

Частное профессиональное образовательное учреждение  
«Колледж дизайна, сервиса и права»

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.13 Прикладной дизайн, минииздательство  
и наружная реклама**

2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии (базовая подготовка), учебного плана специальности. Является частью ППССЗ образовательного учреждения.

**Организация-разработчик:** ЧПОУ «Колледж дизайна, сервиса и права»

**Разработчик:**

Куйдин А.А., преподаватель ЧПОУ «Колледж дизайна, сервиса и права»

РАССМОТРЕНО

на заседании кафедры

«Дизайн, стиль и искусство фотографии»

Протокол №9 от «02» июня 2022 г.

© ЧПОУ «Колледж дизайна, сервиса и права», 2022г.

© Куйдин А.А., 2022г.

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.13 Прикладной дизайн, минииздательство и наружная реклама

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена образовательного учреждения в соответствии с ФГОС СПО по специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии (базовая подготовка)

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** дисциплина введена в профессиональный учебный цикл специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии за счет часов вариативной части ФГОС СПО как общепрофессиональная дисциплина.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

уметь	знать	Коды формируемых компетенций (ПК, ОК) и личностных результатов реализации программы воспитания (ЛР)
<ul style="list-style-type: none"><li>– применять основные графические форматы для записи и хранения цифровых изображений;</li><li>– выполнять обработку и конвертацию цифровых фотографических изображений для полиграфии;</li><li>– применять обработку цифровых изображений в рекламных целях;</li><li>– выполнять цифровую ретушь и коррекцию фотографических изображений;</li><li>– выбирать компьютерные технологии обработки цифровых фотоизображений в зависимости от их назначения;</li><li>– готовить цифровые изображения для вывода на печать;</li><li>– производить анализ аналогов и прототипов наружной рекламы;</li><li>– производить конструктивную проработку</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– состав компьютерного оборудования для профессиональной обработки цифровых изображений в настольных издательских системах;</li><li>– форматы графических файлов, технологии организации графической информации, применяемые в полиграфии;</li><li>– программные средства макетирования;</li><li>– основы технологий печати;</li><li>– основы технологии управления цветом печати;</li><li>– технологии вывода цифровых изображений на печать;</li><li>– закономерности, приемы и методы анализа аналогов и прототипов наружной рекламы;</li><li>– приемы и методы конструктивной проработки рекламных элементов;</li></ul>	<p><b>ПК 2.2</b> <b>ОК 1 – 5, 9</b> <b>ОК 1:</b> ЛР4 <b>ОК 2:</b> ЛР2, ЛР4 <b>ОК 3:</b> ЛР7, ЛР9 <b>ОК 4:</b> ЛР2 <b>ОК 5:</b> ЛР4, ЛР10 <b>ОК 9:</b> ЛР10 <b>ЛР2, ЛР4, ЛР7, ЛР9, ЛР10</b></p>

рекламных элементов; – подсчитывать экономические показатели наружной рекламы; – производить разработку нестандартной рекламной установки; – производить визуализацию нестандартной рекламной установки; – производить комплексную подачу элементов наружной рекламы;	– приемы и методы эргономических исследований рекламных элементов; – приемы и методы создания экономических показателей наружной рекламы; – приемы и методы разработки нестандартной рекламной установки; – приемы и методы визуализация нестандартной рекламной установки; – приемы и методы комплексной подачи элементов наружной рекламы.	
---	--	--

Программа учебной дисциплины способствует формированию и развитию общих и профессиональных компетенций на основе применения активных и интерактивных форм проведения занятий:

Методы	Формы	Лекции, уроки (час.)	Практические занятия (час.)	Всего (час.)
Презентация на основе современных мультимедийных средств		6		6
Творческое задание			10	10
Поисковый метод			1	1
Портфолио			4	4
Просмотр творческих работ			1	1
Просмотр (презентация) творческих работ			2	2
	<b>Всего:</b>	<b>6</b>	<b>18</b>	<b>24</b>

