

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

ОБЛАСТНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«БОРОВИЧСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

СОГЛАСОВАНО

На заседании педагогического совета
Протокол № 1
от « 30 » 08 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор областного государственного
автономного профессионального
образовательного учреждения «Боровичский
педагогический колледж»


Л.А. Петрова
« 30 » 08 2024 г.

Дополнительная общеобразовательная программа

Рекламный дизайн

Уровень программы: базовый
Вид программы: общеразвивающая
Уровень программы: разноуровневая
Возраст детей: от 15 до 20 лет
Срок реализации: 1 год
Разработчик: преподаватели ОГА ПОУ
«Боровичский педагогический колледж»,
В.А. Бойцова, Н.В. Светлова

Боровичи,
2024 год

Содержание

1. Пояснительная записка	3
2. Содержание программы	6
2.1 Учебный план	6
3. Формы аттестации	12
4. Условия реализации программы	12

Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная программа «Рекламный дизайн» (далее программа) имеет социально-гуманитарную направленность и разработана для обучающихся в возрасте от 15 до 20 лет.

Программа разработана в соответствии со следующей нормативной базой:

Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»,

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»,

Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28 сентября 2020 № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;

Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28.01.2021 № 2 «Об утверждении санитарных правил и норм СанПиН 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания»

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.09.2021 № 652н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»;

Распоряжение Правительства РФ от 31.03.2022 № 678-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей и признании утратившим силу Распоряжения Правительства РФ от 04.09.2014

№1726-р» (вместе с «Концепцией развития дополнительного образования

детей до 2030 года»)

Порядок организации внеучебной воспитательной деятельности Приказ от 06.04.2021 №304.

Программа разработана в соответствии со следующей нормативной базой:

Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»,

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»,

Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28 сентября 2020 № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;

Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28.01.2021 № 2 «Об утверждении санитарных правил и норм СанПиН 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания»

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.09.2021 № 652н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»;

Распоряжение Правительства РФ от 31.03.2022 № 678-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей и признании утратившим силу Распоряжения Правительства РФ от 04.09.2014 №1726-р» (вместе с «Концепцией развития дополнительного образования детей до 2030 года»)

Порядок организации внеучебной воспитательной деятельности Приказ

от 06.04.2021 №304.

Актуальность программы «Рекламный дизайн» связана со смещением фокуса внимания обучающихся в сторону цифровых форм и методов коммуникации. Параллельно с этим процессом у подростков ослабевают навыки межличностного общения в реальной жизни. Умение и способность выстроить эффективную коммуникацию имеет большое значение в успешной учебе, и в повседневной жизни подростка.

Новизна программы выражается в том, что формирование и развитие навыков рекламной деятельности и графического дизайна обучающихся осуществляется систематически, на основе цикла разноуровневых заданий

Педагогическая целесообразность данной программы позволяет применять знания из разных предметных областей, которые воплощают идею развития рекламной грамотности и навыков коммуникации у каждого учащегося. Также особенностью программы является то, что каждое занятие состоит из теоретической и практической части, что позволяет реализовывать личностно-деятельностный подход образовательного процесса, способствующий развитию и мотивации личности к познанию и творчеству, самореализации и самоопределению.

Уровень сложности - базовый, что обеспечивает трансляцию общей целостной картины в рамках содержательно-тематического направления программы.

Направленность программы: социально-гуманитарная.

Цель программы: формирование и развитие дизайнерских и коммуникативных способностей у обучающихся, на повышение эффективности деятельности в области рекламы.

Задачи программы:

Обучающие:

– содействовать формированию, развитию и совершенствованию основных коммуникативных навыков

– создать условия для накопления учащимися коммуникативного багажа

на основе общения в малых группах

- формировать представления о рекламном рынке;
- обучать элементарным навыкам графического дизайна;
- формировать умения и навыки практического владения инструментами векторных программ;
- обучать навыкам композиции и графического конструирования;
- содействовать формированию, развитию и совершенствованию основных коммуникативных навыков;
- создать условия для накопления обучающимися коммуникативного багажа на основе общения в малых группах;

Развивающие:

- развивать самоконтроль в отношении дисциплины;
- развивать навыки работы с графическими программами;
- развивать адекватную оценочную деятельность;
- развивать творческие способности, внимание, мышление и воображение.

Воспитывающие:

- воспитывать интерес к окружающим людям, развивать чувства понимания и потребности в общении;
- формировать ценностное отношение детей к нормам и правилам нравственного поведения.
- воспитывать культуру уважительного и эффективного общения;
- способствовать воспитанию уважения к собеседнику любой культуры, национальности и традиций.

Уровень сложности - базовый, что обеспечивает трансляцию общей целостной картины в рамках содержательно-тематического направления программы.

