

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)**

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора
по учебно-методической работе

Елькина З.Д.
«28» февраля 2020 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА**

**МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного
продукта**

для специальности

42.02.01 «Реклама»

(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника

Специалист по рекламе

(базовая подготовка)

Форма обучения

Очная

Пермь 2020

Рабочая программа междисциплинарного курса «Художественное проектирование рекламного продукта» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка), утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510

Программа предназначена для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Автор – составитель: Соловьева Т.Б., старший преподаватель.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры дизайна, протокол, № 3 от «17» февраля 2020 г.

Рекомендована к утверждению педагогическим советом АНО ПО «ПГТК» (протокол от «21» февраля 2020 г. № 3).

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА	4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА.....	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА	10

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

1.1 Область применения программы

Рабочая программа междисциплинарного курса МДК 01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта» является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

1.2 Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Учебная дисциплина МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта входит в состав профессионального модуля ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции и является междисциплинарным курсом в составе профессионального модуля.

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

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

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

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

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь **практический опыт в:**

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

В результате освоения данной дисциплины у выпускника формируются компетенции:

Общие компетенции (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	270
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	180
в том числе:	
лекционные занятия	78
практические занятия	102
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	86
Консультации	4
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Осваемые компетенции
МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта			
Тема 1.1. Технология создания рекламного продукта.	Содержание учебного материала: Виды рекламы, деление ее по способу воздействия, способу выражения, с точки зрения основных целей и задач. Характеристики процесса разработки рекламного обращения. Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта. Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы. Уровни и структура рекламного сообщения, позиционный эффект. Визуальной, семантической и эстетической информации рекламного материала.	8	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2
	Практические занятия: Практическое задание: Особенности восприятия рекламных текстов на примере рекламных объявлений	4	
Тема 1.2 Цвет в рекламе	Содержание Задачи рекламы. Цвет в рекламе и его влияние. Колористика. Родственные, родственно-контрастные, контрастные цвета. Композиция. Статика. Динамика. Ритм. Золотое сечение. Орнамент. Абстрактные композиции на модульной основе.	8	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.5
	Практические занятия 1. Разработка цветого круга Иттенна. 2. Разработка композиционного решения «Статика» и «Динамика» в теплых и холодных тонах. 3. Разработка графического плаката с применением контрастных цветов.	10	
	Самостоятельная работа Создать композицию на соразмерение, простой и сложный ритм, гармоничное пропорционирование. Создать композицию на видоизменение, создание пластических структур и тональных растяжек с помощью градиентных заливок. Создать композицию на равновесие, принципы симметричности и асимметричности, особенности тектоники.	12	
Тема 1.3 Разработка композиции.	Содержание учебного материала: Создание ассоциативных композиций (Эмоциональная композиция). Шрифт. Элементы шрифта. История возникновения. Эскизирование. Стилизация. Принципы получения стилизованного изображения. Стилизация в знаке. Проблемы и общие принципы композиционных задач в дизайне. Элементы организации графической композиции в рекламе. Функциональное построение композиции. Структурная гармонизация формы. Основные	8	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.5