#### 1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе:	101
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося	73
самостоятельной работы обучающегося	28

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>101</b>
<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	<i>63</i>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>73</b>
<i>в том числе:</i>	
практические занятия	45
<i>из них</i> контрольная работа	1
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>28</b>
<i>в том числе:</i>	
работа с учебной литературой, Интернет-ресурсами	28
работа по оформлению практических работ	
творческие практические задания	
<i>Промежуточная аттестация форме дифференцированного зачета</i>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.13 Прикладной дизайн, минииздательство и наружная реклама

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов / в. т.ч. в форме практической подготовки		Уровень освоения	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
		3	4		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
<b>Введение</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>ОК 1 ЛР4</b>
	Введение в прикладной дизайн, мини издательство, наружную рекламу.	2	-		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проработка конспектов, учебной литературы, Интернет-ресурсов	1	-		
<b>Раздел 1. Макетирование и верстка</b>		<b>25</b>	<b>18</b>		
<b>Тема 1.1. Макетирование</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>ПК 2.2 ОК 1 – 5, 9 ЛР2, ЛР4, ЛР7, ЛР9, ЛР10</b>
	Макетирование. Технологический процесс макетирования. Шрифтовое оформление (история возникновения, классификация шрифтовых гарнитур). Управление шрифтовыми ресурсами. Титульные элементы, заголовки, подписи.	2	2		
	<b>Практические занятия</b>				
	1. Титульные элементы, заголовки, подписи. Оформление обложек и переплетов.	2	2		
	2. Выбор формата. Ориентация страницы. Поля. Элементы дизайна (Выпуск за обрез). Буквица (drop cap). Выворотка (reversed out text).	2	2		
	3. Пуля (bullet). Оборка Линейки (rules). Рамка (printing rule).	2	2		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проработка конспектов, учебной литературы, Интернет-ресурсов. Подготовка и оформление практических работ	3	-		
<b>Тема 1.2. Подготовка текста</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	
	<b>Подготовка текста.</b> Перенос слов и символов. Основной текст. Сноски. Заголовки. Таблицы. Иллюстрации. Формулы. Колонтитулы и колонцифры.	2	2		
	<b>Практические занятия</b>				
	1. Оглавление (содержание).	2	2		
	2. Оформительские эффекты.	2	2		
	3. Размер шрифта. Емкость и насыщенность шрифта.	2	2		
	4. Работа с текстом.	2	2		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проработка конспектов, учебной литературы, Интернет-ресурсов. Подготовка и оформление практических работ	4	-		

<b>Раздел 2. Верстка листовки в inDesign</b>		<b>23</b>	<b>16</b>		
<b>Тема 2.1. Шрифты</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>ПК 2.2 ОК 1 – 5, 9 ЛР2, ЛР4, ЛР7, ЛР9, ЛР10</b>
	Шрифты: типы шрифтовых файлов, управление шрифтами с помощью Adobe Type Manager. Дизайнерская классификация шрифтов: гарнитуры (семейства) и начертания.	2	2		
	<b>Практическое занятие</b> Работа со шрифтами.	2	2		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Подбор шрифтов.	2	-		
<b>Тема 2.2.</b> Форматы текстовых файлов. Специальные символы	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	
	1. <b>Форматы текстовых файлов.</b> Импорт текста, форматы текстовых файлов. Особенности импорта текста из разных форматов. Основные правила набора, «чистка» текста до и/или после заверстки. Основные параметры страницы, мастер-страницы.	2	2		
	2. <b>Специальные символы.</b> Специальные символы, способы их вставки. Настройки переносов. Расстановка переносов для русского языка.	2	2		
	<b>Практическое занятие</b> Разработка макета издания.	2	2		
	Выполнение макета шрифтовой композиции, используя различные шрифтовые гарнитуры.	2	2		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Стандартные форматы книжной полосы, полей и полосы набора.	3	-		
<b>Тема 2.3.</b> Вставка графики	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	
	<b>Вставка графики.</b> Типы графических файлов, пригодные для вставки в публикацию. Обтекание текстом элементов публикации. Модификация текстовых и графических блоков.	2	2		
	<b>Практические занятия</b> Верстка буклета в inDesign	2	2		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проработка конспектов, учебной литературы, Интернет-ресурсов. Особенности книжной верстки.	2	-		
<b>Раздел 3. Минитипографии</b>		<b>25</b>	<b>12</b>		
<b>Тема 3.1.</b> Инструментальные средства дизайна печатных изданий. Рекламная полиграфия - листовки, буклеты, каталоги, плакаты.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>ПК 2.2 ОК 1 – 5, 9 ЛР2, ЛР4, ЛР7, ЛР9, ЛР10</b>
	Инструментальные средства дизайна печатных изданий				
	<b>Рекламная полиграфия - листовки, буклеты, каталоги, плакаты.</b> Основные виды печати. Специальные виды печати. Плакат. Специальные виды печати. Буклеты. Каталоги.	2	2		
	<b>Практические занятия</b> Разработка плаката.	4	4		
	Разработка буклета.	2	2		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	2	-			

