

**МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
МЕЖШКОЛЬНЫЙ УЧЕБНЫЙ КОМБИНАТ**

**УТВЕРЖДАЮ
Директор МОУ МУК**

Н. П. Черняева

Приказ № 115 «12» августа 2013 г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
для учащихся 9-х классов
«ДИЗАЙНЕР РЕКЛАМЫ»
(24 ЧАСА)**

**Составитель: Бутакова Елена Борисовна
мастер производственного обучения**

**Программа рассмотрена
МС МОУ МУК
Протокол № 4
«20» октября 2010 г.**

**Ханты-Мансийск
2013**

Пояснительная записка

Дизайн — это конструктивное мышление, это материализация идеи, выражение ее. Дизайнер в любой области деятельности не является в первую очередь художником. Он в первую очередь — творческая личность, которая по совпадению может оказаться и художником. Он просто выполняет на более интересном и сложном уровне то, что мы делаем ежедневно. Мы занимаемся дизайном, когда планируем что-то в определенном порядке, когда накрываем обеденный стол и т. д. Работа же дизайнера значительно сложнее, менее обыденна, в ней больше поиска, больше неизведанных путей.

Дизайнер — профессия достаточно востребованная, и с каждым годом эта тенденция возрастает. В наше время практически любая производственная или коммерческая деятельность нуждается в услугах квалифицированных дизайнеров. Областей применения навыков профессионального дизайнера довольно много. Профессия включает в себя различные специальности в зависимости от вида деятельности: дизайнер по интерьеру, ландшафту, дизайнер одежды, аксессуаров и украшений, обуви, ткани, Web-дизайнеры, дизайнеры-проектировщики, дизайнеры, работающие в области полиграфии, и рекламы. Понятно, что сегодня ни одна промышленно изготовленная вещь, будь то машина, дом или точилка для карандашей, в процессе разработки не обходится без участия представителя данной профессии.

На современном рынке труда дизайнеры являются весьма востребованными специалистами. Однако наибольший спрос на специалистов по полиграфической и рекламной продукции.

Реклама (от лат. *reclamare* — «утверждать, выкрикивать, протестовать») — информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Цель рекламы — убедить потребителя купить товар. Это главное что должен помнить дизайнер рекламы при формулировании идеи рекламы. Рекламный дизайн, имеет своей целью повышение продаж, а, значит, все усилия при разработке должны быть направлены на создание дизайна, побуждающего к покупке.

В зависимости от объекта рекламного дизайна можно выделить два вида рекламы имиджевая и наружная.

Данная программа знакомит учащихся с особенностями работы специалистов в области наружной и имиджевой рекламы.

Дизайнер наружной рекламы оформляет наружные щиты, вывески, афиши, штендеры, баннеры и т.д. Дизайнер имиджевой рекламы разрабатывает корпоративный стиль компании, от фирменного знака, логотипа и визитки до календарей, упаковок и уличных постеров.

Дополнительная общеобразовательная программа «Дизайнер рекламы» рассчитана на 24 часа, для учащихся 9-х классов.

Направленность программы. Дополнительная общеобразовательная программа художественной направленности обобщает принципы и методические положения по разным дисциплинам изобразительного искусства (рисунок, композиция, живопись, декоративно-прикладное искусство). Ориентирует учащихся на художественно-эстетический профиль обучения в школе.

Основное содержание программы составляет знакомство с профессией дизайнер рекламы и его специальностями: дизайнер имиджевой рекламы, дизайнер наружной рекламы. Таким образом, занятия по программе расширяют кругозор учащихся, приобщают их к изобразительному искусству, содействуют их творческому развитию, дают возможность реализовать себя в креативной деятельности.

Цель и задачи программы

Цель программы: познакомить с особенностями профессии дизайнер рекламы. Для достижения данной цели в процессе обучения необходимо решать следующие задачи:

- дать общие представления о работе дизайнера рекламы;
- познакомить с основными видами имиджевой и наружной рекламы;
- развивать творческие способности учащихся;
- развивать композиционные умения размещать объекты на плоскости;
- формировать художественный вкус,
- воспитывать внимательность, терпение, старательность;
- оценивать, сопоставлять, определять собственное отношение к произведениям дизайна.

