

Министерство образования и науки Челябинской области
ГБПОУ «Челябинский радиотехнический техникум»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебной дисциплины

«WEB-дизайн»

ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

"Технологии прикладного дизайна и оформления web-сайтов»

Челябинск, 2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА «WEB-дизайн»

ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

"Технологии прикладного дизайна и оформления web-сайтов» является авторской и направлена на решение практических задач разработки дизайна веб-страниц с использованием классических и современных подходов к дизайну веб-сайтов и приложений .

Разработчик:

Еремин А.А., преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

1.1. Область применения программы.

Дополнительная общеразвивающая программа «WEB-дизайн» является общеразвивающей программой для студентов четвертого года обучения по специальности 42.02.01 «Реклама».

Цель программы – сформировать навыки по разработке одностраничных и многостраничных веб-сайтов. В результате освоения программы обучающийся должен **уметь:**

- -самостоятельно создавать веб-страницы, используя различные программы;
- -грамотно размещать информацию на сайте.
- -разрабатывать навигацию, использовать шаблоны.
- -подбирать изображения нужного формата и размера.

В результате освоения программы обучающийся должен **знать:**

- Как оценивать и тестировать сайт.
- Как вести проекты в области веб-дизайна.

Объем учебной нагрузки обучающегося –40 часов.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения :

Код ПК	Умения	Знания
ПК 4	- Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	- Оценивать и тестировать сайт. Ведение проектов в области веб-дизайна.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.**

Вид учебной работы	Объем в часах
Обязательная учебная нагрузка	38
в том числе:	
теоретическое обучение	-
практические занятия	38

2.2. Тематический план и содержание

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы обучающихся	Объем часов
1	2	3
Модуль I. Введение в основные понятия.	Информационная структура сайта. Цветовые схемы.	4
	Язык гипертекстовой разметки документов HTML.	4
	Макетирование веб-страницы. Эргономика веб-сайта.	4
Модуль II. Подготовка иллюстрации и графических элементов.	Макетирование веб-страниц с помощью таблиц.	4
	Макетирование веб-страниц с помощью блоков.	4
	Gif-анимация и баннеры. Создание динамических элементов в DreamWeaver/	4
Модуль III. Тестирование сайта.	Использование системы управления веб-сайтом.	4
	SEO –создание социальных сетей и др.	4
	Создание индивидуальных проектов.	6

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

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

Реализация дисциплины предполагает наличие аудитории, оснащенной доской и аудиосистемой. Технические средства обучения:

- аудиосистема
- персональный или мобильный компьютер с предустановленным программным обеспечением;
- интерактивное оборудование.

3.2. Информационное обеспечение обучения:

3.2.1. основной печатный источник

- Берд Джейсон. Веб-дизайн: Руководство разработчика. Изд. Питер, 2012 .
- Круг С. Веб-дизайн: Изд. Символ-Плюс, 2016.

3.2.2. Интернет-ресурсы:

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

Контроль и оценка результатов освоения рабочей программы осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и индивидуальных заданий.

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
<p>Знания:</p> <p>Оценивать и тестировать сайт.</p> <p>Ведение проектов в области веб-дизайна.</p>	<p>Обучающийся воспроизводит полученную информацию на уровне понимания, а также может применять полученные знания при выполнении практических работ.</p>	<p>Оценка знаний в ходе проведения практических занятий, индивидуальные опросы, предъявление творческих продуктов обучающимися</p>
<p>Умения:</p> <p>-самостоятельно создавать веб-страницы, используя различные программы</p>	<p>Обучающийся овладел умениями на репродуктивном уровне с элементами</p>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося при выполнении и защите результатов</p>

<ul style="list-style-type: none"> - грамотно размещать информацию на сайте. 	<p>самостоятельной деятельности.</p>	<p>практических занятий</p>
<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать навигацию, использовать шаблоны. 		
<ul style="list-style-type: none"> - подбирать изображения нужного формата и размера. 		

Министерство образования и науки Челябинской области
ГБПОУ «Челябинский радиотехнический техникум»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебной дисциплины

«Психология влияния на клиента в рекламной деятельности»

ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

"ТЕХНОЛОГИИ ПРИКЛАДНОГО ДИЗАЙНА И ОФОРМЛЕНИЯ WEB-САЙТОВ "

Челябинск, 2019

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА «Психология влияния на клиента в рекламной деятельности» ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ "Технологии прикладного дизайна и оформления web-сайтов» является авторской и направлена на дополнение и углубление системы базовых знаний в области Рекламы

Разработчик:

Черных А.В. преподаватель.

Утверждена Методическим Советом ГБПОУ "Челябинский радиотехнический техникум"
№ ___ от " ___ " _____ 20 ___ г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

1.1. Цель программы – формирование у студента психологических основ организации эффективного профессионального общения с использованием методов психологического воздействия.

