

**Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Московский государственный гуманитарно-экономический институт»  
Волгоградский филиал**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Дизайн и рекламные технологии**

2013 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 072501 Дизайн (по отраслям)

Организация-разработчик: Волгоградский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский государственный гуманитарно-экономический институт»

Разработчики:

Данилькевич А.В. - преподаватель Волгоградского филиала МГГЭИ, член ТСХ РФ и МФХ, кандидат педагогических наук

Рецензенты:

Живова А.В., преподаватель ГБОУ СПО «Волгоградский технологический колледж»

Хоха Н.В., преподаватель Волгоградского филиала МГГЭИ

Рассмотрена на заседании предметной цикловой комиссии специальных дисциплин

Протокол № 2 от «2» октября 2013 г.

Председатель предметной цикловой комиссии  А.И. Родионов



Заключение методического совета № д от «30» сентября 2013 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>5</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>10</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>11</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ 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 СПО **072501** Дизайн (по отраслям).

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании.

**1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** профессиональный цикл, общепрофессиональные дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *знать:*

- цели, задачи и средства рекламной деятельности;
- способы и методы организации рекламной деятельности на предприятии;
- законодательные акты и нормативные документы в области рекламы;
- основные виды рекламы;
- выразительные средства рекламы;

*уметь:*

- определять оптимальный набор рекламных средств для конкретной рекламной акции;
- составлять план подготовки предприятия к участию в выставке, подготовки и проведения презентации;
- анализировать различные виды рекламной продукции;
- ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;
- выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов;
- разрабатывать колористическое решение рекламного продукта.

## 1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 164 часа, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 110 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 54 часа.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Дизайн и рекламные технологии»

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	164
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	110
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	24
контрольные работы	-
курсовая работа (проект)	20
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	54
в том числе:	
<i>написание эссе на заданную тему;</i>	4
<i>изучение основных понятий ФЗ «О рекламе»;</i>	2
<i>дать характеристику рекламного объявления из газеты, журнала, радио или телерекламы;</i>	6
<i>анализ и разработка визуального наполнения рекламы;</i>	4
<i>составление словаря рекламных терминов;</i>	4
<i>составление плана рекламной кампании;</i>	4
<i>составление плана подготовки и проведения презентации;</i>	2
<i>разработка рекламных сообщений;</i>	8
<i>проектирование и разработка фирменного стиля.</i>	6
<b>Итоговая аттестация в форме зачета</b>	

