

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОЛЖСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ПЕДАГОГИКИ И ПРАВА»

Волжский социально-педагогический колледж

**Рабочая программа дисциплины:**

**«Рекламные технологии»**

(ред. от 23.05.2023)

Специальность:

**54.02.01 Дизайн (по отраслям)**

Уровень образования:

**среднее профессиональное образование**

Квалификация выпускника:

Дизайнер

Волжский, 2021г.

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 27.10.2014 N 1391.

Составители рабочей программы дисциплины:

Ведмецкая М.В., преподаватель дизайна

## **Структура рабочей программы дисциплины**

- 1 Общая характеристика рабочей программы дисциплины
- 2 Объем, структура и содержание дисциплины
- 3 Условия реализации рабочей программы дисциплины

## 1 Общая характеристика рабочей программы дисциплины

### 1.1 Область применения рабочей программы дисциплины

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

### 1.2 Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины - профессиональное овладение знаниями о понятиях, терминологии, технологиях, методах и инструментах рекламной деятельности; овладение разнообразными техническими и изобразительными средствами для разработки рекламных проектов.

### 1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рекламные технологии» - дисциплина учебного цикла «Профессиональный цикл» структуры программы подготовки специалистов среднего звена.

Освоение дисциплины «Рекламные технологии» предполагает наличие у обучающихся знаний и умений по дисциплинам: «Живопись с основами цветоведения».

Знания концептуальных основ «Рекламные технологии» являются базовыми для прохождения производственной практики (по профилю специальности), производственной практики (преддипломной), выполнения выпускной квалификационной работы.

### 1.4 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Перечень компетенций	В результате освоения дисциплины обучающийся должен	
	знать	уметь
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять в ней устойчивый интерес	– цели, задачи и средства рекламной деятельности; – основные принципы организации рекламной деятельности.	– самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; – использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество		
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 9 Ориентироваться в условиях частой смены		

Перечень компетенций	В результате освоения дисциплины обучающийся должен	
	знать	уметь
технологий профессиональной деятельности		
ПК 1.1 Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов.		
ПК 1.2 Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учетом современных тенденций в области дизайна.		

## **2 Объем, структура и содержание дисциплины «Рекламные технологии»**

**Объем дисциплины** составляет 94 академических часа.

**Очная форма обучения**

**Объем обязательных аудиторных занятий** – 64 часа, в том числе по видам учебной деятельности:

лекции – 16 часов;

практические занятия – 48 часов.

В объем учебной деятельности обучающихся по дисциплине включается: самостоятельная работа – 30 часов, индивидуальные и групповые консультации.

**Промежуточная аттестация** – дифференцированный зачет.

## Структура и содержание дисциплины «Рекламные технологии»

### Очная форма обучения

Раздел, тема дисциплины	Содержание дисциплины по видам учебной деятельности	Объем (в академ. часах)			Уровень освоения <sup>1</sup>
		всего	в том числе:		
			в интерактивной форме	по дуальному обучению	
Введение Общие сведения о рекламе	Лекции:	2			1
	1 Понятие реклама, цели, задачи, функции рекламы.	2			
	Практические занятия:	1			
	1 Понятие рекламы, реклама и общество	1			
Тема 1.1. Виды и средства распространения рекламы	Практические занятия:	3			1,3
	1 Анализ графической, звуковой, видео- рекламы	3			
	Самостоятельная работа обучающихся: решение типовых задач	2			
Тема 1.2. Фирменный стиль в рекламе	Лекции:	2			1,2,3
	1 Понятие фирменный стиль, бренд, ребрендинг, рестайлинг. Элементы фирменного стиля				
	Основные принципы создания фирменного стиля	2	2		
	Практические занятия:	16			
	1. Ребрендинг известной торговой марки	16	2		
	Самостоятельная работа обучающихся: решение типовых задач	10			
Тема 1.3. Коммуникативные аспекты рекламы	Лекции:	2			1
	1 Понятие, виды коммуникаций. Социально-психологические аспекты рекламных коммуникаций	2			

<sup>1</sup> Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 – Ознакомительный уровень (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2 – Репродуктивный (выполнение действий по образцу, инструкции или под руководством преподавателя);

3 – Продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение действий, решение проблемных задач).

