

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Х.М. БЕРБЕКОВА»**

Колледж дизайна

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа дизайна КБГУ



/Канлов А.М.

2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.03 ИСТОРИЯ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

Программа подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Среднее профессиональное образование

Квалификация выпускника

Специалист по рекламе

Очная форма обучения

Нальчик, 2025

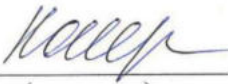
Рабочая программа учебной дисциплины ОП.03 История экранных искусств разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.07.2023 № 552, учебного плана по программе подготовки специалистов среднего звена Реклама.

Составитель: Завода О.С., преподаватель колледжа дизайна

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании ПЦК «Графический дизайн и дизайн среды»

Протокол № 6 от «19 » марта 2025 года.

Председатель ЦК



(подпись) Каширокова И.Е.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.03 ИСТОРИЯ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Учебная дисциплина «История экранных искусств» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

Учебная дисциплина «История экранных искусств» обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама. Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1.

1.2. Цели и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1.	- работать в конструкторе по созданию сайтов Tilda Publishing; - применять графические программы для обработки и создания изображений; - пользоваться онлайн сервисами для создания сайтов; - создавать проморолик; - работать в графическом редакторе Adobe Photoshop Lightroom; - работать в графическом редакторе Adobe Photoshop; - работать в графическом редакторе Adobe Illustrator; - работать в графическом редакторе Adobe Premiere Pro; - создавать дизайн официального сайта предприятия; - создавать дизайн интернет-магазина организации.	- графических программ для обработки и создания изображений (пакет Adobe); - особенностей видеосъёмки рекламного ролика; - принципы разработки дизайна сайта.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	74
в т.ч. в форме практической подготовки	28
В т. ч.:	
теоретическое обучение	26
практические занятия	28
консультации	2
Промежуточная аттестация в форме экзамена	18

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.03 История экранных искусств

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	
Раздел 1. Эволюция рекламы		4/-	
Тема 1.1	Содержание учебного материала	4	
Графическая реклама. Полиграфическая реклама (17-18 вв.). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века	1. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Значимость рекламы на рынке. Важность и необходимость рекламы. Основной понятийный аппарат рекламной деятельности.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1.
	2. Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века. Летучие листки, афиши. Печатные издания 17-19 веков, их основатели, рекламные объявления. Рекламные агентства. Плакат конца 19 - начала 20 веков.	2	
Тема 1.2	Содержание учебного материала	4/-	
Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России	1. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России. Творчество художников – плакатистов эпохи индустриализации. Реклама товаров народного потребления.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1.
	2. Агитационная реклама. Стилистические решения.	2	
Тема 1.3	Содержание учебного материала	4/-	
Зарождение	1. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1.

телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов	Первая телевизионная реклама (реклама часов – США, 1941 г., реклама кукурузы – СССР, 1964 г.)		
	2. Деятельность объединения «Союзторгреклама» при Министерстве торговли СССР. Главное управление торговой рекламы в составе Центросоюза, Межведомственный совет по рекламе при Министерстве торговли СССР. Создатели, разбор примеров.	2	
Тема 1.4 Реклама 90х-2000х	Содержание учебного материала	4/-	
	1. Реклама 1990-2000х. Печатная реклама. Видео реклама, реклама с товарами народного потребления, агрессивная реклама.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1.
	2. Интернет-реклама, первая интернет-реклама 1994 г., эпоха баннерной рекламы.	2	
Раздел 2. Современная реклама			
Тема 2.1 Современные направления в рекламе	Содержание учебного материала	4/-	
	1. Современные направления в рекламе. Медийная реклама, E-mail маркетинг, контент-маркетинг, SEO, SMM, таргет, ретаргет, контекстная реклама.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1.
	2. Управление репутацией в рекламе. ORM, крауд-маркетинг.	2	
Тема 2.2 Ведущие рекламные агентства и их работы	Содержание учебного материала	4/-	
	1. Ведущие рекламные агентства и их работы. GETBRAND, Russ Outdoor, Ingate, Группа АДВ.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1.
	2. Ведущие рекламные агентства и их работы. Public Totem, Mediascope, Студия Артемия Лебедева и т.д.	2	
Тема 2.3 Креативные	Содержание учебного материала	4/14	
	1. Креативные методы, используемые в современной рекламе. Гипербола,	2	