## 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, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1.</b>	<b>Рекламное обращение: виды, формы и правила создания</b>	<b>28</b>	
<b>Тема 1.1.</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>12</b>	
<b>Понятие рекламы, классификация рекламы</b>	1   Реклама как элемент комплекса продвижения услуг и товаров. Основные задачи рекламы.	2	1
	2   Связь рекламы с другими элементами комплекса продвижения услуг и товаров. Классификация рекламы.	2	
	3   Социально-психологические основы рекламной деятельности. Модель покупательского поведения.	2	
	<i>Лабораторные работы</i>	-	1
	<i>Практические занятия</i>	2	
	<i>Контрольные работы</i>	-	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся</i>	4	
<b>Тема 1.2.</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>6</b>	
<b>Язык рекламы</b>	Рекламное обращение и его составляющие. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. Основные изобразительные элементы «текстовых» рекламных материалов.	4	1
	<i>Лабораторные работы</i>	-	1
	<i>Практические занятия</i>	-	
	<i>Контрольные работы</i>	-	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся</i>	2	
<b>Тема 1.3.</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>10</b>	
<b>Рекламный текст</b>	Речевое воздействие в рекламе. Рекламный текст, его цели, задачи и правила создания. Рекламный слоган, его цели, функции и правила создания	4	1
	<i>Лабораторные работы</i>	-	1
	<i>Практические занятия</i>	2	
	<i>Контрольные работы</i>	-	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся</i>	4	
<b>Раздел 2.</b>	<b>Семиотика и стилистика рекламы</b>	<b>30</b>	
<b>Тема 2.1.</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>18</b>	
<b>Рекламные коммуникации</b>	1   Семиотика рекламы. Семиотический анализ рекламы. Тропы. Тропологический анализ рекламных сообщений. Специфика рекламных носителей в соответствии с видом рекламного носителя.	4	2
	2   Стилистика рекламы. Выразительные средства рекламного сообщения. Процесс авторской концепции разработки рекламного сообщения и построение рекламных коммуникаций..	4	
	<i>Лабораторные работы</i>	-	2
	<i>Практические занятия</i>	4	
	<i>Контрольные работы</i>	-	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся</i>	6	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
<b>Тема 2.2. Копирайтинг</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>12</b>	
	Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы. Сценарий. Слоган. Рекламное сообщение в структуре культурологического контекста.	4	3
	<i>Лабораторные работы</i>	-	3
	<i>Практические занятия</i>	4	
	<i>Контрольные работы</i>	-	
<i>Самостоятельная работа обучающихся</i>	4		
<b>Раздел 3.</b>	<b>Проектирование и технологии производства рекламного продукта</b>	<b>42</b>	
<b>Тема 3.1. Проектирование рекламной кампании</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>26</b>	
	1 Рекламодатели, рекламопроизводители и рекламодателем. Классификация рекламодателей. Задачи рекламных отделов фирм. Функции рекламодателя. Организация РД мелкими рекламодателями. Внутрифирменное РА: преимущества и недостатки.	2	2
	2 Определение ФС. Требования к ФС Выгоды разработки ФС. Основные элементы фирменного комплекса. Товарный знак требования, предъявляемые к нему. Предупредительная маркировка. Законодательство «о товарных знаках и знаках обслуживания». Бренд и брендинг	4	1
	3 Рекламная кампания, ее цели и целевые группы. Разновидности РК. Планирование рекламной кампании. Бюджет рекламной кампании. Выбор рекламных средств и носителей РК.	4	2
	4 Телевизионная реклама. Радио реклама. Использование общенационального, регионального и кабельного телевидения для рекламных целей. Реклама в кино. Положительные и отрицательные качества теле и радиорекламы.	4	2
	5 Реклама в прессе. Классификация газет и журналов. Преимущества и недостатки газетной и журнальной рекламы.	2	2
	<i>Лабораторные работы</i>	-	3
	<i>Практические занятия</i>	4	
	<i>Контрольные работы</i>	-	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся</i>	6	
<b>Тема 3.2. Производство рекламного продукта</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>16</b>	
	1 Технологии производства печатной, наружной рекламы. Интернет реклама. Реклама на местах продаж. Директ-мейл.	4	2
	2 Вставки, ярмарки, презентации.	2	1
	3 Коммерческая, психологическая, социальная эффективность рекламы, методы ее определения. Исследования в рекламе. Использование результатов исследований эффективности рекламы	2	3
	<i>Лабораторные работы</i>	-	2
	<i>Практические занятия</i>	4	
	<i>Контрольные работы</i>	-	
<i>Самостоятельная работа обучающихся</i>	4		

<b>Раздел 4.</b>	<b>Композиция в дизайне рекламы</b>		<b>30</b>	
<b>Тема 4.1. Рекламные коммуникационные технологии</b>	<i>Содержание учебного материала</i>		<b>10</b>	
	1	Роль композиции в успешности рекламного обращения. Разновидности и отличительные особенности композиции: плоскостная, объёмно-пространственная, глубинно-пространственная. Основные принципы построения композиции.	2	1,2
	2	Важность грамотной организации выставочного стенда. Основные требования к дизайну рекламных материалов и особенности их размещения.	2	
	3	Коммерческая, психологическая, социальная эффективность рекламы, методы ее определения. Исследования в рекламе. Использование результатов исследований эффективности рекламы.	2	
	<i>Лабораторные работы</i>		-	1
	<i>Практические занятия</i>		-	
	<i>Контрольные работы</i>		-	
<i>Самостоятельная работа обучающихся</i>		4		
<b>Тема 4.2. Рекламные акции</b>	<i>Содержание учебного материала</i>		<b>12</b>	
	1	Служба рекламы в системе новой рыночной экономики. Ведущие рекламные агентства. Новое законодательство о рекламе. Технический уровень и технология использования рекламных средств.	2	2
	2	Особенности процесса передачи целевой аудитории информации о продукте (брендинг, реклама, PR). Понятия ATL (Above the Line) BTL (Below the Line). Основные виды прямой и непрямой рекламы.	2	2
	3	Рекламная акция — как специально организованное мероприятие. Цели рекламных акций. Основные виды рекламных акций.	2	3
	<i>Лабораторные работы</i>		-	2
	<i>Практические занятия</i>		2	
	<i>Контрольные работы</i>		-	
<i>Самостоятельная работа обучающихся</i>		4		
<b>Тема 4.3. Правовые аспекты рекламной деятельности</b>	<i>Содержание учебного материала</i>		<b>8</b>	
	1	Федеральный закон «О рекламе». Требования к рекламе. Недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная, скрытая реклама. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Роль государственных антимонопольных органов по контролю в области рекламы.	2	1,2
	2	Федеральные законы, регулирующие отношения, возникающие при производстве и размещении рекламы. Нормативные акты Правительства РФ и федеральных органов исполнительной власти. Саморегулирование рекламной деятельности. Рекламные объединения и ассоциации. Международный кодекс рекламной практики. Реклама и спонсорство.	2	
	<i>Лабораторные работы</i>		-	1,2
	<i>Практические занятия</i>		2	
	<i>Контрольные работы</i>		-	
<i>Самостоятельная работа обучающихся</i>		2		
Примерная тематика курсовой работы (проекта) <i>Разработка элементов корпоративной идентификации организации</i>			20	



