

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.03 ИСТОРИЯ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

Специальность: 42.02.01 Реклама

Рабочая программа учебной дисциплины **ОП.03 История экранных искусств** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования **42.02.01 Реклама**, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 27 октября 2023 г. №798.

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Бирский кооперативный техникум»

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.03 История экранных искусств»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

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

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	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; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной

	<p>средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<p>деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p>
ОК 03	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования</p>	<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты</p>
ОК 04	<p>организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности</p>
ОК 05	<p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>	<p>особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений</p>
ОК 09	<p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые</p>	<p>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум,</p>

	<p>общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p>	<p>относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности</p>
ПК 1.4	<p>- Принципов выбора каналов коммуникации</p> <p>Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>...- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий</p> <p>- Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей</p>	<p>Преобразовывать требования заказчика в бриф</p>
ПК 2.2	<p>- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</p> <p>- логику и структуру плана рекламной кампании;</p> <p>- логику и структуру медиаплана;</p> <p>- структуру брифа и требования к нему;</p> <p>- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании</p>	<p>- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды;</p> <p>- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;</p> <p>- создавать план РК с учетом поставленных целей и задач;</p> <p>- осуществлять медиапланирование;</p> <p>- определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета;</p> <p>- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ;</p> <p>- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний;</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет 	<ul style="list-style-type: none"> - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных 	<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;

	<p>средств, облачных и сетевых технологий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; 	
ПК 4.3	<ul style="list-style-type: none"> - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа 	<ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения;

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	42
в т.ч. в форме практической подготовки	18
в т. ч.:	
теоретическое обучение	20
практические занятия	18
Самостоятельная работа	2
Промежуточная аттестация	2

Во всех ячейках со звездочкой () (в случае её наличия) следует указать объем часов, а в случае отсутствия убрать из списка за исключением самостоятельной работы.*

1.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
	<p>Введение. Дисциплина «История экранных искусств», ее связь с дисциплинами учебного плана.</p> <p>Основные задачи дисциплины. Ее роль в формировании у студентов насмотренности и профессиональных компетенций. Краткая характеристика основных разделов программы. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении программы дисциплины. Значимость рекламы на рынке. Развитие рекламы в обществе и бизнесе. Важность и необходимость рекламы. Основной понятийный аппарат рекламной деятельности.</p>	2	
	Раздел 1. Эволюция рекламы	8	
Тема 1.1. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>1. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века. Летучие листки, афиши. Печатные издания 17-19 веков, их основатели, и рекламные объявления . Рекламные агентства. Плакат конец 19 начала 20х веков.</p>	2	<i>OK 01, OK 02, OK 05, OK 06, OK 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	Содержание учебного материала	2	

Тема 1.2. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России	<p>1. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России Творчество художников – плакатистов эпохи индустриализации</p> <p>Реклама товаров народного потребления.</p> <p>Агитационная реклама</p> <p>Стилистические решения.</p>	2	<i>OK 01, OK 02, OK 05, OK 06, OK 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
Тема 1.3. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов	Содержание учебного материала	2	<i>OK 01, OK 02, OK 05, OK 06, OK 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	<p>1. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов. Первая телевизионная реклама (реклама часов-США в 1941, реклама кукурузы - СССР, 1964г)</p> <p>Деятельность «Союзторгреклама»1966 при Министре торговли СССР.</p> <p>Создатели, разбор примеров.</p>	2	
Тема 1.4. Реклама 90х-2000х	Содержание учебного материала	2	<i>OK 01, OK 02, OK 05, OK 06, OK 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	<p>1. Реклама 90х-2000х Печатная реклама.</p> <p>Видео реклама: для оптовиков 1991 г, реклама с товарами народного потребления, агрессивная реклама.</p> <p>Интернет реклама: первая интернет реклама 94г, эпоха баннерной рекламы</p>	2	
Раздел 2. Современная реклама		28	
Тема 2.1. Современные направления в рекламе.	Содержание учебного материала	2	<i>OK 01, OK 02, OK 05, OK 06, OK 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	<p>1. Современные направления в рекламе. Медийная реклама, E-mail-маркетинг, Контент-маркетинг, Крауд-маркетинг, SEO, ORM, SMM, Таргет, Ретаргет, Контекст.</p>	2	
	Содержание учебного материала	2	

Тема 2.2. Ведущие рекламные агентства и их работы	1. Ведущие рекламные агентства и их работы. GETBRAND, Russ Outdoor, Ingate, Группа АДВ, Public Totem, Mediascope, Студия Артемия Лебедева и т.д.	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
Тема 2.3. Креативные методы, используемые в современной рекламе	Содержание учебного материала	4	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	1. Креативные методы, используемые в современной рекламе. Гипербола, литота, известный персонаж, показ товара в экстремальных условиях, до и после, визуальная метафора, демонстрация результатов неиспользования товара, демонстрация способа изготовления/производства товара, Метаморфоза . т.д.	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	Практическое занятие 1. Разработка идей и эскизов рекламных баннеров с применением креативных методов, на заданные темы.	8	
Тема 2.4. Инсайт и ключевой рекламный образ	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	1. Инсайт и ключевой рекламный образ Определения, разбор примеров, приемы разработки.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	10	
	Практическое занятие 2. Создание инсайтов и ключевых, рекламных образов в идеях и эскизах на заданные темы.	10	
Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой) (планирование выполнения курсового проекта (работы), определение задач работы, изучение литературных источников, проведение предпроектного исследования)		2	
Промежуточная аттестация: Зачет		2	
Всего:		42	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Истории экранных искусств», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания:

1. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с.

2. Кузвесова, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для вузов / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с.

3. Курумчина, А. Э. Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки : учебное пособие для вузов / А. Э. Курумчина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 119 с.

4. Тугендхольд, Я. А. Художественная культура Запада / Я. А. Тугендхольд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 169 с.

5. Кобытов, О. В. Газетная иллюстрация : учебное пособие для вузов / О. В. Кобытов, Е. А. Силина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 84 с.

6. Нуркова, В. В. Психология фотографии. Культурно-исторический анализ : монография / В. В. Нуркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023.

7. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с.

8. Почакаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почакаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 223 с.

9. Кузвесова, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для вузов / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023.

10. 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. —

11. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. —

12. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. —

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. —

3.2.2. Основные электронные издания

1. <https://urait.ru/author-course/proektirovanie-i-ocenka-reklamnogo-obraza-517025>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
основы истории рекламы, различные источники поиска информации, современные технологии и тенденции в области рекламы, терминологию, иметь визуальный опыт-насмотренность.	<ul style="list-style-type: none"> - использование возможности интернет-ресурсов -применение исторических стилей в разработке визуальных решений - 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 решение 	<p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p> <p>Зачет в виде просмотра презентации</p>
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
создавать инсайты , ключевые визуальные решения, используя креативные приемы, на основных рекламных носителях	<ul style="list-style-type: none"> - подбор и применение оригинальных визуальных и текстовых элементов на основе поставленных задач. - поиска и подбора оригинального нейма и слогана. 	<p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p> <p>Зачет в виде просмотра презентации</p>