Данная программа имеет социально-гуманитарная направленность и предназначена для обучающихся в возрасте от 15 до 20 лет иных требований к участникам не предъявляется.

Срок реализации программы - 50 часов.

Режим занятий

Продолжительность занятия 2 академических часа, 1 раз в неделю.

Форма реализации программы

Форма обучения	очная
Образовательная технология	лично-ориентированная
Форма организации содержания и процесса педагогической деятельности	интегрированная
Форма и тип организации работы обучающихся	индивидуальная и групповая работы
Форма обучения и виды занятий	практические занятия (тренинги, игры), мастер-классы

Учебный план

Наименование разделов и тем	Общее количество учебных часов	В том числе:		Форма аттестации/контроля
		Теор.	Практич	
Вводное занятие.	1	1		
Правила техники безопасности.	24			
Раздел 1. Реклама	1	0,5	0,5	
Исследование рынка	2	1		
Составление брифа	2	1	1	
Составление плана РК	2	1	1	
Разработка медиаплана	2	1	1	
Разработка медиаграфика	2	1	1	
Выбор носителей рекламы	2	1	1	
Составление текста для выбранных носителей	2	1	1	
Разработка креатива для выбранных носителей	2	1	1	
Мокапы рекламных носителей	2	1	1	
Настройка рекламы в рекламном кабинете	2	1	1	
Оценка эффективности РК	2	1	1	зачет
Рефлексия	26			
Раздел 2. Графический дизайн				
2.1. Обработка растровых изображений в программе Adobe Photoshop.	2	1	1	
2.1.1 Знакомство с рабочей областью, изучение панели инструментов. Создание выделенных областей и работа с ними	2	1	1	
2.1.2 Инструменты рисования и	2	1	1	

редактирования				
2.1.3 Создание масок и работа с альфа-каналами.	2	1	1	
Работа с быстрыми масками	2	1	1	
2.1.4 Текстовые слои		1	1	
2.1.5 Цветовая и тоновая коррекция фотографий	2	1	1	
2.1.6 Ретушь изображения	2	1	1	зачет
2.2. Создание векторных изображений в программе Adobe Illustrator	2	1	1	
2.2.1 Знакомство с рабочей областью, изучение панели инструментов	2	1	1	
2.2.2 Создание простых форм с помощью геометрических примитивов	2	1	1	
2.2.3 Создания сложных форм из простых при помощи панели инструментов	2	1	1	
2.2.4 Операции с геометрическими примитивами	2	1	1	Зачёт
	50			

Содержание учебного плана

Вводное занятие.

Правила техники безопасности.

Раздел 1. Реклама

Исследование рынка

Составление брифа

Составление плана РК

Разработка медиаплана

Разработка медиаграфика

Выбор носителей рекламы

Составление текста для выбранных носителей

Разработка креатива для выбранных носителей

Мокапы рекламных носителей

Настройка рекламы в рекламном кабинете

Оценка эффективности РК

Рефлексия

Раздел 2. Графический дизайн

2.1. Обработка растровых изображений в программе Adobe Photoshop.

2.1.1 Знакомство с рабочей областью, изучение панели инструментов.

Создание выделенных областей и работа с ними

2.1.2 Инструменты рисования и редактирования

2.1.3 Создание масок и работа с альфа-каналами.

Работа с быстрыми масками

2.1.4 Текстовые слои

2.1.5 Цветовая и тоновая коррекция фотографий

2.1.6 Ретушь изображения

2.2. Создание векторных изображений в программе Adobe Illustrator

2.2.1 Знакомство с рабочей областью, изучение панели инструментов

2.2.2 Создание простых форм с помощью геометрических примитивов

2.2.3 Создания сложных форм из простых при помощи панели

инструментов

2.2.4 Операции с геометрическими примитивами

2.2.5 Работа с текстом (текст в области, текст по контуру, преобразование текста в кривые, грифы и т.п.)

2.2.6 Создание простой рекламной продукции с помощью векторного редактора

Итоговая работа по курсу «Рекламный дизайн»

Вводное занятие.

Правила техники безопасности.

Раздел 1. Реклама

Исследование рынка

Составление брифа

Составление плана РК
Разработка медиаплана
Разработка медиаграфика
Выбор носителей рекламы
Составление текста для выбранных носителей
Разработка креатива для выбранных носителей
Мокапы рекламных носителей
Настройка рекламы в рекламном кабинете
Оценка эффективности РК
Рефлексия

Раздел 2. Графический дизайн

2.1. Обработка растровых изображений в программе Adobe Photoshop.

2.1.1 Знакомство с рабочей областью, изучение панели инструментов.

Создание выделенных областей и работа с ними

2.1.2 Инструменты рисования и редактирования

2.1.3 Создание масок и работа с альфа-каналами.

