Министерство образования Свердловской области

ГАПОУ СО

«Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Утверждаю:
Зам. директора по УР
_____М.Г. Дмитриева
«__» _____2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.09 ПОЛИГРАФИЯ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УЧ 02-10-26

для специальности
42.02.01 Реклама

КЭ

Нижний Тагил
2026

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности (специальностям) среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама.

Организация-разработчик: ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж».

Разработчики:
Краева Е. П., преподаватель ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж».

СОДЕРЖАНИЕ

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

стр.

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 5

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 14

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 14

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ПОЛИГРАФИЯ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

1.1. Область применения программы

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: дисциплина входит в профессиональный цикл.

1.3 Предметы изучения – приемы и методы разработки рекламных идей при создании и построении различных видов рекламных носителей и рекламных акций в процессе проведения рекламных кампаний.

Цель изучения:

– зарубежные и отечественные технологии разработки рекламных обращений и рекламных носителей,
– изучение практического опыта при проведении рекламных акций,
– освоение студентами навыков отбора рекламных носителей для конкретной рекламной кампании,
– освоение приемов и методов поиска новых рекламных идей,
– освоение навыков разработки рекламной продукции.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:
– уметь подбирать необходимые средства для производства рекламы,
– уметь планировать рекламную кампанию,
– владеть технологиями производства рекламной продукции

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:
– знать приемы и методы генерации рекламных идей,
– знать методику выявления и постановки рекламных задач,
– знать основы создания имиджевой рекламы

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ПОЛИГРАФИЯ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	*115*
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	*80*
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	*54*
контрольные работы	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	*35*
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	-
Домашняя работа	*35*
Итоговая аттестация в форме Д/зачета	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Полиграфия в рекламной деятельности»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	*2*	*3*	*4*
ТЕМА 1. РЕКЛАМНОЕ ОБРАЩЕНИЕ		**8**	
	Содержание учебного материала Основные понятия и этапы процесса разработки рекламного обращения. Структура и формы рекламного обращения. Модели рекламных обращений. Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы.	**4**	1
	Лабораторные работы	**-**	
	Практические занятия Структура и формы рекламного обращения. Уровни психологического воздействия рекламы и мотивы рекламных обращений. Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы.	**4**	2,3
	Контрольные работы	**-**	
	Самостоятельная работа обучающихся Найти примеры рекламных обращений для выполнения практической работы на тему: «Структура и формы рекламного обращения».	4	1,3
ТЕМА 2. ЯЗЫК РЕКЛАМЫ		**14**	
	Содержание учебного материала Речевое воздействие: рекламный текст и рекламный слоган. Композиция рекламного текста. Цели и задачи, правила создания рекламных текстов. Художественно-выразительные средства языка в рекламе. Семиотика рекламы: реклама как знаковая система, использование символов в рекламе. Стилистика рекламы. Копирайтинг.	**4**	1
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия Приемы создания рекламных слоганов. Художественно-выразительные средства языка в рекламе. Стили рекламных текстов.	**8**	2,3
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся Самостоятельное изучение темы: «Уровни психологического воздействия рекламы и мотивы	9	1,3

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	рекламных обращений». Найти примеры рекламных обращений для выполнения практической работы на тему: «Приемы создания рекламных слоганов». Найти примеры рекламных обращений для выполнения практической работы на тему: «Художественно-выразительные средства языка в рекламе». Найти примеры рекламных обращений для выполнения практической работы на тему: «Стили рекламных текстов».		
ТЕМА 3. ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ		**14**	
	Содержание учебного материала Жизненный цикл товара и рекламные задачи. Целевая аудитория рекламной кампании. Создание концепции рекламного обращения. Планирование и проведение рекламной кампании.	**2**	1
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия Анализ деятельности фирмы. Анализ целевой аудитории товаров (услуг) фирмы. Создание концепции рекламного обращения. Разработка рекламной газетной статьи. Выбор средств передачи рекламного обращения. Составление плана рекламной кампании.	**8**	2,3
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся Самостоятельное изучение темы: «Копирайтинг» Подготовить материалы о фирме для выполнения практической работы на тему: «Анализ деятельности фирмы. Анализ целевой аудитории товаров (услуг) фирмы». Подготовить материалы для выполнения практической работы на тему: «Создание концепции рекламного обращения». Подготовить материалы для выполнения лабораторной работы на тему: «Составление плана рекламной кампании».	8	1-3
ТЕМА 4. ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ РЕКЛАМЫ		**24**	
	Содержание учебного материала Понятие и функции дизайна в рекламе. Стадии художественного оформления рекламы. Назначение графики в рекламном эскизе. Графические приемы в рекламе. Цвет как художественное средство рекламы. Основные элементы типографического дизайна. Правила зрительного восприятия в	**4**	1

