

Областное государственное профессиональное образовательное
бюджетное учреждение
«Биробиджанский колледж культуры и искусств»

УТВЕРЖДЕНА
Приказ директора
ОГПОБУ «БККИ»
от «29» июня 2023 г.
№ 103-о/с



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ВЧ. 08 Дизайн рекламы

(наименование дисциплины)

для специальности 54.02.01. Дизайн (по отраслям)

(код и название специальности, профессии)

форма обучения - очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Дизайн рекламы», предназначена реализующая ФГОС в пределах программы подготовки ССЗ, предназначена для организации обучения студентов в области культуры и искусства специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) приказ Минпросвещения России от 05.05.2022 г. № 308 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 54.02.01. Дизайн (по отраслям)». Зарегистрировано в Министерстве юстиции России от 25.07.2022 № 69375., является профильной учебной дисциплиной циклов ППССЗ.

Организация-разработчик: областное государственное профессиональное образовательное бюджетное учреждение «Биробиджанский колледж культуры и искусств»

Разработчик:
Сазонова Марина Юрьевна – преподаватель ОГПОБУ «Биробиджанский колледж культуры и искусств»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ....	15
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Учебная дисциплина ВЧ.07 «Дизайн рекламы» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 54.02.01. Дизайн (по отраслям). Дисциплина входит в вариативную часть циклов ППСЗ.

1.2. Цели и планируемые результаты освоения дисциплины.

Цель дисциплины – получение студентами системного представления о языке изобразительной и других видов рекламы, то есть о ее алфавите, синтаксисе и грамматике.

Особое значение дисциплина имеет при формировании общих и профессиональных компетенций. В рамках программы учебной дисциплины студентом осваиваются следующие умения и знания.

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;	Выражать идею в художественной форме, использовать форму и цвет для воплощения рекламы в окружающей среде. Решать колористические задачи при создании рекламы.	Знать: - средства художественной выразительности; - художественное и эмоциональное воздействие цвета на человека; - основные операционные системы, файловые структуры и пользовательские интерфейсы, виды компьютерной графики.
ПК 1.1. Изображать человека и окружающую среду визуально-графическими средствами.		
ПК 1.2. Проводить работу по целевому сбору, анализу исходных данных, подготовительного материала, выполнять необходимые предпроектные исследования.		
ПК 1.3. Формировать техническое задание на дизайн-проект. Выполнять поиск решения для реализации технического задания на дизайн-проект.		
ПК 1.5. Осуществлять процесс дизайн-проектирования.		

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	177
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	124
Самостоятельная работа студента	53
Промежуточная аттестация в форме контрольной работы и дифференцированного зачета.	5

2.2. Содержание учебной дисциплины

Раздел 1. Основы дизайна рекламы.

Тема 1.1. Определение целей и задач курса

Понятийно-терминологический аппарат. Классификация рекламы: функции, цели и виды. История развития рекламы.

Тема 1.2. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы

Психологические особенности и тип личности заказчика. Социально-психологические основы эффективной рекламы. Психологическое воздействие рекламы. Позиционирование как формула успеха. Психотехнологии рекламных средств.

Тема 1.3. Особенности восприятия рекламы

Образ в рекламе. Стереотипы в рекламе. Создание бренда.

Тема 1.4. Универсальные законы восприятия композиции рекламы

Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Ассоциативность и образность в рекламе.

Тема 1.5. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.

Анализ цветового единства часто встречаемых сочетаний в рекламе. Анализ гармоничных сочетаний в рекламе. Подбор часто встречаемых сочетаний в рекламе. Воздействие цвета на эмоциональную отзывчивость.

Тема 1.6. Законы гармоничной композиции

Свет и форма в дизайне рекламы. Контраст. Нюанс. Статика и динамика в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном.

Тема 1.7. Конструктивная структура рекламы

Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.

Тема 1.8. Печатная реклама и ее элементы

Заголовки. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями. Модульная система проектирования.