	Разработка буклета.				
<b>Тема 3.2.</b> Периодические издания – полноцветные и черно-белые журналы	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
	Периодические издания – полноцветные и черно-белые журналы.	2	2		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проработка конспектов, учебной литературы, Интернет-ресурсов.	1	-		
<b>Тема 3.3.</b> Сувенирная и офисная продукция. Креативные методы	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
	<b>Сувенирная и офисная продукция</b> – плакаты, календари перекидные и домиком, папки.				
	<b>Креативные методы</b> как средство генерации новых идей и решения творческих задач в рекламной деятельности.	2	2		
	<b>Практические занятия</b>				
	Разработка календаря.	2	-		
	Разработка постера.	3	-		
	<b>Контрольная работа по теме «Макетирование и верстка. Минитипографии».</b>	1			
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Разработка календаря. Разработка постера.	4	-		
<b>Раздел 4.</b> <b>Объёмно-пространственные рекламные конструкции</b>		<b>25</b>	<b>17</b>		
<b>Тема 4.1</b> Дизайн-проектирование наружной рекламы	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	
	<b>Дизайн-проектирование наружной рекламы.</b> Рекламная композиция в пространстве города. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы.	2	2		
	<b>Практические занятия</b> Анализ аналогов и прототипов наружной рекламы	2	2		
	Оформление в графическом редакторе аналогов и прототипов рекламной композиции в пространстве города.	2	2		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Разработка нестандартной рекламной установки	2	-		
<b>Тема 4.2</b> Специфика проектирования наружной рекламы	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	
	Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций.	2	2		
	<b>Практическое занятие</b> Функциональное зонирование на ситуационном плане.	2	2		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Эргономические исследования рекламных элементов.	1	-		
<b>Тема 4.3</b> Материалы и технологии изготовления наружной	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	
	<b>Материалы и технологии изготовления наружной рекламы. Световая реклама и светотехника.</b> Рекламная композиция в пространстве города. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы.	2	2		
					<b>ПК 2.2</b> <b>ОК 1 – 5, 9</b> <b>ЛР2, ЛР4, ЛР7,</b> <b>ЛР9, ЛР10</b>

рекламы. Световая реклама и светотехника. Реклама на транспорте.	<b>Реклама на транспорте.</b> Целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах. Функциональность и психология восприятия рекламы на транспорте. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений рекламы, размещаемой на транспорте.	2	2		
	<b>Практические занятия</b>				
	1. Создание обтяжки на транспорте. Визуализация рекламы на транспорте.	3	3		
	2. <b>Дифференцированный зачет</b>	2	-		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Конструктивная проработка рекламных элементов. Экономические показатели наружной рекламы. Создание рекламных текстов.	3	-		
<b>Всего:</b>		<b>101</b>	<b>63</b>		

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

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

Реализация программы дисциплины предполагает наличие лаборатории компьютерных технологий в фотографии.

