



*Частное профессиональное образовательное учреждение
«АНАПСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»
(ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»)*

УТВЕРЖДАЮ
Директор техникума

Е.Ю.Пономарева

«31» августа

2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.ВЧ.08 «ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

для специальности

42.02.01 «Реклама»

АНАПА
2023

РАССМОТРЕНО

ПЦК дисциплин рекламы

«31» августа 2023г. протокол №1

Председатель

/Горбунов Д.В./

подпись

расшифровка

Рассмотрена

на заседании педагогического совета

протокол №1 от 31.08.2023 г.

Рабочая программа разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 «Реклама», Приказ Министерства образования и науки РФ № 510 от 12.05.2014 г., (зарегистрирован в Министерстве Юстиции РФ, Приказ № 32859 от 26.06.2014г.).

Организация-разработчик ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»

Разработчик: Синчук Н.С.

преподаватель ЧПОУ «Анапский
индустриальный техникум»

подпись

Рецензент: Овчинникова М.С.

преподаватель ЧПОУ «Анапский
индустриальный техникум»

должность, квалификация по диплому

подпись

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	20

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

1.1. Область применения программы.

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01. «Реклама».

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Учебная дисциплина «Проектирование рекламного продукта» входит в вариативную часть профессионального цикла программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 42.02.01 «Реклама».

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

В результате изучения дисциплины студент должен

уметь:

- креативно мыслить, искать и находить оригинальные, нестандартные решения;
- грамотно строить проектную работу от идеи до воплощения;
- проектировать все основные виды рекламной продукции;
- профессионально выполнять проект на всех стадиях от эскизирования до макетирования;
- применять в процессе проектирования современные технологии (компьютерные, фотосъёмку и др.)
- работать в группе, выполняя комплексные проектные задачи;
- обосновывать, отстаивать и защищать проект;

знать:

- существующие виды и направления рекламной деятельности, структуру производства и особенности технологического процесса основных направлений в сфере рекламы;
- теоретические основы и методы проектирования в графическом, промышленном и др. видах современного дизайна;
- пластические и конструктивные свойства материалов, применяемых в рекламном производстве, возможности их обработки;
- виды шрифтовых гарнитур и шрифтовую графику;
- терминологию дизайнера и рекламиста.

1.4. Освоение учебной дисциплины способствует формированию следующих компетенций.

Код	Наименование компетенции
-----	--------------------------

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 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

1.5. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины.

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 263 часа, в том числе:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 176 часов;
 самостоятельная работа обучающихся - 87 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	263
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	176
в том числе:	
лекционные занятия	-
практические занятия	176
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	87
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета в 8 семестре.	

2.2. Календарно-тематический план и содержание учебной дисциплины «Проектирование рекламного продукта».

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
6 семестр		
Раздел 1. Введение		
Тема 1.1. Введение.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №1. Реклама и современность. Виды рекламной деятельности, специфика рекламного производства.	2
	Практическое занятие №2. Комплексность в рекламе.	2
	Практическое занятие №3. Производственные технологии и практическое проектирование.	2
	Практическое занятие №4. Цели и задачи курса «Проектирование рекламного продукта», его тематическое содержание. Интегрированный характер дисциплины «Проектирование рекламного продукта».	2
Раздел 2. Шрифт как средство коммуникации		
Тема 2.1. Выразительные возможности шрифтового изображения.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №5. Роль и значение шрифта в графическом дизайне и в рекламе.	2
	Практическое занятие №6. Выразительные возможности шрифтового изображения. Шрифтовой знак как средство коммуникации.	2
	Практическое занятие №7. Гармоничное единство изобразительного и текстового содержания.	2
	Практическое занятие №8. Приёмы создания ассоциативного образа в шрифтовой композиции. Преобразование шрифтового знака /буквы/ в графический образ.	2
	Практическое занятие №9. Выражение в образной графической форме смыслового содержания слова.	2

