов рекламного дизайна.	6	2	2	2
Лекция 9. Проектный процесс в дизайне рекламы Этапы проектирования визуальной рекламы. Композиция и дизайне рекламы. Цвет в дизайне рекламы. Оценка оптимальности проектного решения дизайна.	6		4	2

Раздел, тема	Общая нагрузка	Сам. раб.	Аудиторная нагрузка	
			Лекционные занятия	Практические занятия
Лекция 10. Основные художественные средства визуальной рекламы Графика. Фотографика как художественное средство. Художественные возможности типографики				
Промежуточная аттестация в форме диф.зачета в 5 семестре	Диф. зачёт			
Общая нагрузка за 5 семестр	38	4	22	12

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Столы, стулья по количеству обучающихся, рабочее место педагога, доска, телевизор, ноутбук, 4 ПК.

4.2. Информационное обеспечение реализации программы

Обязательные печатные и электронные издания

1. Дизайн и рекламные технологии: Уч.пос. /О.Н.Ткаченко-М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2024-176 с. Электронный ресурс: new.znanium.com.

Дополнительные источники

1. Овчинников Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Учебное пособие. М. ЮНИТИ-ДАНА. 2017. -239 с. (6)

3. Хамадеев А.В. Козлов И.Б. Дизайн и рекламные технологии. Учебное пособие. Набережные Челны: Камский институт искусств и дизайна, 2020. – 60 с. Электронный ресурс библиотеки КИИД.

Информационные образовательные ресурсы сети Интернет

1. Электронная библиотечная система «Знаниум». - Режим доступа: new.znanium.com

2. Электронный каталог библиотеки ЧОУ ВО КИИД.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения общеобразовательной учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения аудиторных занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных и групповых заданий, проектов, практических работ и заданий для самостоятельной работы.

Компетенции	Проверяемые результаты обучения для данной дисциплины	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
-ОК-1- Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; ОК-2 – Использовать	Применение знаний: в ее социально-психологическом, экономическом и эстетическом многообразии целей, задач и средств рекламной деятельности; истории и теории рекламы; основных способов и средств визуализации информации; особенностей графического дизайна как основного инструмента рекламы; копирайта и креатива.	Текущий контроль успеваемости : творческие работы Промежуточная аттестация:

<p>современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> <p>-ОК-3 – Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</p> <p>-ОК-5- Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p>	<p>Уметь: планировать рекламную деятельность, оценивать и прогнозировать результаты работы дизайнера; использовать возможности графического дизайна как основного инструмента рекламной деятельности.</p> <p>Владеть: основными средствами художественно-графической визуализации рекламной деятельности; наиболее эффективными технологиями производства в рекламе; методикой рекламной деятельности; правовыми основами коммерческой рекламы; критериями эффективности рекламной деятельности; возможностями Интернета в практической рекламной деятельности.</p> <p>Приобрести опыт применения рекламных технологий при выполнении различных видов дизайнерских работ.</p>	<p>диф.зачет - 5 семестр.</p>
--	---	-----------------------------------