Форма занятий

Учебные занятия проходят в индивидуальной форме, содержат теоретическую и практическую части. Основные разделы занятия: вводная часть, объяснение и показ художественных приемов, эскизная работа, работа с художественным материалом, подведение итогов. Программа включает групповые занятия и занятия в форме выставки, экскурсии в музеи.

Способы проверки результатов обучения и формы подведения итогов

Уровень освоения материала выявляется в беседах, в выполнении практических упражнений и творческих заданий. В течение всего обучения ведется индивидуальное педагогическое наблюдение за творческим развитием каждого учащегося.

В результате освоения курса формируются основы эстетических потребностей, развивается креативное отношение к миру. Приобретенные знания и умения могут быть использованы в практической деятельности и повседневной жизни для выбора путей своего культурного развития, организации досуга.

Программа направлена на формирование тех живописных и графических знаний и навыков, которые являются наиболее необходимыми для дизайнера рекламы, как специалиста в области украшения окружающего нас мира.

По завершению курса «Дизайнер рекламы» учащиеся должны знать:

- законы и правила композиции;
- законы и правила стилизации;
- приемы упрощения формы;
- основные типы и виды имиджевой и наружной рекламы;

- требования, предъявляемые к оформлению имиджевой и наружной рекламы.

Должны уметь:

- правильно оформлять типы и виды имиджевой и наружной рекламы, используя приемы и средства композиции и стилизации;
- стилизовать, как растительные элементы, так и реальные объекты;
- правильно использовать цветовые сочетания в имиджевой и наружной рекламе для достижения наилучшего результата;
- творчески подходить к решению задач.

Для сравнения результатов по освоению данной программы, на итоговом занятии выполняются контрольные задания и работы.

Полученные результаты позволяют определить уровень развития, достижения учащихся и эффективность освоения программы «Дизайнер рекламы».

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
дополнительной общеобразовательной программы
«Дизайнер рекламы»

№	Наименование темы	Количество часов
1.	Введение в программу. Охрана труда и техника безопасности.	1
2.	Профессия «дизайнер рекламы».	1
3.	Основы композиции.	1
4.	Стилизация и орнамент в рекламе.	3
5.	Виды имиджевой и наружной рекламы.	3
6.	Логотип и визитная карточка.	3
7.	Упаковка.	3
8.	Бывеска.	3
9.	Афиша, плакат.	3
	Резервное время	3
ИТОГО:		24

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
дополнительной общеобразовательной программы
«Дизайнер рекламы»

№ п/п	Наименование темы	Количество часов			Методы и формы обучения	Формы и виды контроля
		теория	практ.	всего		
1.	Введение в программу. Охрана труда и техника безопасности.	1	0	1	словесный	
2.	Профессия «дизайнер рекламы».	1	0	1	словесный	

№ п/п	Наименование темы	Количество часов			Методы и формы обучения	Формы и виды контроля
		теория	практ.	всего		
3.	Основы композиции.	1	0	1	словесный, наглядный	
4.	Стилизация и орнамент в рекламе.	1	2	3	словесный, наглядный, практический	Практическая работа
5.	Виды имиджевой и наружной рекламы.	2	1	3	словесный, наглядный, практический	Практическая работа
6.	Логотип и визитная карточка.	1	2	3	словесный, наглядный, практический	Практическая работа
7.	Упаковка.	1	2	3	словесный, наглядный, практический	Практическая работа
8.	Вывеска.	1	2	3	словесный, наглядный, практический	Практическая работа
9.	Афиша, плакат.	1	2	3	словесный, наглядный, практический	Практическая работа
	Резервное время	0	3	3	практический	
ИТОГО:		10	14	24		

СОДЕРЖАНИЕ
дополнительной общеобразовательной программы
«Дизайнер рекламы»

Тема 1. Введение в программу. Охрана труда и техника безопасности – 1 час.
Теоретическая часть – 1 час

Цели и задачи курса. Содержание, специфика занятий. Правила поведения на занятиях. ОТ и ТБ в учебном процессе МУК. Дизайнер рекламы. Специальности: дизайнер наружной рекламы и дизайнер имиджевой рекламы.