	Практическое занятие №10. Выполнение шрифтовой графической композиции, образно выражающей смысл текстового содержания фразы.	2
Тема 2.2. Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №11. Знакомство с электронными версиями шрифтовых гарнитур.	2
	Практическое занятие №12. Возможности компьютерных технологий для решения задач графического дизайна, связанных с композиционным построением шрифтов.	2
	Практическое занятие №13. Искусство типографики: художественный язык, образность, функциональность, технологичность и рационализм.	2
	Практическое занятие №14. Разработка электронной версии рекламного сообщения.	2
	Практическое занятие №15. Проектное предложение малоформатной информационно-рекламной печатной продукции /листовки, открытки, флайера и т.п.	2
Тема 2.3. Шрифтовой рекламный плакат.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №16. Рекламный плакат как вид коммуникативного дизайна.	2
	Практическое занятие №17. Новизна идеи, оригинальность мысли, нестандартность решения – необходимые условия выразительности плаката.	2
	Практическое занятие №18. Специфические особенности художественного языка плакатного искусства.	2
	Практическое занятие №19. Роль и значение шрифта в рекламном плакате.	2
	Практическое занятие №20. Специфика и принципы композиционного построения шрифтового плаката.	2
	Практическое занятие №21. Применение современных электронных технологий в эскизировании и реализации идеи рекламного плаката.	2
	Практическое занятие №22. Разработка и исполнение шрифтового рекламного плаката.	2
	Самостоятельная работа.	2

	Нарисовать схему основных элементов букв.	
	Самостоятельная работа. Создать композицию из элементов букв.	2
	Самостоятельная работа. Создать композицию на единство, определив основные функции и структуры шрифтовой композиции.	2
	Самостоятельная работа. Создать композицию на соподчинение шрифтовых структур по масштабности и по контрасту.	2
	Самостоятельная работа. Создать эскиз шрифтового плаката.	2
	Самостоятельная работа. Разработать содержание шрифтового плаката.	2
Раздел 3. Формирование корпоративного стиля		
Тема 3.1. Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-концепция.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №23. Определение корпоративного /фирменного/ стиля. Значение корпоративного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы /предприятия/. Задачи фирменного стиля.	2
	Практическое занятие №24. Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования.	2
	Практическое занятие №25. Концептуальное решение проекта. Составляющие фирменного стиля. Основные концептуальные стилеобразующие элементы. Носители фирменного стиля. Система идентификации.	2
	Практическое занятие №26. Концептуальное решение корпоративного стиля торгового /производственного/ предприятия /фирмы/.	2
	Самостоятельная работа. Провести анализ аналогов корпоративного (фирменного) стиля.	2
	Самостоятельная работа. Создать номенклатуру комплекса носителей фирменного стиля.	2
	Самостоятельная работа. Создать комплексный проект–концепцию корпоративного стиля. Оформить бриф.	2
	Самостоятельная работа.	2

	Создать концепцию системы идентификации корпоративного стиля.	
	Содержание учебного материала	
Тема 3.2. Концептуальные стилеобразующие элементы / логотип, товарный знак, марка, эмблема фирмы/.	Практическое занятие №27. Историография появления и развития знаковых систем.	2
	Практическое занятие №28. Концептуальные стилеобразующие элементы – логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы.	2
	Практическое занятие №29. Формообразующие принципы и графические приёмы, применяемые в проектировании стилеобразующих элементов.	2
	Практическое занятие №30. Визуализация ассоциативного образа.	2
	Практическое занятие №31. Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы.	2
	Самостоятельная работа. Создать макет визуальных маркетинговых коммуникаций.	2
	Самостоятельная работа. Создать макет визуальных маркетинговых коммуникаций.	2
	Самостоятельная работа. Собрать материал и закомпоновать элементы шрифтов в определенном стиле.	2
	Самостоятельная работа. Собрать материал и разработать концепцию печатных документов по выбранной теме.	2
Самостоятельная работа. Создать эскиз модульной сетки с иллюстрациями и текстом. Создать эскиз концепции рекламных документов.	2	
Всего за 6 семестр: 92 часа = 30 часов СРС + 62 аудиторных часа (62 часа практических занятий)		
	7 семестр	
Тема 3.2. Составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №32. Система идентификации и фирменная папка.	2
	Практическое занятие №33. Основные составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля, их практическое значение.	2
	Практическое занятие №34.	2