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	полиграфической рекламе. Теория и практика фоторекламы.		
	Лабораторные работы	**-**	
	Практические занятия Разработка рекламного модуля. Разработка макета рекламного буклета.	**12**	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Самостоятельная работа над рекламной газетной статьей. Найти примеры для занятия на тему: «Выбор средств передачи рекламного обращения». Разработка рекламного модуля. Разработка макета рекламного буклета.	10	1,3
ТЕМА 5. КРЕАТИВ В РЕКЛАМЕ		**42**	
	Содержание учебного материала Составляющие творческой стратегии. Методы поиска творческих идей. Фирменный стиль и критерии регистрации в Роспатенте. Торговая марка и бренд. Разработка названий для товаров: brand name. Имиджевая реклама.	**6**	1
	Практические занятия Анализ деятельности фирмы. Анализ целевой аудитории товаров (услуг) фирмы. Выбор типа творческой стратегии. Методы поиска творческих идей (занятие по методике «мозгового штурма»). Разработка фирменного стиля.	**6**	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Самостоятельное изучение темы: «Фотореклама».	4	1,3
ТЕМА 6. ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ	**Содержание учебного материала** Процесс печати полиграфической продукции. Разработка фирменного буклета. Разработка упаковки и этикетки. POS-материалы. Разработка радиорекламы. Формат радиосценария. Телевизионная реклама: основы операторского искусства и сценарного мастерства (формат телерекламы, виды монтажа, рекламная раскадровка). Реклама в Интернет. Web-дизайн. Компьютерные технологии создания интернет-сайтов	**6**	2
	Практические занятия Разработка фирменного буклета Разработка сценария радиорекламы Разработка сценария телерекламы. Основные приемы работы в DreamWeaver.	**16**	2,3

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	Основные приемы работы в Macromedia Flash .		
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся		

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПОЛИГРАФИЯ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия кабинета информационных технологий.

Технические средства обучения:

– персональные компьютеры

– проектор

– экран

Оборудование учебного кабинета:

– персональные компьютеры

– копировальный аппарат

– цифровая фотокамера

Методическое обеспечение дисциплины:

– технические средства контроля знаний (компьютерные тесты),

– электронные учебные пособия

– методические пособия

– программное обеспечение, необходимое для проведения практических работ

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПОЛИГРАФИЯ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по учебной дисциплине, обеспечивает организацию и проведение промежуточной аттестации и текущего контроля индивидуальных образовательных достижений – демонстрируемых обучающимися знаний, умений и навыков.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Обучение учебной дисциплине завершается промежуточной аттестацией.

Формы и методы промежуточной аттестации и текущего контроля по учебной дисциплине самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для промежуточной аттестации и текущего контроля образовательными учреждениями создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно-измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

Список рекомендуемой литературы

Основная:

1. Аксенова К.Л. Реклама и рекламная деятельность. – М., 2018.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и public relations. СПб., 2016.

3. Виноградова М. Графическое и шрифтовое оформление рекламы // Рекламные технологии. – 2016. - №2.

4. Головлева Е.Л. Торговая марка. – М., 2018.

5. Голядкин Н.А. Творческая радиореклама. – М., 2017.

6. Джулер Дж., Дрюниани Б.. Креативные стратегии в рекламе. – М., 2018.

7. Картер. Эффективная реклама. – М. –2019.

8. Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы. – М., 2020.

9. Кохтев Н.Н. Слово в рекламе. – М. – 2020.

10. Кохтев Н.Н. Стилистика рекламы. – М., 2017.

11. Мак-Клеланд Д. Photoshop 7: Библия пользователя. – М., 2018.

12. Мидхра М. DreamWeaver. – М., 2018.

13. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы. - М., 2018.

14. Морозова И. Слагая слоганы. – м., 2016.

15. Музыкант В. Л. Реклама. – М., 2016.

