

ГОБПОУ «Усманский многопрофильный колледж»

УТВЕРЖДАЮ:

директор

ГОБПОУ «Усманского многопрофильного колледжа

_____ Небогин А.В.

« ____ » _____ 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.09 Полиграфия и рекламная деятельность

Специальность *42.02.01 Реклама*

Уровень подготовки *базовый*

2016 г.

Рабочая программа учебной дисциплины Полиграфия и рекламная деятельность разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама.

Организация-разработчик: **Государственное областное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Усманский многопрофильный колледж»**

Разработчик:

Афанасьева О.В., преподаватель высшей квалификационной категории

Рассмотрена и рекомендована к утверждению на заседании предметно-цикловой комиссии педагогики, психологии и частных методик

(Протокол № _____ от « _____ » _____
2016 г.)

Председатель предметно- цикловой комиссии

Подпись (Минаева О.В.)
ФИО

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4	стр.
2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5	
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10	
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11	

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 09 Полиграфия и рекламная деятельность

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: учебная дисциплина относится к профессиональному учебному циклу программы подготовки специалистов среднего звена.

Дисциплина является практико-ориентированной. В ходе освоения данной учебной дисциплины обучающийся должен обладать общими компетенциями, включающими ряд способностей, а также профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности. Компетентности, сформированные в результате освоения программы, необходимы при изучении профессиональных модулей. Темы, входящие в программу, могут осваиваться в составе МДК для совершенствования практических навыков и дальнейшего формирования общих и профессиональных компетентностей.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *знать*:

- виды печатной продукции и материалы для её изготовления;
- назначение и функциональные возможности информационной системы Microsoft Publisher;
- особенности создания макетов рекламного продукта в издательской системе Microsoft Publisher;
- последовательный процесс разработки рекламной печатной продукции в издательской системе Microsoft Publisher;
- способы допечатной обработки изображения и текстового материала;
- специфические особенности разработки рекламного плаката;
- приёмы создания дизайн - проекта рекламной печатной продукции (буклета, календаря, открытки, каталога, наклейки, визитной карточки);
- виды конструкции и технические параметры полиграфической продукции;
- материалы для печатной рекламы, используемые в современном производстве;
- особенности полиграфического процесса;
- схему технологии издательско-полиграфического производства;
- иметь представление о компьютерной издательской системе.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *уметь*:

- использовать теоретические положения, изучаемые на занятиях, в профессиональной практике;
- производить обоснование дизайнерского решения;
- создавать эскизы различных видов рекламной печатной продукции;
- производить обработку и верстку текстов, отбор иллюстраций;
- разрабатывать дизайн-проекты и создавать оригинал макеты визиток, наклеек, буклетов, каталогов, календарей, с помощью программы Microsoft Publisher;
- проектировать и подготавливать к печати изобразительный рекламный плакат, используя современные технологии.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 90 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 60 часов; самостоятельной работы обучающегося 30 часов.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	90
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	60
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	25
контрольные работы	-
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	30
в том числе:	
Оформление творческой папки «Виды рекламной полиграфии»	2
Подобрать примеры различных видов печатной рекламы	2
Определение ассортимента материалов для печатной рекламы в современном производстве.	2
Подготовка презентации по теме	2
Подбор и систематизация текстового и визуального материала в сети Интернет	2
Проработка конспекта занятия по теме	2
Сравнительный анализ рынка печатной продукции. Верстка и изготовление оригинала макета; Изготовление макета различных видов наклеек, календаря, открытки, рекламного объявления	8

Сравнительный анализ рынка печатной продукции Верстка и изготовление оригинала макета; Изготовление макета различных видов буклетов, визиток, плакатов	8
Подготовка презентации по теме.	2
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

**2.2. Примерный тематический план и содержание учебной дисциплины
ПОЛИГРАФИЯ И РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	
1	2	3	
Раздел 1. Введение			
Тема 1.1. Понятие полиграфической рекламы и ее виды	Содержание учебного материала		
	1. Цели и задачи полиграфии. Краткая история печатной рекламы	3	2
	2. Виды рекламной полиграфии. Преимущества полиграфической рекламы		
	3. Полиграфия как один из видов размещения рекламы		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	-	
	Контрольная работа	-	
Тема 1.2 Печатная реклама	Содержание учебного материала		
	1. Выделение сегмента печатной рекламы во всем многообразии печатной продукции.	3	2
	2. Особенности и классификация		
	3. Роль и значение печатной рекламы		
	Лабораторные работы	-	
	Практическая работа №1 Выделение сегмента печатной рекламы во всем многообразии печатной продукции.	2	3
	Контрольная работа	-	
	Самостоятельная работа обучающихся № 2	2	3
	1.Подобрать примеры различных видов печатной рекламы		
Раздел 2. Технические параметры печатной рекламы. Изготовление печатной рекламы			
Тема 2.1. Материалы для печатной рекламы	Содержание учебного материала:		
	1. Материалов для печатной рекламы в современном производстве	2	2
	Лабораторные работы		
	Практическая работа №2. Определение ассортимента материалов для печатной рекламы в современном производстве	2	3
	Контрольная работа	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	3
	1.Определение ассортимента материалов для печатной рекламы в современном производстве.		
Тема 2.2. Конструкции и технические параметры полиграфической продукции.	Содержание учебного материала		
	1. Виды конструкции и технические параметры полиграфической продукции	2	2
	2. Суть полиграфического процесса	2	2
	3. Схема технологии издательско-полиграфического производства	2	3
	Лабораторные работы	-	