	Принципы конструктивного построения и стилевого единства в комплексном проектировании элементов корпоративной рекламы.	
	Практическое занятие №35. Комплексное проектирование системы идентификации корпоративного /фирменного/ стиля.	2
Раздел 4. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама		
Тема 4.1. Информационно-графический комплекс и его направления.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №36. Информационно-графический комплекс, его рекламные функции.	2
	Практическое занятие №37. Причины возникновения и характер развития информационно-графических комплексов.	2
	Практическое занятие №38. Современные направления в информационной рекламе.	2
	Практическое занятие №39. Концептуальный проект информационно-графического комплекса: новизна мысли, рекламная стратегическая идея, функциональность, оригинальный графический ход, выразительность общего решения.	2
	Практическое занятие №40. Разработка концептуального проекта информационно – графического рекламного комплекса.	2
Тема 4.2. Виды печати и печатной продукции. Изобразительный рекламный плакат.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №41. Значение и роль печатной рекламной продукции.	2
	Практическое занятие №42. Современные виды печати /офсетная, цифровая, трафаретная, широкоформатная и др./	2
	Практическое занятие №43. Технологические процессы печати, их преимущества и недостатки.	2
	Практическое занятие №44. Виды печатной продукции.	2
	Практическое занятие №45. Новые технологии проектирования и производства печатной продукции.	2
	Практическое занятие №46. Составление примерного плана рекламной кампании для объекта с распределением бюджета по выбранным СМИ.	2
	Практическое занятие №47.	2

	Плакат как вид печатной рекламной продукции.	
	Практическое занятие №48. Классификация плакатов.	2
	Практическое занятие №49. Специфические приёмы и язык изобразительного рекламного плаката.	2
	Практическое занятие №50. Лаконичная выразительность формы и содержания.	2
	Практическое занятие №51. Использование фототехнологий в работе над плакатом.	2
	Практическое занятие №52. Разработка изобразительного рекламного плаката.	2
	Самостоятельная работа. Создать макет концептуального проекта. Закомпоновать элементы проекта.	2
	Самостоятельная работа. Создать рекламный текст.	2
	Самостоятельная работа. Создать макет информационно-графического комплекса.	2
	Самостоятельная работа. Подготовить обзор аналогов плакатов.	2
	Самостоятельная работа. Подготовить обзор выбора способа печати и бумаги.	2
	Самостоятельная работа. Создать макет плаката.	2
Тема 4.3. Дизайн-проект рекламного буклета.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №53. Рекламный буклет как вид печатной продукции в информационно-графическом комплексе.	2
	Практическое занятие №54. Функциональные задачи буклета.	2
	Практическое занятие №55. Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания буклета.	2
	Практическое занятие №56. Фоносемантический анализ имени бренда.	2
	Практическое занятие №57. Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете.	2

	Практическое занятие №58. Разработка дизайн-проекта рекламного буклета.	2
	Самостоятельная работа. Подготовить обзор аналогов буклетов.	2
	Самостоятельная работа. Подготовить подборку вариантов технологии печати.	2
	Самостоятельная работа. Подготовить обоснование решения.	2
	Самостоятельная работа. Подготовить анализ эскизов буклетов.	2
Раздел 5. Реклама товарной продукции		
Тема 5.1. Дизайн упаковки.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №59. Реклама товара, её виды.	2
	Практическое занятие №60. Функциональные задачи рекламы товара.	2
	Практическое занятие №61. Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений.	2
	Практическое занятие №62. Упаковка как вид рекламной продукции.	2
	Практическое занятие №63. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции.	2
	Практическое занятие №64. Виды и качественные различия упаковок.	2
	Практическое занятие №65. Дизайн и современные технологии.	2
	Практическое занятие №66. Материалы изготовления упаковочной продукции.	2
	Практическое занятие №67. Разработка дизайн-проекта упаковки товара.	2
	Самостоятельная работа. Выполнить компоновку текста буклета.	2