Тема 1.9. Фирменный стиль.

Понятие фирменного стиля. Подбор примеров фирменного стиля. Их анализ. Графические элементы. Их значение в рекламе продукции.

Тема 1.10. Способы печатания, применяемые в полиграфии.

Выбор способа печати для отдельных изданий. Полиграфическое воспроизведение цветных изображений. Цветное изображение на оригинале, мониторе компьютера и полиграфическом оттиске.

Тема 1.11. Подготовка печатных изданий к тиражированию.

Оригиналы и требования к ним. Шрифты, применяемые в полиграфии. Основы технологии цветоделения. Цветопроба как метод оценки преобразования изображения.

Тема 1.12. Дизайн и печать упаковки и этикетки.

Дизайн упаковки. Дизайн этикетки.

Тема 1.13. Оформление выставок и презентаций.

Основные требования к оформлению выставок. Основные требования к оформлению презентаций.

Тема 1.14. Особенности дизайна наружной рекламы

Требования к максимальным размерам композиции. Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Общие вопросы, расчет элементов конструкций, технологии изготовления.

Тема 1.15. Световая реклама.

Обзор источников света для вывесок.

Тема 1.16. Реклама в Интернете.

Использование анимации рекламы. Выразительные средства рекламы в Интернете.

Раздел 2. Реклама и стиль.

Тема 2.1 Законы гармоничной композиции рекламы.

Методические рекомендации по выполнению:

Студенту необходимо выбрать две рекламы, дизайн которых ему кажется наиболее интересным и эффективным. Проанализировать, какие законы композиции в них использованы и с помощью каких средств достигнут подобный эффект. Провести сравнительный анализ. Выполнить рекламу выбранных организаций в интернете. Оформить исследование в виде реферата.

Тема 2.2 Печатная реклама и ее элементы. Создание эффективных публикаций.

Методические рекомендации по выполнению:

Студенту необходимо создать рекламу для выбранной фирмы. Для этого необходимо написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу. Оформить работу в виде реферата с обязательным графически выполненным приложением.

Тема 2.3 Наружная реклама.

Методические рекомендации по выполнению:

Студент должен разработать варианты наружной рекламы для выбранной фирмы, проанализировать возможные места установки, варианты работы рекламной установки в ночное время и т.д.

Оформить работу в виде реферата.

Тема 2.4 Разработка портфолио.

Методические рекомендации по выполнению:

Студент должен отобрать наиболее интересные творческие работы и подготовить демонстрационный материал и дать представление о себе как о специалисте в области дизайна.

2.3. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Объем часов	Домашнее задание	СРС	Уровень освоения, формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
5 семестр (аудиторно – 32 ч.)					
Раздел 1. Основы дизайна рекламы.					ОК 02. ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 1.5.
Тема 1.1. Определение целей и задач курса.		2			
1	Понятийно-терминологический аппарат. Классификация рекламы: функции, цели и виды.	1			
2	История развития рекламы.	1	работа с конспектом лекции	Собрать различные варианты Рекламных листовок–1 час.	
Тема 1.2. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы.		4			
3	Психологические особенности и тип личности заказчика.	1			
4	Социально-психологические основы эффективной рекламы.	1	работа с конспектом лекции		
5	Психологическое воздействие рекламы. Позиционирование как формула успеха.	1			
6	Психотехнологии рекламных средств.	1		Сбор и анализ буклетов – 2 часа.	
Тема 1.3. Особенности восприятия рекламы.		4			
7	Образ в рекламе.	1			
8	Стереотипы в рекламе.	1	работа с конспектом лекции		
9	Создание бренда.	1			
10	Создание бренда.	1		Подбор брендов – 2 часа.	
Тема 1.4. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.		4			