	составляющие художественного образа в формальной композиции.		
	Практические занятия: 1. Создание композиции с применением шрифта в черно-белом формате. 2. Графическая стилизация природных форм (линия, пятно и линия, точка, орнамент) 3. Творческая разработка алфавита (Стилизация по тематике) 4. Шрифтовая композиция (стилизация шрифта) Текущий контроль: Композиция, шрифты, стилизация, цвет.	10	
	Самостоятельная работа обучающихся: Разработать декоративный шрифт (на основе исторической классификации, создание выбранного образа или соответствие выбранной теме). Разработка плаката «Композиция, шрифт, цвет».	12	
Тема 1.4. Шрифт как средство коммуникации	Содержание учебного материала: Виды шрифтов. Роль и значение шрифта в графическом дизайне и в рекламе. Выразительные возможности шрифтового изображения. Шрифтовой знак как средство коммуникации. Гармоничное единство изобразительного и текстового содержания. Приёмы создания ассоциативного образа в шрифтовой композиции. Виды плакатов.	4	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3
	Практические занятия: Разработка плаката компании (социальная реклама) Разработка слогана для пермской компании	6	
	Самостоятельная работа Нарисовать схему основных элементов букв. Создать композицию из элементов букв. Создать композицию на единство, определив основные функции и структуры шрифтовой композиции.	10	
Тема 1.5 Формирование корпоративного стиля	Содержание учебного материала Корпоративный стиль. Логотип. Товарный знак. Виды товарных знаков. Торговая марка и бренд. Общая теория бренда. Законы создания бренда Плакат. Рекламный плакат. Фирменный стиль. Значение фирменного стиля как вида рекламы. Понятие бренда. Основные носители фирменного стиля. Фирменный персонаж как элемент фирменного стиля. Анализ фирменных персонажей. Их значение. Разработка фирменного персонажа. Варианты. Маркетинговые материалы. Сувенирная продукция. POS-материалы. Роль коммуникаций на местах продаж в общей системе продвижения товара. Стилизация в знаке. Разработка логотипа.	12	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.5
	Практические занятия 1. Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Знак, образ, персонаж (индивидуальные задания). Логотип. Разработка графического, цветофактурного и колористического решения товарного знака 2. Разработка рекламного персонажа компании 3. Ребрендинг логотипа пермской компании 4. Разработка персонажа для пермской компании 5. Разработка логотипа для кофейни или арт-студии 6. Разработка визитки, листовки, конверт. Разработка и создание фирменного буклета.	24	

	7. Коллаж впечатлений		
	Самостоятельная работа: работа над материалом практического занятия	14	
Тема 1.6 Основы проектирования рекламного продукта	Содержание учебного материала: Основные этапы проектирования. Поиск рекламных идей. Анализ исходных данных. Структура рекламного продукта.	6	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4
	Разработка оригинал-макета рекламного обращения	6	
	Самостоятельная работа: работа над материалом практического занятия	6	
Тема 1.7 Разработка рекламного продукта	Содержание учебного материала: Разработка печатной продукции. Основные требования к оформлению печатной продукции. Виды печатной продукции. Способы печати. Разработка наружной рекламы. Объекты наружной рекламы. Выбор материалов и способа изготовления наружной рекламы.	8	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5
	Разработка дизайн-проекта листовки Разработка дизайн-проекта буклета Разработка дизайн-проекта календаря Разработка дизайн-проекта билборда Разработка дизайн-проекта вывески Разработка наружной растяжки Разработка POS–материалов Разработка рекламы в Интернете	12	
	Самостоятельная работа: работа над материалом практического занятия	8	
Тема 1.8 Средства распространения рекламы	Реклама в газете. Реклама в журнале. Компьютерная графика и печать	6	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4
	Создание рекламы в газету Разработка рекламного объявления для журнала	10	
	Выполнить макет рекламного объявления для наружной рекламы		
	Самостоятельная работа: работа над материалом практического занятия	10	
Тема 1.9 Разработка экспозиционной рекламы	Экспозиционно-рекламные комплексы. Виды и выбор выставочных стендов. Этапы разработки дизайн-проекта выставочных стендов.	8	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5
	Разработка дизайн-проект выставочного стенда Визуализация 3Д макета выставочного стенда	10	
	Самостоятельная работа: работа над материалом практического занятия	6	
Тема 1.10 Реклама товарной продукции	Дизайн упаковки. Макетирование и моделирование упаковки (конструирование). Разработка графических элементов. Проработка упаковочной коробки в цвете. Дизайн-проект рекламного оформления фасада торгового предприятия (входа, вывески, витрины). Методика разработки дизайн -проекта витрины. Проект размещения рекламы товара на транспорте. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений рекламы, размещаемой на транспорте.	10	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.5
	Разработка упаковочной коробки для (выбор объекта по желанию) Разработка дизайн – проекта витрины (выбор объекта по желанию)	10	

	Разработка дизайн-проекта рекламы на транспорте.		
	Самостоятельная работа: работа над материалом практического занятия	10	
Промежуточная аттестация - экзамен			ОК1-ОК11 ПК1.1-ПК1.5

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:

Проектирования рекламного продукта;

Посадочные места по количеству обучающихся;

Рабочее место преподавателя;

Необходимая для проведения практических занятий методическая и справочная литература (в т.ч. в электронном виде);

Компьютерный класс, компьютеры с установленным ПО;

Мультимедийный проектор.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе

Основные источники:

1. Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118366.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/118366>

2. Музалевская, Ю. Е. Дизайн-проектирование: методы творческого исполнения дизайн-проекта : учебное пособие / Ю. Е. Музалевская. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 73 с. — ISBN 978-5-4486-0566-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83264.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительные источники:

1. Аскарова, Р. Н. Художественное материаловедение. Металлы : учебное пособие / Р. Н. Аскарова, В. А. Рязанова. — Казань : Издательство КНИТУ, 2020. — 100 с. — ISBN 978-5-7882-2833-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121084.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Асташова, О. В. Основы теории рекламного текста : конспект лекций / О. В. Асташова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 92 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102944.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102944>

3. Весёлкина, М. В. Художественное проектирование. Проектирование малой архитектурной формы в городской среде : учебное пособие / М. В. Весёлкина, М. С. Лунченко, Н. Н. Удалова. — Омск : Омский государственный технический университет, 2020. — 137 с. — ISBN 978-5-8149-3170-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115458.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Епифанова, А. Г. Дизайн упаковки : учебное пособие для СПО / А. Г. Епифанова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 192 с. — ISBN 978-5-4497-2039-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/127712.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Епифанова А.Г. Продвижение дизайн-продукта в социальных сетях [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Епифанова А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Челябинск: Южно-Уральский технологический университет, 2022.— 237 с.— Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/125039>.— IPR SMART, по паролю. - DOI: <https://doi.org/10.23682/125039>

6. Козлова, Л. Н. Художественное проектирование. Витрина как малая архитектурная форма в городской среде : учебное пособие / Л. Н. Козлова. — Омск : Омский государственный технический университет, 2022. — 84 с. — ISBN 978-5-8149-3432-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131237.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Мухина, Ю. Р. Web-дизайн: основы верстки сайтов : учебное пособие для СПО / Ю. Р. Мухина. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 155 с. — ISBN 978-5-4497-1790-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123350.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/123350>

8. Фот, Ж. А. Дизайн-проектирование изделий сложных форм : учебное пособие / Ж. А. Фот, И. И. Шалмина. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 135 с. — ISBN 978-5-4497-1961-4, 978-5-8149-2409-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128958.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. <http://www.window.edu.ru> - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. <http://www.edu.ru> - Российский портал открытого образования
3. <http://www.advttime.ru> - Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА.
4. <http://www.advi.ru> - Рекламные идеи. О брендинге и креативе.

5. <http://www.sostav.ru> - Состав. Реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.adindex.ru> Adindex. - Сайт о рекламе и маркетинге.
7. <http://www.advertology.ru> - Advertology. Наука о рекламе.
8. <http://www.advesti.ru> AdVesti. - Сайт, посвященный рекламодателям.
9. <http://www.media-online.ru> - Media-online. Все о рекламе.
10. <http://www.rwr.ru> - RWR. Реклама в России.
11. <http://www.akarussia.ru> - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России.
12. <http://www.adme.ru> - Сайт о рекламе.
13. <http://www.reklamodatel.ru> - Рекламные идеи - YES!": профессиональный журнал о рекламе и маркетинге.
14. <http://www.es.ru>. - Журнал "Рекламодатель: теория и практика". Дизайн, фото, галереи.
15. <http://www.index.ru> Index.ru - открытая база данных по компаниям, работающим в области визуальных коммуникаций. Самый большой каталог выполненных работ.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных и практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<i>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</i>	<i>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</i>
<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; • приемы и принципы составления рекламного текста; • композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; • методы проектирования рекламного продукта; • методы психологического воздействия на потребителя. 	<p>Текущий контроль: индивидуальный и фронтальный опрос в ходе аудиторных занятий; оценка выполнения практических и индивидуальных заданий. Наблюдение за выполнением практического задания Оценка выполнения практического задания Экзамен</p>
<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; • разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; • использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; • составлять рекламные тексты; 	
<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь практический опыт в:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выбора художественной формы реализации рекламной идеи; • создания визуального образа с рекламными функциями; • художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; 	

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры, подпись зав.кафедрой
1	2	3
1	Внесены изменения в пункт 3.2. Информационное обеспечение обучения в 2022 году	
2	Внесены изменения в пункт 3.2. Информационное обеспечение обучения в 2023 году	
3		
4		