Раздел, тема дисциплины	Содержание дисциплины по видам учебной деятельности	Объем (в академ. часах)			Уровень освоения <sup>1</sup>
		всего	в том числе:		
			в интерактивной форме	по дуальному обучению	
Тема 1.4. Печатная реклама Конструктивная структура рекламы	Лекции:	4			1,2,3
	1 Печатная реклама. Основные элементы: заголовок, подзаголовок, основной текст, эхо-фраза, иллюстрации. Изобразительные средства рекламы	2	2		
	2 Основные требования, предъявляемые к работе над шрифтами. Цвет и форма в дизайне рекламы	2	2		
	Практические занятия:	8			
	1 Разработка печатной рекламы: листовка	2			
	2 Разработка печатной рекламы: реклама в газете (журнале)	2			
	3 Разработка печатной рекламы: буклет	4			
	Самостоятельная работа обучающихся: решение типовых задач	4			
Тема 1.5. Наружная реклама	Практические занятия:	16			1,2,3
	1 Разработка наружной рекламы: сити-формат	2	1		
	2 Разработка наружной рекламы: пиллар	2	1		
	3 Разработка наружной рекламы: ситиборд (билборд)	4	1		
	4 Разработка наружной рекламы: суперсайт (брандмауэр)	4	1		
	5 Разработка наружной рекламы: реклама на транспорте	2			
	6 Разработка наружной рекламы: штендер	2	1		
	Самостоятельная работа обучающихся: решение типовых задач	10			
Тема 1.6. Событийный маркетинг	Лекции:	4			1,2,3
	1 Инструменты событийного маркетинга: Основные моменты событийного маркетинга	2			
	2 Основные мероприятия (событие, презентация, выставка, праздник, промо-акция) и их особенности	2			



Раздел, тема дисциплины	Содержание дисциплины по видам учебной деятельности	Объем (в академ. часах)			Уровень освоения <sup>1</sup>
		всего	в том числе:		
			в интерактивной форме	по дуальному обучению	
	Практические занятия:	2			
	1 Разработка рекламного мероприятия	2			
	Самостоятельная работа обучающихся: решение типовых задач	2			
Тема 1.7. Организация рекламной деятельности	Лекции:	2			
	1 Виды рекламных агентств. Задачи и цели рекламной кампании. Участники рекламного процесса	2			
	Практические занятия:	2			
	1 Разработка рекламной кампании нового продукта	2			
	Самостоятельная работа обучающихся: решение типовых задач	2			1,2,3
Итого		94	13		

### **3 Условия реализации рабочей программы дисциплины**

#### **3.1 Оценочные и методические материалы дисциплине**

Оценочные и методические материалы дисциплины приведены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины, доступ к которым открыт на официальном сайте института.

#### **3.2 Фонд оценочных средств по дисциплине**

Фонд оценочных средств по текущему контролю успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации приведены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины, доступ к которым открыт на официальном сайте института.

#### **3.3 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

##### **Основная учебная литература**

1. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник / К.В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 326 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03458-9. – Текст: электронный. (Рекомендовано ГОУ ВПО «Государственный университет управления» в качестве учебника для студентов экономических вузов)

2. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. – 15-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 538 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573142>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03441-1. – Текст: электронный. (Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Реклама")

3. Щепилова, Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 473 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9917-1. – DOI 10.23681/500663. – Текст: электронный. (Допущено УМО по классическому университетскому образованию в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030600 «Журналистика» и специальности 030601 «Журналистика» для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 «Журналистика» для ФГОС)

##### **Дополнительная учебная литература**

1. Клещев, О.И. Типографика: учебное пособие / О.И. Клещев; Уральская государственная архитектурно-художественная академия. – Екатеринбург: Архитектон, 2016. – 172 с.: схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455452>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7408-0249-7. – Текст: электронный. (Допущено УМС ФГБОУ ВО «УрГАХУ» в качестве учебного пособия для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров Дизайн 072500 высшего профессионального образования)

2. Корякина, Г.М. Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий: [16+] / Г.М. Корякина, С.А. Бондарчук; Липецкий государственный педагогический университет имени П. П. Семенова-Тян-Шанского. – Липецк: Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018. – 93 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576869>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-88526-976-6. – Текст: электронный.

3. Марусева, И.В. Мишень вкуса: аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение» / И.В. Марусева. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 308 с.: ил., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438287>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-7044-6. – DOI 10.23681/438287. – Текст: электронный.