11	Влияние физиологических факторов на композицию рекламы.	1		
12	Особенности восприятия.	1	работа с конспектом лекции	Подбор брендов магазинов – 2 часа.
13	Составить композицию рекламы магазина одежды.	1		
14	Составить композицию рекламы магазина одежды.	1		
Тема 1.5. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.		4		
15	Воздействие цвета на эмоциональную отзывчивость.	1		
16	Анализ гармоничных сочетаний в рекламе.	1	подготовить материалы к работе	
17	Подбор часто встречаемых сочетаний в рекламе.			
18	Подбор часто встречаемых сочетаний в рекламе.	1		
19	Анализ цветового единства часто встречаемых сочетаний в рекламе.	1		Завершение программного задания – 2 часа.
Тема 1.6. Законы гармоничной композиции.		6		
20	Свет и форма в дизайне рекламы.	1		
21	Контраст. Нюанс.	1	подготовить материалы к работе	
22	Статика и динамика в композиции.	1		
23	Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции.	1		Подобрать примеры – 3 ч.
24	Баланс черного, серого и белого пространств.	1		
25	Работа с фигурой и фоном.			
26	Работа с фигурой и фоном.	1		
Тема 1.7. Конструктивная структура рекламы.		3		
27	Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Композиционный,	1		

	смысловой, оптический центр.			
28	Составить рекламную листовку.	1	подготовить материалы к работе	
29	Составить рекламную листовку.	1		Составить эскиз листовки -2 часа.
Тема 1.8. Печатная реклама и ее элементы.		3		
30	Заголовки. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста.	1		
31	Составить рекламную листовку.	1	подготовить материалы к работе	
32	Составить рекламную листовку.	1		
Тема 1.8. Печатная реклама и ее элементы.		6		
33	Заголовки. Рекламный текст.	1		
34	Правила создания эффективного текста.	1	подготовить материалы к работе	
35	Работа с иллюстрациями. Модульная система проектирования.	1		Составить эскиз листовки - 4 часа.
36	Составить рекламный буклет с иллюстрацией.	1		
37	Составить рекламный буклет с иллюстрацией.	1		
38	Составить рекламный буклет с иллюстрацией.	1		
Тема 1.9. Фирменный стиль.		6		
39	Понятие фирменного стиля.	1		
40	Графические элементы. Их значение в рекламе продукции.	1	работа с конспектом лекции	
41	Подбор примеров фирменного стиля. Их анализ.	1		Подобрать примеры фирменного стиля – 4 часа.
42	Подбор примеров фирменного стиля. Их анализ.	1		
43	Выполнить рекламу в стиле фирмы.	1		
44	Выполнить рекламу в стиле	1		

	фирмы.			
Тема 1.10. Способы печатания, применяемые в полиграфии.		4		
45	Выбор способа печати для отдельных изданий.	1		
46	Полиграфическое воспроизведение цветных изображений.	1	работа с конспектом лекции	
47	Цветное изображение на оригинале, мониторе компьютера и полиграфическом оттиске.	1		Подобрать примеры – 2 часа.
48	Цветное изображение на оригинале, мониторе компьютера и полиграфическом оттиске.	1		
Тема 1.11. Подготовка печатных изданий к тиражированию.		6		
49	Оригиналы и требования к ним. Шрифты, применяемые в полиграфии.	1		
50	Основы технология цветоделения.	1	подготовить материалы к работе	Подбор аналогов – 2 часа.
51	Цветопроба как метод оценки преобразования изображения.	1		
52	Составить цветовые пробы текста рекламы.	1		
53	Составить цветовые пробы текста рекламы.	1		Завершение программного задания – 3 часа.
54	Составить цветовые пробы текста рекламы.	1		
Тема 1.12. Дизайн и печать упаковки и этикетки		6		
55	Дизайн упаковки.	1		
56	Дизайн этикетки.	1	подбор аналогов	Составить эскиз пакета – 3 часа.
57	Выполнить макет дизайна фирменного пакета.	1		
58	Выполнить макет дизайна фирменного пакета.	1		
Тема 1.13. Оформление выставок и		6		