	Самостоятельная работа. Создать иллюстрации для буклета.	2
	Самостоятельная работа. Выполнить компоновку макета.	2
	Самостоятельная работа. Создать обложку. Создать разворот.	2
	Самостоятельная работа. Подготовить обзор аналогов упаковки.	2
	Самостоятельная работа. Конструировать и подобрать технологию.	2
	Самостоятельная работа. Создать развертку. Создать графические элементы.	2
	Самостоятельная работа. Создать упаковочную коробку.	2
Всего за 7 семестр: 108 часов = 36 часов СРС + 72 аудиторных часа (72 часа практических занятий)		
	8 семестр	
Тема 5.2. Реклама торгового предприятия. Проект фасада (вывески, витрины).	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №68. Комплексное решение рекламы торгового предприятия.	2
	Практическое занятие №69. Функциональные особенности и роль фасадной рекламы.	2
	Практическое занятие №70. Методика разработки дизайн-проекта витрины.	2
	Практическое занятие №71. Визуализация рекламной идеи.	2
	Практическое занятие №72. Технологические возможности и современные материалы, используемые для изготовления витрин.	2
	Практическое занятие №73. Разработка дизайн-проекта фасада торгового предприятия (вывески, витрины).	2
	Самостоятельная работа. Подготовить цветовой решение фасада.	2

	Самостоятельная работа. Создать вывеску.	2
	Самостоятельная работа. Выполнить компоновку элементов наружной рекламы.	2
	Самостоятельная работа. Подготовить обзор аналогов витрин.	2
	Самостоятельная работа. Создать проект витрин.	2
Тема 5.3. Реклама на транспорте.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №74. Целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах.	2
	Практическое занятие №75. Функциональность и психология восприятия рекламы на транспорте.	2
	Практическое занятие №76. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений рекламы, размещаемой на транспорте.	2
	Практическое занятие №77. Современные технологии реализации проекта.	2
	Практическое занятие №78. Проектное предложение размещения рекламы на транспорте.	2
Раздел 6. Объёмно-пространственные рекламные конструкции		
Тема 6.1. Дизайн-проект наружной рекламы.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №79. Рекламная композиция в пространстве города.	2
	Практическое занятие №80. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы.	2
	Практическое занятие №81. Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций.	2
	Практическое занятие №82. Материалы и технологии изготовления наружной рекламы.	2
	Практическое занятие №83. Световая реклама и светотехника.	2
	Практическое занятие №84.	2

	Разработка дизайн-проекта наружной рекламы.	
	Самостоятельная работа. Выполнить обзор аналогов экспозиционной рекламы. Выполнить компоновку дизайн сценария.	2
	Самостоятельная работа. Разработать проект концепции экспозиции. Разработать комплексное решение экспозиции.	2
	Самостоятельная работа. Разработать проект и подобрать материалы.	2
Тема 6.2. Экспозиционная реклама.	Содержание учебного материала	
	Практическое занятие №85. Экспозиционно-рекламные комплексы, их роль и задачи. Последовательность процесса создания экспозиции.	2
	Практическое занятие №86. Приёмы режиссуры пространства, реализации рекламной идеи, творческого замысла. Методы организации экспозиционного пространства, создания функциональных объёмов и структур. Типовые стендовые конструкции.	2
	Практическое занятие №87. Современные материалы и технологии изготовления экспозиций. Свет и цвет в рекламной экспозиции.	2
	Самостоятельная работа. Обосновать дизайнерские решения.	2
	Самостоятельная работа. Создать ортогональные проекции экспозиции.	2
	Самостоятельная работа. Визуализировать перспективу.	1
	Практическое занятие №88. Дифференцированный зачет.	2
Всего за 8 семестр: 63 часа = 21 час СРС + 42 аудиторных часа (42 часа практических занятий)		
ИТОГО: 184 часов = 64 часов СРС + 120 часа аудиторных (70 час лекций + 50 часов практических занятий)		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы дисциплины предполагает наличие учебного кабинета, лаборатории компьютерного дизайна.

Оборудование учебного кабинета рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий;
- комплект бланков технологической документации;
- комплект учебно-методической документации;
- учебные пособия.

Технические средства обучения кабинета:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- интерактивная доска (или проектор с проекционным экраном);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- внешние накопители информации;
- локальная сеть;
- доступ к глобальной сети Интернет.

Оборудование лаборатории компьютерного дизайна и рабочих мест лаборатории:

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

Технические средства обучения лаборатории компьютерного дизайна:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- интерактивная доска (или проектор с проекционным экраном);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- внешние накопители информации;
- локальная сеть;
- доступ к глобальной сети Интернет.
- аудиосистема.