4. Сайкин, Е.А. Основы дизайна: учебное пособие: [16+] / Е.А. Сайкин; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018. – 58 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575026>. – Библиогр.: с. 55. – ISBN 978-5-7782-3610-3. – Текст: электронный.

5. Салтыкова, Г.М. Дизайн: дипломные и курсовые проекты: [16+] / Г.М. Салтыкова. – Москва: Владос, 2017. – 149 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486215>. – ISBN 978-5-907013-07-0. – Текст: электронный.

6. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник : [16+] / Л.Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 246 с.: ил.. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03591-3. – Текст: электронный.

### **Нормативно-правовые акты**

1. Российская Федерация. Законы. О средствах массовой информации от 27.12.1991 N 2124-1. – Текст: электронный // Некоммерческие интернет-версии системы КонсультантПлюс. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/)

2. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей от 07.02.1992 N 2300-1. –Текст: электронный // Некоммерческие интернет-версии системы КонсультантПлюс. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)

3. Российская Федерация. Законы. О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ. – Текст: электронный // Некоммерческие интернет-версии системы КонсультантПлюс. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)

### **Периодическая литература**

1. PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект / Алтайский государственный университет. – Барнаул, 2020. – Выходит 2 раза в год. - URL: [https://www.elibrary.ru/title\\_about\\_new.asp?id=37736](https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=37736). – ISSN 2307-1982. – Текст: электронный.

2. Архитектура и дизайн: история, теория, инновации / Дальневосточный федеральный университет. – Владивосток, 2020. – Выходит 1 раз в год. - URL: [https://www.elibrary.ru/title\\_about\\_new.asp?id=63386](https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=63386). – Текст: электронный.

3. Архитектура. Строительство. Дизайн: научный журнал / гл. ред. Г.Т. Шугаев ; председатель общественной редколлегии И.Н. Воскресенский. – 1933. - Москва : Международная ассоциация союзов архитекторов, 2021. - Издается 2 раза в год. – ISSN 1990-9942. – Текст : непосредственный.

4. Вестник ВИЭПП: научный журнал / учред. и изд. Волжский институт экономики, педагогики и права (Волжский); главный редактор Виноградов В.В. ; редакционный совет: Г.Ф. Ушамирская[и др.]. – 2018. –Волжский, 2020. – Издается 2 раза в год. – Режим доступа: для зарегистрированных пользователей. – URL: [https://www.elibrary.ru/title\\_about\\_new.asp?id=69901](https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=69901) . – Текст : электронный.

5. Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА : научный журнал / Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова". – 2007. – Москва : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова", 2021. - Издается 4 раза в год. – ISSN 1997-4663. – Текст : непосредственный.

6. Дизайн. Материалы. Технология = Design. Materials. Technology: журнал / учредитель Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна; главный редактор Демидов А. В.; редакционный совет: А. М. Алексеев-Апраксин [и др.]. – Санкт-Петербург: ООО «РосБалт», 2020. – Издается 5 раз в год. - ISSN 1990-8997. – Текст: непосредственный.

7. Искусство: научный журнал. – 1924. – Москва, 2021. - Издается 4 раза в год. – Текст : непосредственный.

8. Русское искусство: научный журнал / гл. ред. О.В. Костина ; ред.: Е. В. Степанян, И. В. Лазебникова. – 1923. – Москва : Издательский дом "Эдипресс-Конлига", 2021. - Издается 4 раза в год. – ISSN 84377. – Текст : непосредственный.

9. Традиционное прикладное искусство и образование / Высшая школа народных искусств. – Санкт-Петербург, 2020. – Выходит 4 раза в год. - URL: [https://www.elibrary.ru/title\\_about\\_new.asp?id=69360](https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=69360). – ISSN 2619-1504. – Текст: электронный.

### **3.4 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети Интернет и информационных технологий, необходимых для освоения дисциплины**

1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. - Москва, 2000 -. - URL: <https://elibrary.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный.

2. ONLINE.VIEPP.RU: сайт / МБОУ «Волжский институт экономики, педагогики и права». – Волжский, 2020 - . - Режим доступа: <https://online.viepp.ru/>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст: электронный.

3. Волжский институт экономики, педагогики и права: сайт / МБОУ «Волжский институт экономики, педагогики и права». – Волжский, 2006 - . – Обновляется в течение суток. – Режим доступа: <http://www.viepp.ru/>. – Текст: электронный.