презентаций.				
59	Основные требования к оформлению выставок.	1		
60	Основные требования к оформлению выставок.	1	подбор аналогов	
61	Выполнить макет оформления выставки.	1		
62	Выполнить макет оформления выставки.	1		Завершение программного задания – 2 часа.
63	Выполнить макет оформления выставки.	1		
64	Дифференцированный зачет.	1		
Тема 1.14. Особенности дизайна наружной рекламы.		6		
65	Требования к максимальным размерам композиции.	1		
66	Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы.	1	подбор аналогов	
67	Материалы, применяемые в наружной рекламе.	1		
68	Общие вопросы, расчет элементов конструкций, технологии изготовления.	1		
69	Выполнить макет наружной рекламы.	1		Завершение программного задания – 4 часа.
70	Выполнить макет наружной рекламы.	1		
Тема 1.15. Световая реклама		2		
71	Обзор источников света для вывесок.	1	подбор аналогов	
72	Обзор источников света для вывесок.	1		Повторение материала – 2 час.
Тема 1.16. Реклама в Интернете.		2		
73	Выразительные средства рекламы в Интернете.	1	поиск и анализ аналогов	Повторение материала – 2 час.
74	Использование анимации рекламы.	1		
Раздел 2. Реклама и стиль.				
Тема 2.1 Законы гармоничной композиции рекламы.		20		
75	Просмотр рекламы для выбора подходящих вариантов.	1		
76	Просмотр рекламы для выбора подходящих вариантов.	1	поиск и анализ аналогов	

77	Просмотр рекламы для выбора подходящих вариантов.	1			
78	Анализ законов композиции в рекламе.	1			
79	Анализ законов композиции в рекламе.	1			
80	Анализ средств выразительности в рекламе.	1			
81	Анализ средств выразительности в рекламе.	1			
82	Анализ средств выразительности в рекламе.	1			
83	Провести сравнительный анализ.	1			
84	Провести сравнительный анализ.	1			
85	Выполнить рекламу выбранных организаций в интернете.	1			
86	Выполнить рекламу выбранных организаций в интернете.	1			
87	Выполнить рекламу выбранных организаций в интернете.	1			
88	Выполнить рекламу выбранных организаций в интернете.	1			Подготовка печатного материала к защите – 10 часов.
89	Выполнить рекламу выбранных организаций в интернете.	1			
90	Выполнить рекламу выбранных организаций в интернете.	1			
91	Выполнить рекламу выбранных организаций в интернете.	1			
92	Оформить исследование в виде реферата.	1			
93	Оформить исследование в виде реферата.	1			
94	Оформить исследование в виде реферата.	1			
95	Оформить исследование в виде реферата.	1			
96	Оформить исследование в виде реферата.	1			
97	Оформить исследование в виде реферата.	1			

Тема 2.2 Печатная реклама и ее элементы. Создание эффективных публикаций.		14		
98	Создать рекламу для выбранной фирмы.	1		
99	Создать рекламу для выбранной фирмы.	1		
100	Создать рекламу для выбранной фирмы.	1	просмотр аналогов	
101	Создать рекламу для выбранной фирмы.	1		
102	Написать текст, придумать заголовки и иллюстрацию.	1		Выполнение эскизов рекламы – 7 часов.
103	Написать текст, придумать заголовки и иллюстрацию.	1		Выполнение эскизов рекламы – 7 часов.
104	Написать текст, придумать заголовки и иллюстрацию.	1		
105	Написать текст, придумать заголовки и иллюстрацию.	1		
106	Написать текст, придумать заголовки и иллюстрацию.	1	подготовить текст рекламы	
107	Написать текст, придумать заголовки и иллюстрацию.	1		
108	Оформить работу в виде реферата с выполненным приложением.	1		
109	Оформить работу в виде реферата с выполненным приложением.	1		
110	Оформить работу в виде реферата с выполненным приложением.	1		
111	Оформить работу в виде реферата с выполненным приложением.	1	распечатка материала	
112	Защита рефератов.	1		
Тема 2.3 Наружная реклама.		8		
113	Разработать варианты наружной рекламы для выбранной фирмы.	1	просмотр аналогов.	
114	Разработать варианты наружной рекламы для выбранной фирмы.	1		Выполнение эскизов рекламы – 5 часов.
115	Разработать варианты наружной рекламы для выбранной фирмы.	1		