<i>Разработка серии календарей</i>		
<i>Разработка серии плакатов</i>		
<i>Разработка наружной рекламы</i>		
<i>Разработка серии поздравительных открыток</i>		
<i>Разработка рекламной анимации</i>		
<i>Разработка презентационных материалов организации</i>		
<i>Разработка выставочного модуля организации</i>		
<i>Разработка POS-материалов продукции</i>		
<i>Проектирование рекламной кампании организации</i>		
<i>Дизайн-проект гайдлайна организации</i>		
<i>Разработка серии сувенирной продукции организации</i>		
<i>Разработка web-сайта организации</i>		
<i>Разработка упаковки продукта</i>		
<i>Проектирование институциональной рекламы</i>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом)</b>	<i>14</i>	
<b>Всего:</b>	<b><i>164</i></b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета общегуманитарных дисциплин; истории изобразительного искусства.

Оборудование учебного кабинета: столы, стулья, доска, наглядные пособия.

Технические средства обучения: компьютеры, имеющие доступ к Интернет - сети, мультимедийный проектор.

Оборудование мастерской и рабочих мест мастерской: -

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: -

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

##### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы**

###### **Основные источники:**

1. Данилькевич А.В. Дизайн и рекламные технологии: учеб. пособие для студ. ССУЗов / А.В. Данилькевич. Волгоград: РИО ГБОУ СПО «ВТК», 2014. – 136 с. [Гриф УМО СПО Волгоградской обл.]
2. Данилькевич А.В. Дизайн и рекламные технологии: учеб.-метод пособие по выполнению самост. работ / А.В. Данилькевич. Волгоград: РИО ГБОУ СПО «ВТК», 2014. – 56 с. [Гриф УМО СПО Волгоградской обл.]
3. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие для студ. ВУЗов. / Р.Ю. Овчинникова; под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Юнити-Дана, 2010. – 271 с. [Гриф УМО ВУЗов РФ по образованию в области дизайна и изобразит. искусств]

###### **Дополнительные источники:**

4. Павловская Е.Э. Дизайн рекламы: поколение NEXT / Е.Э. Павловская. – СПб.: Питер, 2004. – 320 с.
5. Реклама и рекламная деятельность (шпаргалка). – М.: Приор-издат, 2009. – 32 с.
6. Хапенков В.И. и др. Организация рекламной деятельности: учеб. пособие для студ. НПО / В.И. Хапенков, О.В. Сагинова, Д.В. Федюшкин. – М.: ИЦ Академия, 2006. – 240 с.
7. Шарков Ф.И., Гостенина О.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учеб. пособие для студ. ВУЗов. / под общ. ред. Ф.И. Шаркова. – М.: Дашков и Ко, 2007. – 340 с. [Гриф УМО РФ по рекламе]

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
Знание основных целей, задач и средств рекламной деятельности;	<i>оценка устного и письменного опроса, оценка результатов самостоятельной работы</i>
Знание способов и методов организации рекламной деятельности на предприятии;	<i>оценка устного и письменного опроса, оценка результатов самостоятельной работы</i>
Знание основ правового регулирования рекламной деятельности;	<i>оценка устного и письменного опроса оценка результатов самостоятельной работы</i>
Знание основных видов рекламы; Знание выразительных средств рекламы;	<i>оценка устного и письменного опроса, оценка результатов самостоятельной работы, презентация</i>
Знание роли и значения выставок, ярмарок и презентаций в рекламе предприятия.	<i>оценка устного и письменного опроса, оценка результатов самостоятельной работы, выполнение проекта</i>
Определять оптимальный набор рекламных средств для конкретной рекламной акции;	<i>оценка практической работы, разработка презентации</i>
Составлять план подготовки предприятия к участию в выставке, подготовки и проведения презентации;	<i>оценка практической работы, разработка презентации</i>
Анализировать различные виды рекламной продукции;	<i>оценка практической работы и проекта</i>
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;	<i>оценка практической работы</i>
Выполнять эскизы с использованием различных	<i>оценка практической работы и проекта</i>

<p>графических средств и приемов;</p> <p>Разрабатывать колористическое решение рекламного продукта.</p>	<p><i>оценка практической работы и защита проекта, презентация</i></p>
---	--

*Результаты переносятся из паспорта программы. Перечень форм контроля следует конкретизировать с учетом специфики обучения по программе дисциплины.*

**РЕЦЕНЗИЯ**  
**на рабочую программу дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»**  
**разработанную А.В. Данилькевичем**

Рабочая программа учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» составлена по ФГОС СПО специальности 072501 Дизайн (по отраслям).