16. Назайкин А.М. Иллюстрирование рекламы. – М., 2017.

17. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ, 2017. - 271 с.

18. Огилви Д. О рекламе. - М., 2017.

19. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К. , Шахурин В. Г. Рекламная деятельность. – М., 2019.

20. Пирогова, Баранов, Паршин, Репьев, Кацзосов, Борисова. Мир рекламы. Рекламный текст (семиотика и лингвистика). – М. – 2018.

21. Полукаров В.Л. Основы рекламы. – М., 2016.

22. Пономарева А.М. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности. – М., 2018.

23. Ромат Е. В. Реклама. – СПб., 2018.

24. Феофанов О. Реклама: новые технологии в России. – СПб., 2017.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

25. Щепакин М.Б., Петровский В.И., Фролов И., Капитонов А.Н. Технологии производства в рекламе. – М., 2017.

26. Яцук О.Г. Компьютерные технологии в дизайне. – СПб., 2016.

Дополнительная:

27. Айсманн К. Ретуширование и обработка изображений в Photoshop.

28. Блэйк Б. Macromedia Flash . – М., 2018.

29. Бове А. Современная реклама.– Т., 2017.

30. Головко Б.Н. Теория и практика фоторекламы. – М., 2018.

31. Герасимов, Б.И. Виды и средства распространения рекламы [Текст] : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм ; рец.: М. И. Долженкова, Ф. В. Пеньков. - М. : Форум, 2019. - 128 с.

32. Железняков В. Цвет и контраст: технология и творческий выбор.

33. Клушина Н.И. Восприятие рекламы// Русская речь. – 2018. – №1. – С.64-66.

34. Кохтев Н.Н. Психология восприятия и композиция рекламы//Русская речь. – 1991. – №4. – С.68-72.

35. Кромпток А. Мастерская рекламного текста. М., 2016.

36. Круг С. Веб-дизайн или не заставляйте меня думать.

37. Марочкина, С. С. Введение в специальность. Реклама [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 239 с.

38. Нильсен Я. Веб-дизайн.

39. Рошаль В.М. Энциклопедия символов. – М., 2017.

40. Журналы: «Креатив», «Рекламные технологии», «Лаборатория рекламы» и др.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПОЛИГРАФИЯ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Уметь:	
использовать на практике методы планирования и организации работы подразделения;	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий.
анализировать организационные структуры управления;	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий.
проводить работу по мотивации трудовой деятельности персонала;	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий.
анализировать товаросопроводительные документы;	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий.
отличать фальсифицированную продукцию;	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий.
принимать эффективные решения;	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий.
разрабатывать товарные знаки.	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий.
Знать:	
понятие, формы и виды товарной информации;	Текущий контроль: письменный опрос, устный опрос.
требования, предъявляемые к товарной информации;	Текущий контроль: тестирование.
нормативно-правовые основы информационного обеспечения потребителей;	Текущий контроль: письменный опрос, устный опрос.
средства товарной информации;	Текущий контроль: тестирование.
технологию брендинга.	Текущий контроль: тестирование.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Лист подписей

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»
SHA-256 исходного документа: be5634cdb845d9a7d90f3480f4894c5c0e9be66069c9f9cedd47f79403f8765f
Документ: 14 страниц
Проверка подписей: https://sig.nttek.ru/v/DB7SfYWA8PFiXPDajXAmUCfstlWpaJfzuwDZpJ2hw0CNuHvN
Печатная форма сформирована: 28.10.2026 14:30

№	Роль в подписи	Подписант	Сертификат	Дата и время подписания	Результат проверки
1	Утверждаю	Дмитриева Марина Георгиевна Заместитель директора по учебной работе	№ 7E9C18960643A37EF2C929CD1E513CCD, действителен с 08.10.2026 по 08.10.2027	28.10.2026 14:29:29	**подпись действительна** роль и должность подтверждены подписью

Печатная форма не подписывается и служит для удобства чтения. Юридическую силу имеют исходный PDF-документ и файлы электронных подписей (.sig). Подпись — усиленная неквалифицированная электронная подпись (ч. 3 ст. 5 Федерального закона № 63-ФЗ), выданная удостоверяющим центром колледжа.
Время указано по часовому поясу колледжа (Asia/Yekaterinburg, UTC+5).