Оборудование лаборатории и рабочих мест **лаборатории:**

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации.

**Технические средства обучения:**

- ПК по количеству обучающихся;
- компьютер, проектор, экран;
- сканер, принтер;
- выход в сеть Интернет.

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

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

**Основные источники:**

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495461>

2. Рассадина С.П. Информационный дизайн и медиа: учеб./С.П. Рассадина, М.В. Исаева – Москва; Академия, 2020. – 240 с. (СПО)-ISBN-978-5-4468-8908-2-Текст : электронный // Образовательная платформа Академия [сайт]. -URL: <https://www.academia//>

**Дополнительные источники:**

1. Журнал «Реклама. Теория и практика».

2. Мазилкина, Е.И. Основы рекламы [Текст] : учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. - М.: Дашков и к, 2010. – 288 с.

3. Мудров А.Н. Основы рекламы/А.Н. Мудров.-2-е изд., перераб. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2010. – 397 с.

4. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Текст] : учеб. пособие / Р.Ю. Овчинникова . - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 271 с.

5. Песочинский Д. Фотография как бизнес: с чего начать, как преуспеть. – СПб.: Питер, 2011. – 224 с.

6. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации : учебное пособие для вузов / Е. Ю. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN

978-5-534-10033-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494568>.

7. Трофимов, А.Н., Фирменный стиль и корпоративный дизайн : учебник / А.Н. Трофимов. — Москва : КноРус, 2022. — 366 с. — ISBN 978-5-406-09659-8. — URL: <https://book.ru/book/943835>. — Текст : электронный.

#### **Интернет-ресурсы**

1. Pixel - школа анимации и рисования [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCWNQKерV4st7cQTrDdykYqw/videos>, свободный.

2. FloMASTERAVTO» Блог [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCoeJKtPJLoIBqWq4o8TDLpA>, свободный.

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

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, внеаудиторной самостоятельной работы.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<b>Уметь:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– применять основные графические форматы для записи и хранения цифровых изображений;</li> <li>– выполнять обработку и конвертацию цифровых фотографических изображений для полиграфии;</li> <li>– применять обработку цифровых изображений в рекламных целях;</li> <li>– выполнять цифровую ретушь и коррекцию фотографических изображений;</li> <li>– выбирать компьютерные технологии обработки цифровых фотоизображений в зависимости от их назначения;</li> <li>– готовить цифровые изображения для вывода на печать;</li> <li>– производить анализ аналогов и прототипов наружной рекламы;</li> <li>– производить конструктивную проработку рекламных элементов;</li> <li>– подсчитывать экономические показатели наружной рекламы;</li> <li>– производить разработку нестандартной рекламной установки;</li> <li>– производить визуализацию нестандартной рекламной установки;</li> <li>– производить комплексную подачу элементов наружной рекламы;</li> </ul>	Оценка выполнения практических работ. Оценка выполнения практических (творческих) заданий.
<b>Знать:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– состав компьютерного оборудования для профессиональной обработки цифровых изображений в настольных издательских системах;</li> <li>– форматы графических файлов, технологии организации графической информации, применяемые в полиграфии;</li> <li>– программные средства макетирования;</li> <li>– основы технологий печати;</li> <li>– основы технологии управления цветом печати;</li> </ul>	Устный опрос, оценка защиты индивидуальных заданий, оценка контрольной работы.

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>– технологии вывода цифровых изображений на печать;</li><li>– закономерности, приемы и методы анализа аналогов и прототипов наружной рекламы;</li><li>– приемы и методы конструктивной проработки рекламных элементов;</li><li>– приемы и методы эргономических исследований рекламных элементов;</li><li>– приемы и методы создания экономических показателей наружной рекламы;</li><li>– приемы и методы разработки нестандартной рекламной установки;</li><li>– приемы и методы визуализация нестандартной рекламной установки;</li><li>– приемы и методы комплексной подачи элементов наружной рекламы</li></ul> |  |
|--|--|