4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов: сайт. - Москва, 2005 - . - Обновляется в течение суток. – URL: <http://school-collection.edu.ru>. - Текст : электронный.

5. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: федеральный портал: сайт. - Москва, 2020 - . - Обновляется в течение суток. - URL: <http://window.edu.ru>. – Текст: электронный.

6. Кибер Ленинка: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2020 - . Обновляется в течение суток. - URL: <https://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный.

7. Некоммерческая интернет-версия системы КонсультантПлюс : сайт». - Москва, 1997 - Обновляется в течение суток. - URL: <http://www.consultant.ru/online>. - Текст : электронный.

8. Правовой портал ГАРАНТ.РУ : сайт / Учредитель ООО «НПП «Гарант-Сервис». - Москва, 2014. Обновляется в течение суток. - URL: <http://www.garant.ru>. - Текст : электронный.

9. Федеральный портал «Российское образование»: сайт / Учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. - Москва, 2002. - Обновляется в течение суток. - URL: <http://www.edu.ru>. – Текст: электронный.

10. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов: сайт. - Москва, 2020 - . - Обновляется в течение суток. - URL: <http://fcior.edu.ru>. – Текст: электронный.

11. Фестиваль педагогических идей «Открытый урок»: сайт / Учредитель ИД «Первое сентября». - Москва, 2020 - . - Обновляется в течение суток. - URL: <http://urok.1sept.ru>. – Текст: электронный.

12. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека online: сайт / Директ-Медиа. - Москва: Директ-Медиа, 2006 - . - URL: <http://biblioclub.ru>. - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

### **Перечень программного обеспечения**

1. CorelDRAW для учебных заведений (договор ООО «Компьютерные Информационные Системы» от 16.03.2015 N КИС -083-2015).

2. Microsoft Office Standard 2016 (договор ООО «Компьютерные Информационные Системы» от 01.12.2015N КИС-485-2015, OPEN 93740388ZZE1606 2014-06-25).

3. Microsoft Windows 10 Pro (договор ООО «Компьютерные Информационные Системы»от 01.12.2015 N КИС-485-2015, от 31.08.2017 N КИС-519-2017, от 21.11.2017 N КИС-837-2017, OPEN 98108561ZZE1903 2017-03-03, от 30.01.2020 N КИС-128-2020).

4. Microsoft Windows Multipoint Server Premium 2012 (договор ООО «Компьютерные Информационные Системы» от 29.11.2012 N КИС-225-2012, OPEN 91258913ZZE1412 2012-12-05).

5. Microsoft Windows Server – Standard 2012 (договор ООО «Компьютерные Информационные Системы» от 29.11.2012 N КИС-225-2012, OPEN 91258913ZZE1412 2012-12-05).

6. Microsoft Windows Server Standard Core 2016 (договор ООО «Компьютерные Информационные Системы» от 28.02.2017N КИС-087-2017OPEN 98108561ZZE1903 2017-03-03).

7. Microsoft Windows 8.1 (договор ООО «Компьютерные Информационные Системы» от 22.04.2015 N КИС-122-2015, OPEN 93740388ZZE1606 2014-06-25).

8. АИБС «МАРК-SQL» (версия 1.8 / ЗАО НПО «Информ-Система», договор N 18/2004-М от 18.02.2005, Лицензионное соглашение на использование АИБС «МАРК SQL 1.8» N 100320050303 от 10.03.2005).

9. Справочная правовая система (СПС) КонсультантПлюс (обновляется постоянно, договор от 09.01.2020N 91-К).

#### **Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

1. АИБС «МАРК-SQL» (база данных на 01.01.2023).

2. Справочная правовая система (СПС) КонсультантПлюс (обновляется постоянно).

### **3.5 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для освоения дисциплины требуется кабинет «Дизайна», оснащенный мультимедийными средствами (проектор и др.), как для проведения лекций, так и для проведения практических занятий. Практические занятия рекомендуется проводить в лаборатории «Компьютерного дизайна», оснащенной персональными компьютерами, информационным, программным и аппаратным обеспечением локальной компьютерной сети, информационным и программным обеспечением глобальной сети Интернет.

Организация образовательной деятельности по дисциплине посредством электронного обучения осуществляется с применением технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогического работника.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.