Тема 2. Профессия «дизайнер рекламы» - 1 час.
Теоретическая часть – 1 час

Профессионально важные качества: художественные способности, развитое пространственно-образного мышления, высокий уровень развития воображения и др. Медицинские противопоказания. Пути получения профессий и специальностей художественно-прикладной сферы деятельности.

Тема 3. Основы композиции – 1 час.

Теоретическая часть – 1 час

Понятие композиции, композиционный центр. Правила выделения композиционного центра: по размеру, по цвету, по форме, по нюансу. Принципы построения комфортной композиции.

Тема 4. Стилизация и орнамент в рекламе – 3 часа.

Теоретическая часть – 1 час

Понятие стилизация, орнамент, мотив. Виды стилизации. Использование стилизации в дизайне. Виды и формы орнаментов.

Практическая часть – 2 часа

Разработка стилизованного объекта: животных, растений.

Тема 5. Виды имиджевой и наружной рекламы – 3 часа.

Теоретическая часть – 2 часа

Виды имиджевой рекламы: логотип, визитная карточка, упаковка, этикетка, календари, сувенирная продукция и т.д. Виды наружной рекламы: вывеска, афиша, плакат, баннер, штендар, сити-форматы и т.д.

Практическая часть – 1 час

Создание презентации о любом виде рекламы.

Тема 6. Логотип и визитная карточка – 3 часа.

Теоретическая часть – 1 час

Понятие логотип, способы разработки логотипа. Понятие визитная карточка, правила оформления визитки.

Практическая часть – 2 часа

Создание эскиза логотипа и визитной карточки.

Тема 7. Упаковка – 3 часа.

Теоретическая часть – 1 час

Понятие упаковки, ее виды и функциональные качества. Правила оформления упаковки.

Практическая часть – 2 часа

Создание эскиза или макета упаковки.

Тема 8. Вывеска – 3 часа.

Теоретическая часть – 1 час

Понятие вывеска. Виды вывесок. Требования к оформлению вывесок.

Практическая часть – 2 часа

Создание эскиза вывески.

Тема 9. Афиша, плакат – 3 часа.

Теоретическая часть – 1 час

Понятие афиша и плакат. Виды афиш и плакатов. Требования к оформлению

афиш и плакатов.

Практическая часть – 2 часа

Создание эскиза афиши или плаката.

Резерв времени – 3 часа.

Практическая часть – 3 часа

Разработка и создание различных видов рекламы.

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. **Аудио и видеотехника:**
 - персональный компьютер;
 - проектор;
 - экран
2. **Оборудование и материал:**
 - краски (акварель, гуашь);
 - карандаши простые и цветные;
 - фломастеры;
 - кисти (белка №6, и №3);
 - линейки;
 - ластик.

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. **Учебно-методические комплексы по темам программы.**
2. **Дидактический материал для учащихся.**
3. **Слайдовые презентации.**

СПЕЦИАЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Композиция / Е.В. Шорохов. – М.: Просвещение, 1986.
2. Ромат, Е.В. Реклама / Е.В. Ромат. – Киев-Харьков: НВФ «Студент», 2000.
3. Рок И., Введение в зрительное восприятие / И.Рок. – М.: Педагогика, 1980.
4. Шевелёв, И.Ш. Золотое сечение / И.Ш. Шевелёв, М.А. Марутаев, И.П. Шмелёв. – М.: Стройиздат, 1990.
5. Тоотс В., Современный шрифт / В. Тоотс. – М.: Просвещение, 1996.

ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКИ

6. Птахова, И. Простая красота буквы / И. Птахова. - С-П.: «ЛИГ», 2004.
7. PropelRU [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://propel.ru/nar/n_vid.php
8. Наружная реклама [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.naruzhnayareklama.ru/>
9. FloMaster [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.flomaster.ua/blog/756.html>
10. Орнаменты. Стили. Мотивы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/ornamenty/>