	Практическая работа №3. Выбор конструкторско-художественного оформления полиграфической продукции	2	3
	Контрольная работа	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1.Подготовка презентации по теме	2	3
Тема 2.3. Изготовление печатной рекламы.	Содержание учебного материала		
	1. Последовательный процесс разработки рекламной печатной продукции. Анализ аналогов продукции. Разработка эскиза (варианты). Выбор оптимального варианта. Подбор текстовых и визуальных материалов и их компоновка. Создание оригинал-макета с помощью программного обеспечения.	4	3
	Лабораторные работы	-	
	Практическая работа № 4-5 Разработка эскиза плаката (варианты). Выбор оптимального варианта. Подбор материалов и компоновка. Создание оригинал-макета плаката	2	3
	Контрольная работа	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1.Подбор и систематизация текстового и визуального материала в сети Интернет	2	3
Тема 2.4 Технологический процесс изготовления печатной рекламы	Содержание учебного материала		
	1. Процесс изготовления печатной рекламы. Выбор технологического процесса изготовления печатной рекламы.	2	
	Лабораторные работы		
	Практическая работа № 6 Подготовка презентации по теме	2	3
	Контрольная работа	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. Проработка конспекта занятия по теме	2	3
Тема 2.5. Использование возможностей программы MicrosoftPublisher для создания печатной рекламы	Содержание учебного материала		
	1. Назначение информационной системы Microsoft Publisher. Основы работы в Microsoft Publisher. Запуск программы. Рабочая область программы. Интерфейс информационной системы Microsoft Publisher. Меню программы. Описание и назначение элементов интерфейса. Параметры публикации. Параметры страницы публикации. Справочная система.	2	2
	2. Работа с текстовой информацией. Добавление текста. Работа с текстовым полем. Изменение его внешнего вида.	2	2
	3. Добавление, перемещение и форматирование рисунков и изображений. Графические элементы. Коллекция картинок. Сканированные фотографии, изображения, снятые цифровым фотоаппаратом. Изменение, замена изображений, добавление нового рисунка в публикацию. Способы стандартных вариантов обтекания текстом. Шрифтовые схемы.	1	
	4. Цветовое оформление публикации. Изменение фона публикации. Способы заливки. Цветовые схемы	1	
	5. Создание новой публикации. Использование различных типов публикации. Создание персонального информационного профиля. Использование набора макетов для публикации. Режим просмотра публикации.	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практическая работа № 7 Работа с текстовой информацией в программе	1	3
	Практическая работа № 8 Работа с объектами публикации: графикой, фотографиями и рисунками	1	3
	Практическая работа № 9. Внесение изменений в заранее созданный макет	1	3
	Практическая работа № 10. Создание и планирование макета рекламного продукта в издательской системе Microsoft Publisher: наклейка, календарь, открытка, рекламное объявление (по выбору студента)	4	3
	Контрольная работа	-	

	Самостоятельная работа обучающихся: 1.Сравнительный анализ рынка печатной продукции. Верстка и изготовление оригинала макета; 2.Изготовление макета различных видов наклеек, календаря, открытки	8	3
Тема 2.6. Создание дизайн макета рекламно- полиграфической продукции	Содержание учебного материала		
	1. Создание печатных материалов в издательской системе Microsoft Publisher: буклет, каталог, визитка	1	2
	2. Анализ аналогов и прототипов печатной продукции	1	
	3. Планирование оригинал-макета печатных материалов	1	
	4. Основные составляющие дизайна печатной продукции.	1	
	5. Разработка элементов изобразительного и текстового наполнения макета печатной продукции	1	
	6. Разработка компьютерного оригинал-макета	1	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия		
	1. Выполнение эскизов. Обоснование дизайнерского решения	2	3
	2. Верстка текстов и отбор иллюстраций	2	
	3. Создание оригинала печатной продукции	2	
	Контрольная работа	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1.Сравнительный анализ рынка печатной продукции 2.Верстка и изготовление оригинала макета; 3.Изготовление макета различных видов буклетов, каталогов, визиток	8	3
Тема 2.7. КИС (компьютерная издательская система)	Содержание учебного материала		
	1. Компьютерная издательская система.	1	2
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа № 11 Разработка презентации. Дифференцированный зачет	2	3
	Контрольная работа	-	
	Самостоятельная работа обучающихся 1.Подготовка презентации по теме.	2	3
	Всего:	90	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины предполагает наличие кабинета «Проектирования рекламной продукции».

Оборудование учебного кабинета: УМК учебной дисциплины (учебники, методические рекомендации по организации и проведению практических занятий, самостоятельной работы студентов, учебно-наглядные пособия по дисциплине, видеофильмы и т.п.).

Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук, колонки, доступ к глобальной сети Интернет, внешние накопители информации.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Маркетинг рекламы: Учебное пособие / М.А. Блюм. Герасимов Б.И. Молоткова Н.В.- Васильев Г.А., Профессиональное образование. Гриф. – М., 2015
2. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г., Ольхова Л.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: Издательство «Альфа – М», 2016

Дополнительные источники:

1. Антипов К. Основы рекламы: учебник.- М.: Дашков и К, 2016
2. Васильев Г.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М, 2016
3. Хапенков В.Н. Организация рекламной деятельности: учебное пособие / В. Н. Хапенков, О. В. Сагинова, Д. В. Федюнин. - 4-е изд., стер. – М.: Академия, 2015.
4. Образовательная платформа ЭБС «Юрайт».
5. Кнабе Г. А. Оперативная полиграфия. Организация бизнеса и эффективное управление цифровой мини-типографией. Издательства: Диалектика, Вильямс, 2016 г. - 240 с.
6. Кобулашвили, Рошупкин, Полукаров: Разработка и технологии производства рекламного продукта. Учебное пособие. – Издательство: Кнорус, 2012.
7. Стефанов Стефан Полиграфия и технологии печати, Издательство: Либроком, 2016 г. - 144 с.
8. Феличи. Типографика: шрифт, верстка, дизайн. - СПб.: БХВ-СПб, 2014.
9. Попов Ю.Г., С. Н. Абражевич, QuarkXPress 7. Верстка на компьютере с нуля! (+ CD-ROM), Издательство: Лучшие Книги, 2008 г. - 352 с.
10. Современный дизайн. Пошаговое руководство. Техника рисования... Майк В. : Лин; Пер. с англ. О.П. Бурмаковой.-М.: АСТ: Астрель, 2016.
11. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. – СПб.: БХВ- Петербург, 2014.

Электронные ресурсы:

1. Сайт "MADEART - все для дизайнера".Проект команды «Media-kit». Проект посвящен дизайну и всему, что с ним связано. Все новости в мире дизайна, уроки, конкурсы, выставки, а так же работа для дизайнеров и многое другое. Форма доступа: <http://made-art.ru/>
2. Интернет сайт "PROGIMP". Уроки, статьи и файлы по графическому редактору GIMP. Форма доступа: <http://www.progimp.ru/>

<http://www.poly3.ru/info/oborud/oborud>

<http://www.profobrazovanie.org>

<http://printing.web-3.ru/recommended/basics/>

<http://www.expresspreprint.ru/publications-view-55.html>

<http://www.vvsu.ru/newddm/presentation/details/material/10182262>

<http://www.pechatnyj-dvor.su>

<http://www.ixbt.com/soft/microsoft-publisher.shtml>

<http://rudocs.exdat.com/docs/index>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины Полиграфия и рекламная деятельность осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Промежуточным контролем освоения обучающимися дисциплины Полиграфия и рекламная деятельность является **дифференцированный зачет**.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:</i>	
– производить обоснование дизайнерского решения	практические занятия
– создавать эскизы различных видов рекламной печатной продукции	практические занятия индивидуальные задания
– производить обработку и верстку текстов, отбор необходимых иллюстраций	практические занятия индивидуальные задания
– разрабатывать дизайн-проект и создавать оригинал макеты визиток, наклеек, буклетов с помощью программы Microsoft Publisher;	практические занятия индивидуальные задания разработка авторских материалов
– проектировать и подготавливать к печати изобразительный рекламный плакат, используя современные технологии – использовать теоретические положения, изучаемые на занятиях, в профессиональной практике	практические занятия проектирование и разработка оригинал-макетов индивидуальные задания
<i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:</i>	
– виды печатной продукции и материалы ее изготовления	устный опрос; практические занятия
– способы построения шрифтовой композиции и образной визуализации текстового содержания	устный опрос; практические занятия
– назначение и функциональные возможности информационной системы Microsoft Publisher	устный опрос; практические занятия
– особенности создания макетов рекламного продукта в издательской системе Microsoft Publisher	устный опрос; практические занятия
– последовательный процесс разработки рекламной печатной продукции в издательской системе Microsoft Publisher;	устный опрос; практические занятия; индивидуальные консультации на практических занятиях
– способы допечатной обработки изображения и текстового материала	устный опрос; практические занятия

<ul style="list-style-type: none"> – специфические особенности разработки рекламного плаката 	
<ul style="list-style-type: none"> – приёмы создания дизайн - проекта рекламного буклета. 	<p>устный опрос; практические занятия; индивидуальные консультации на практических занятиях</p>
<ul style="list-style-type: none"> – виды конструкции и технические параметры полиграфической продукции; – материалы для печатной рекламы, используемые в современном производстве; – особенности полиграфического процесса; – схему технологии издательско-полиграфического производства; – иметь представление о компьютерной издательской системе. 	<p>устный опрос</p>
	<p><i>Методы оценки результатов обучения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся; - накопительная система баллов, на основе которой выставляется итоговая отметка; - традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу, на основе которых выставляется итоговая отметка.