116	Разработать варианты наружной рекламы для выбранной фирмы.	1		
117	Разработать варианты наружной рекламы для выбранной фирмы.	1		
118	Разработать варианты наружной рекламы для выбранной фирмы.	1		
119	Анализ мест установки, варианты работы рекламной установки в ночное время и т.д.	1		
120	Анализ мест установки, варианты работы рекламной установки в ночное время и т.д.	1		
121	Оформить работу в виде реферата.	1	подготовить текст рекламы	
122	Оформить работу в виде реферата	1		
123	Дифференцированный зачет. Защита рефератов.	1		
124	Дифференцированный зачет. Защита рефератов.	1		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

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

- посадочные места по количеству студентов;
- рабочее место преподавателя;
- доска классная;

Технические средства обучения:

- компьютер с мультимедийным проектором или компьютер с двумя мониторами.

3.2. Информационное обеспечение обучения.

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные образовательные ресурсы, рекомендованные для использования в образовательном процессе, не старше пяти лет с момента издания.

Основные источники:

1. Волкова В.В. «Дизайн в рекламе», – М.: «Феникс», 2015.
2. Яцюк О., Романьчева Э. «Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама», – СП, 2016.
3. Яцюк О. «Компьютерные технологии в дизайне. Логотипы, буклеты, упаковка», – СП, 2017.
4. Яцюк О. Компьютерные технологии в дизайне. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий», -СП, 2016.

Дополнительные источники:

1. Пронин С. «Рекламная иллюстрация: сила взгляда», М.: Издательство морд. ун-та, 2001
 2. Гиппиус С.В., Тренинг развития креативности. Гимнастика чувств, СПб, "Речь", 2001
 3. В. Н. Домнин, Брендинг. Новые технологии в России, Издательство Питер. Санкт-Петербург. 2002
 4. А. Джером Джулер, Бонни Л. Дрюниани, Креативные стратегии в рекламе: Искусство создания эффективной рекламы. Издательство Питер. Санкт-Петербург. 2002
- Стефан Степанов, Подготовка печатных изданий к тиражированию. М., 2002

Интернет-ресурсы:

1. 10 мобильных приложений для создания красивой типографики (<https://freelance.today/poleznoe/10-mobilnyh-prilozheniy-dlya-sozdaniya-krasivoy-tipografiki.html>).
2. 10 лекций для изучения типографики (<https://infogra.ru/typography/10-lektsij-dlya-izucheniya-tipografiki>).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется в процессе практической работы на занятиях, по итогам самостоятельной работы студентов.

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - средства художественной выразительности; - художественное и эмоциональное воздействие цвета на человека; - основные операционные системы, файловые структуры и пользовательские интерфейсы, виды компьютерной графики. 	<p>Характеристики демонстрируемых знаний, которые могут быть проверены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - практическими работами студентов (дизайн-проекты по созданию полиграфической продукции, наружная реклама и т.д.) 	<ul style="list-style-type: none"> - устный и письменный опрос; - индивидуальные задания.
<p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выражать идею в художественной форме; - использовать форму и цвет для воплощения рекламы в окружающей среде; - решать колористические задачи при создании рекламы. 	<p>Характеристики демонстрируемых умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - студент может грамотно выполнить макет продукции рекламы для дальнейшего применения; - пользуется приемами композиции и колористики. 	<ul style="list-style-type: none"> - устный и письменный опрос; - тестирование; - ответы на семинарских занятиях; - фронтальный опрос в форме беседы; - индивидуальные задания.