3.2. Информационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Земсков Ю.П. Основы проектной деятельности: уч. пособие для студ. СПО/ Ю.П.Земсков, Е.В.Асмолова.- 2-е изд., стер.- СПб.: Издательство «Лань», 2020

Дополнительные источники:

1. Бокарев Т. Энциклопедия Интернет-рекламы.- М.; 2001.
2. Дизайн рекламы: Учебное пособие. – Ростов – на – Дону: Феникс, 1999.
3. Евстафьев В.А., Яссонов В.Н. Введение в медиапланирование.- М.; 1998.
4. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика.- М.; 1995.
5. Кромптон А. Мастерская рекламного текста.- М.; 1995.
6. Лосев А.Ф. Миф, число, символ.- М.; 1994.
7. Люшер М. Оценка личности посредством выбора цвета. - М.; 2000.
8. Мисюрлов Д.А. Политика и символы.- М.; 1999.
9. Михайлов Ю.М.Связи с общественностью по-русски. – М.: Бератор-Паблишинг, 2007. – 320 с
10. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации.- М.; 1998
11. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. М.: «Рефл-бук», М.: «Ваклер» - 2010. — 624 с.
12. Рекламный текст: семиотика и лингвистика. Сб. науч. ст.,- М.; 2000.
13. Ривс Р. Реальность в рекламе Пер. с англ.- М.; 1999.
14. Ромат Е. В. Реклама. — СПб.: Питер, 2003.
15. Тодоров Ц. Теории символа. М., 1998.
16. Успенский И. Энциклопедия интернет бизнеса.- Спб.; 2001.
17. Уэлс У., Бернет Д., Мориарти. Реклама: принципы и практика .- Спб.; 2001.
18. Фарби Э.Д. Как создать рекламу. – С.-Пб.: Питер, 2003.
19. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России.- Спб.; 2000.
20. Фуко М. Слова и вещи.- М.; 1997.

3.3. Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине ОП.ВЧ.08 «Проектирование рекламного продукта» определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При

этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype) , что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, и выполнения обучающимися индивидуальных заданий домашней работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – креативно мыслить, искать и находить оригинальные, нестандартные решения; – грамотно строить проектную работу от идеи до воплощения; – проектировать все основные виды рекламной продукции; – профессионально выполнять проект на всех стадиях от эскизирования до макетирования; – применять в процессе проектирования современные технологии (компьютерные, фотосъёмку и др.) – работать в группе, выполняя комплексные проектные задачи; – обосновывать, отстаивать и защищать проект; – креативно мыслить, искать и находить оригинальные, нестандартные решения; – грамотно строить проектную работу от идеи до воплощения; – проектировать все основные виды рекламной продукции; – профессионально выполнять проект на всех стадиях от эскизирования до макетирования; – применять в процессе проектирования современные технологии (компьютерные, фотосъёмку и др.) – работать в группе, выполняя комплексные проектные задачи; – обосновывать, отстаивать и защищать проект; 	<p>Оценка результатов выполнения практических работ в рамках практических занятий.</p> <p>Оценка результатов выполнения самостоятельных работ.</p> <p>Тестирование.</p>

<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – существующие виды и направления рекламной деятельности, структуру производства и особенности технологического процесса основных направлений в сфере рекламы; – теоретические основы и методы проектирования в графическом, промышленном и др. видах современного дизайна; – пластические и конструктивные свойства материалов, применяемых в рекламном производстве, возможности их обработки; – виды шрифтовых гарнитур и шрифтовую графику; – терминологию дизайнера и рекламиста; – существующие виды и направления рекламной деятельности, структуру производства и особенности технологического процесса основных направлений в сфере рекламы; – теоретические основы и методы проектирования в графическом, промышленном и др. видах современного дизайна; – пластические и конструктивные свойства материалов, применяемых в рекламном производстве, возможности их обработки; – виды шрифтовых гарнитур и шрифтовую графику; – терминологию дизайнера и рекламиста. 	<p>Оценка результатов выполнения практических работ в рамках практических занятий.</p> <p>Оценка результатов выполнения самостоятельных работ.</p>
---	--