Работа с быстрыми масками

2.1.4 Текстовые слои

2.1.5 Цветовая и тоновая коррекция фотографий

2.1.6 Ретушь изображения

2.2. Создание векторных изображений в программе Adobe Illustrator

2.2.1 Знакомство с рабочей областью, изучение панели инструментов

2.2.2 Создание простых форм с помощью геометрических примитивов

2.2.3 Создания сложных форм из простых при помощи панели

инструментов

2.2.4 Операции с геометрическими примитивами

2.2.5 Работа с текстом (текст в области, текст по контуру, преобразование текста в кривые, грифы и т.п.)

2.2.6 Создание простой рекламной продукции с помощью векторного

редактора

Итоговая работа по курсу «Рекламный дизайн»

Планируемые результаты

В ходе реализации данной программы учащиеся приобретают следующие навыки и умения:

- умение работать с векторными и растровыми программами;
- умение составлять рекламные объявления;
- умение планировать и настраивать рекламные кампании для разных заказчиков;
- умение работать в различных рекламных кабинетах.

3. Формы аттестации и оценочные материалы

Виды аттестации:

1) промежуточная - оценивается правильность исполнения; техничность; активность.

2) итоговая - оценивается: правильность исполнения; техничность; творческий подход, правильность настроек рекламы.

Оценочные материалы

Входная диагностика проводится в сентябре с целью выявления первоначального уровня знаний и умений, психологической подготовленности группы обучающихся к занятиям. Формы: педагогическое наблюдение; выполнение практических и теоретических заданий педагога.

Текущий контроль осуществляется на занятиях в течение всего учебного года для отслеживания уровня освоения учебного материала программы и развития личностных качеств обучающихся. Формы: педагогическое наблюдение, опрос, практическое задание.

Итоговый контроль проводится в конце обучения по программе с целью выявления уровня освоения программы. Формы: практическая работа, зачёт.

4 Условия реализации программы

1. Материально-техническое обеспечение

Наименование помещения	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Мастерская графического дизайна	Лекции	Мебель и оборудование в соответствии с инфраструктурным листом по компетенциям Графический дизайн и Реклама
	Лабораторные работы	
	Практические и лабораторные занятия, тестирование	

2. Информационно-образовательные ресурсы

1. Российский рекламный ежегодник. 2021. Под ред. Веселова С.В. М.: НСК, 2021. 345 стр.
2. Румянцев Д., Франкель Н. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. – СПб: Питер, 2021. 320 с.
3. Рэнд П. Дизайн. Форма и хаос. – М.: Студия Артемия Лебедева, 2022. 208 с.
4. Рязанцев А.В. Тексты, которые продают. Повышение прибыли без бюджета. – М.: Омега-Л, 2023. 122 с.
5. Савельев Д., Крюкова Е. 100+ хаков интернет-маркетологов. Как получить трафик и конвертировать его в продажи. – М.: Альпина Паблишер, 2021. 314 с.
6. Смит К. Конверсия: Как превратить лиды в продажи. – М.: Альпина Паблишер, 2023. 280 с.
7. Соболева Л. Феномен Инстаграма 2.0. Все новые фишки. – М.: АСТ, 2017. 304 с.
8. Соболева Л.С. Феномен Инстаграма. Как раскрутить свой аккаунт и заработать. – М.: АСТ, 2020. 272 с.
9. Солодар М. Воронка продаж в интернете. Инструменты автоматизации продаж и повышение среднего чека в бизнесе. – М.: Эксмо, 2020. 240 с.

Интернет – ресурсы

1. Ассоциация коммуникационных агентств России <https://www.akarussia.ru/node/8358>
2. Информационно-правовой портал «Гарант». Форма доступа: <http://www.garant.ru/>
3. Официальный сайт компании «Консультант плюс». Форма доступа: <http://www.consultant.ru/>

4. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы. Раздел «Контроль рекламы и недобросовестной конкуренции». Форма доступа: <http://fas.gov.ru/spheres/advertising.html>

5. Интернет-сайт «Школа рекламиста [Adv]schoolRu»: новости, статьи, книги о рекламе, маркетинге, PR и дизайне. Форма доступа: <http://www.advschool.ru/>

6. Интернет-сайт консалтинговой группы «MD». Маркетинговый план, маркетинговое планирование. Статья. Форма доступа: <http://md-hr.ru/articles/html/article10147.html>

7. Интернет-сайт маркетинговой компании «My market». Маркетинговые исследования и консультации. Раздел «Маркетологам»: маркетинговое обоснование бизнес-плана. Форма доступа: http://www.my-market.ru/market_186.html

3. Учебно-методическое обеспечение:

3.1 Предметные материалы занятия

3.2 Банк заданий

3.3 Видеозаписи

4. Кадровое обеспечение: преподаватели колледжа