методы, используемые в современной рекламе	литота, известный персонаж, показ товара в экстремальных условиях, до и после		ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1.
	2. Визуальная метафора, демонстрация результатов неиспользования товара, демонстрация способа изготовления/производства товара, метаморфоза и т.д.	2	
	В том числе практических занятий	14	
	Практическое занятие №1. Разработка идей и эскизов рекламных баннеров с применением креативных методов, на заданные темы.	14	
Тема 2.4 Инсайт и ключевой рекламный образ	Содержание учебного материала	-/14	
	1. Инсайт и ключевой рекламный образ. Определения, разбор примеров, приемы разработки.		ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ПК 4.1.
	В том числе практических занятий	14	
	Практическое занятие №2. Создание инсайтов и ключевых, рекламных образов в идеях и эскизах на заданные темы.		
Промежуточная аттестация в форме экзамена		18	
Самостоятельная работа			
Консультации		2	
Объем образовательной программы		74/28	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебной лаборатории информатики и информационно-коммуникационных технологий.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- оборудованное рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методических материалов;
- комплект учебно-наглядных пособий;

Технические средства обучения: компьютеры, интерактивная доска с программным обеспечением

Программное обеспечение: Microsoft Office (Word, Excel), Fine Rider, Internet Explorer.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

3.2.1. Основные источники:

1. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16035-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566468>
2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561024>

3.2.2. Дополнительные источники:

1. Безрукова, Е. А. Шрифты: шрифтовая графика: учебное пособие для вузов/ Е. А. Безрукова, Г. Ю. Мхитарян; под научной редакцией Г. С. Елисеенкова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 116 с.
2. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст: электронный// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025> (дата обращения: 13.04.2024).
3. Корытов, О. В. Газетная иллюстрация: учебное пособие для вузов / О. В. Корытов, Е. А. Силина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 84 с.
4. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 139 с.
5. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 181 с.
6. Нуркова, В. В. Психология фотографии. Культурно-исторический анализ: монография / В. В. Нуркова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023.

3.2.3. Электронные ресурсы

1. Виртуальная школа графического дизайна Бориса Поташника: [сайт]. — Москва, 2009-2023. - <https://creativshik.com> (дата обращения 03.04.2024). — Режим доступа: для

зарегистрир. пользователей.

2. Шрифт: электронный журнал. – URL: <https://typejournal.ru/> (дата обращения: 03.04.2024). – Текст: электронный.
3. Оди — издание для дизайнеров, которое старается помогать им в работе и профессиональном развитии: электронный журнал. – URL: <https://awdee.ru> (дата обращения 04.04.2024). – Текст: электронный.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины –графических программ для обработки и создания изображений (пакет Adobe); –особенностей видеосъемки рекламного ролика; –принципы разработки дизайна сайта; –законов фотокомпозиции; –основных принципов фотосъемки различных жанров; –актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; –основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; –основы проектной деятельности; –стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.	- использование возможностей интернет-ресурсов; - использование программ для графической обработки изображений; -применение исторических стилей в разработке визуальных решений; - соблюдение законов фотокомпозиции и принципов фотосъемки различных жанров; - применение приемов в разработке визуальных и текстовых материалах для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - использование технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в соответствии поставленным задачам; - аргументация выбранного решения.	Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы Зачет в виде просмотра презентации
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины - работать в конструкторе по созданию сайтов Tilda Publishing; - применять графические программы для обработки и создания изображений; - пользоваться онлайн сервисами для создания сайтов; - создавать проморолик; - работать в графическом редакторе Adobe Photoshop Lightroom;	- подбор и применение оригинальных визуальных и текстовых элементов на основе поставленных задач; - поиска и подбора оригинального нейма и слогана.	Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы Зачет в виде просмотра презентации

- работать в графическом редакторе Adobe Photoshop; - работать в графическом редакторе Adobe Illustrator; - работать в графическом редакторе Adobe Premiere Pro; - создавать дизайн официального сайта предприятия; - создавать дизайн интернет-магазина организации;		
---	--	--