Содержание рецензируемой рабочей учебной программы соответствует всем требованиям, предъявляемым к подобным документам. В ней четко определены место и роль дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» в формировании компетенций по направлению подготовки (специальности) 072501 Дизайн (по отраслям), и на этой основе установлены цели и задачи изучения данной дисциплины.

Программа предусматривает отражение в содержании образовательного процесса результатов исследований проблематики современного дизайна, как отечественными, так и зарубежными учеными. В документе определены образовательные технологии, построенные на основе интерактивных форм обучения, обеспечена активизация познавательной деятельности обучающихся. Представленную на рецензию программу отличает оптимальное распределение учебного времени по темам курса и видам учебных занятий, наличие тематики заданий для организации эффективной самостоятельной работы студентов.

Тематика курсовых работ по данной дисциплине нацеливает студентов на самостоятельное глубокое изучение процессов, происходящих в современном дизайне, выявление истоков существующих проблем и поиск направлений их решения при реализации прикладных и профессиональных задач.

В целом рабочая программа дисциплины соответствует требованиям, предъявляемым к составлению программ по специальностям среднего профессионального образования, и может быть использована для ведения образовательного процесса по специальности 072501 Дизайн (по отраслям) при обучении в ВФ ФГБОУ ВПО «Московский государственный гуманитарно-экономический институт».

преподаватель кафедры «Дизайн»  
ГБОУ СПО «Волгоградский технологический  
колледж»



А.В. Живова

*Татьяна Михайловна А.В. Данилькевич*  
*Министр по кадрам*



**РЕЦЕНЗИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины**  
**«Дизайн и рекламные технологии»**  
**специальности 072501 «Дизайн» (по отраслям)**  
**преподавателя Волгоградского филиала МГГЭИ Данилькевич А.В.**

Программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта СПО специальности 072501 «Дизайн» (по отраслям), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 25 августа 2010 г. N 878.

Структура рабочей программы соответствует Разъяснениям по формированию примерных программ учебных дисциплин начального профессионального и среднего профессионального образования на основе Федеральных государственных образовательных стандартов начального профессионального и среднего профессионального образования, утвержденным Директором Департамента государственной политики в образовании Министерства образования и науки Российской Федерации И.М. Реморенко от 27 августа 2009 г.

Программа предусматривает освоение компетенций и видов деятельности, предусмотренных требованиями ФГОС.

Данная рабочая программа содержит следующие необходимые компоненты:

- паспорта рабочей программы учебной дисциплины;
- структуры и примерного содержания учебной дисциплины;
- условий реализации учебной дисциплины;
- контроля и оценке результатов освоения учебной дисциплины.

В паспорте рабочей программы учебной дисциплины определены область применения рабочей программы, место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы, цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины; отведенное количество часов на освоение программы учебной дисциплины.

Преподавателем составлен тематический план и содержание учебной дисциплины, определены условия реализации учебной дисциплины, включающие:

- требования к минимальному материально-техническому обеспечению
- информационное обеспечение обучения (перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы).

В соответствии с программой максимальная учебная нагрузка обучающегося составляет \_\_\_ часов, в том числе: обязательная аудиторная нагрузка - \_\_\_ часов, самостоятельная работа обучающихся – \_\_\_ часа.

В целом рецензируемая программа учебной дисциплины заслуживает высокой оценки, она хорошо продумана и ориентирована на подготовку обучающихся к использованию полученных навыков в своей профессиональной деятельности.

Таким образом, данная рабочая программа учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии», разработанная преподавателем Данилькевич А.В. соответствует требованиям, предъявляемым Федеральным государственным образовательным стандартом СПО к организационно-методическому обеспечению учебного процесса в СПО, и может быть использована в качестве рабочей программы на дневном отделении Волгоградского филиала МГГЭИ.

Рецензент:

*член Творческого Союза  
Художников России МФХ  
доцент кафедры дизайна  
НОУ ВПО ВГФ*  
(занимаемая должность)

*Остолова*  
(подпись)

*Е.А. Остолова*  
(инициалы, фамилия)