1.2. Рекомендуемое количество часов на освоение программы.
Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 20 часов.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения :

Код ПК	Умения	Знания
ПК 4	- Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	основные психологические стадии продажи товаров и услуг; - типы продавцов и визуальные типы покупателей; - алгоритм формирования психологически эффективных рекламных аргументов и обращений;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	Объем в часах
Обязательная учебная нагрузка	20
в том числе:	
теоретическое обучение	16
практические занятия	4

2.2. Тематический план и содержание

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы обучающихся	Объем часов
1	2	3
Тема 1. Теоретические вопросы психологического влияния	Основные подходы и стратегии психологического влияния, его виды, условия, наиболее общие структурные компоненты, вопросы конструирования ситуаций психологического влияния	2
Тема 2. Особенности применения методов психологического влияния.	Обобщенные типичные задачи, требующие психологического влияния. Критерии необходимости психологического влияния. Потенциальные риски при использовании психологического воздействия.	2
Тема 3. Сущность психологического влияния.	Понятие «психологического влияния». Критерии эффективности влияния. Виды влияния. Характеристика объектов и субъектов влияния.	2
Тема 4. Причины, по которым люди попадают под влияние.		2
Тема 5. Классификация средств и стимулов психологического влияния.	Понятие «стимул» в контексте психологии влияния. Стимулы, ориентированные на различные анализаторы: визуальные, звуковые, ольфакторные, полимодальные. Понятие «средства» в контексте психологии влияния. Внушение, убеждение, информирование как механизмы вербального влияния.	2
Тема 6. Основные механизмы психологического воздействия. Классификация средств и стимулов психологического воздействия	Вербальные и невербальные механизмы психологического воздействия. Виды внушения; самовнушение. Схема убеждений: внимание – интерес – желание – действие. Приемы убеждения. Типы собеседника. Тактика убеждения в зависимости от типа собеседника. Основные правила убеждения. Причины, способствующие эффективному психологическому воздействию на человека.	2
Тема 7. Влияние типа темперамента на потенциально клиента.	Что такое темперамент. Виды темпераментов.	2

Тема 8. Социально-психологические особенности взаимодействия с клиентом.	Понятия социально-психологического взаимодействия. Способы и методы взаимодействия	2
Тема 9. Использование психологических приемов в продаже товаров через интернет.	Практическое занятие. Деловая игра	2
Тема 10. Психология взаимодействия с клиентом.	Практическое занятие. Тренинг	2
Всего:		20

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Гуманитарных и социально-экономических дисциплин». Оборудование учебного кабинета: - ученические столы; - стулья ученические; - классная доска; - комплект учебно-методической документации; - комплекты учебно-наглядных пособий по разделам дисциплины; - опорно-логические схемы; - видеоматериалы. Технические средства обучения: - слайд-проектор; - компьютер; - проекционный экран; - музыкальные колонки

3.2. Информационное обеспечение обучения

1. Андреева Г.М. Межличностное восприятие в группах. – М.: МГУ, 1981.
2. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. – М.: Прогресс, 1989. – 714с.
3. Рудестам К. Групповая психотерапия. – СПб.: Питер, 1998.
4. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. – Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: прайм – ЕВРОЗНАК, 2002. – 560с.
5. Леонтьев О.В. Приемы психического воздействия на людей. – СПб.: Михайлова В.А., 2000. – 64с.
6. Михайлюк Е.Б. Психология влияния. – Ростов н/Д.: Феникс, 2003. – 160с.
7. Пиз А. Язык телодвижений. – М.: ЭКСМО – Пресс, 2002. – 224с.
8. Тернер Дж. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2003. – 256с.
9. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб.: Питер, 2004. – 286с.
10. Шейнов В.П. Искусство убеждать. – М.: «Книга сервис», 2004. – 304с.
11. Шейнов В.П. Скрытое управление человеком.–Мн.: Харвест, 2003. – 848с.
12. Язык жестов /Сост. А.А. Мельник. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2003. – 448с.

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

Контроль и оценка результатов освоения рабочей программы осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и индивидуальных заданий.

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
Знания:	Оценка «удовлетворительно» ставится за	

<p>- Цели, функции, виды влияния;</p> <p>- основные механизмы психологического воздействия. Классификация средств и стимулов психологического воздействия</p>	<p>уверенное и точное изложение основных категорий и понятий, основных принципов и закономерностей педагогики и психологии. При этом не допускаются сущностные искажения в толковании терминов.</p> <p>Оценка «хорошо» ставится, когда в дополнение к предыдущим требованиям выявляются причинно-следственные связи, объясняются закономерности психолого-педагогических явлений, внутри- и межпредметные связи. Ответ иллюстрируйте соответствующими примерами.</p> <p>Оценка «отлично» ставится, если в дополнение к предыдущим требованиям педагогическая и психологическая теории используются для анализа и объяснения педагогического и психологического опыта, студент обосновывает свою позицию в таком анализе.</p>	<p>Оценка знаний в ходе проведения практических занятий, индивидуальные опросы</p>
---	--	--

Министерство образования и науки Челябинской области
ГБПОУ «Челябинский радиотехнический техникум»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебной дисциплины

**«Основы копирайтинга для контента WEB-
страниц»**

ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ТЕХНОЛОГИИ ПРИКЛАДНОГО ДИЗАЙНА И ОФОРМЛЕНИЯ WEB-САЙТОВ "

Челябинск, 2019

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА «Основы копирайтинга для контента WEB-страниц. 1 уровень» ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ "Технологии прикладного дизайна и оформления web-сайтов" является авторской и направлена на дополнение и углубление системы базовых знаний и умений по написанию рекламных текстов.

Разработчик:

Савинова Л.Н., преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

Рабочая программа «Основы копирайтинга для контента WEB-страниц» является частью программы дополнительного профессионального образования «Технологии прикладного дизайна и оформления web-сайтов. 1 уровень» для студентов первого года обучения по специальности 42.02.01 «Реклама».

1.1. Цель программы – сформировать начальные навыки по составлению и оформлению текстов рекламных объявлений.

1.2. Рекомендуемое количество часов на освоение программы. Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 20 часов.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения программы :

Код ПК	Умения	Знания
ПК 2	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	первичные знания о рекламных текстах: идея, план, цель, структура, фактура текстов, некоторые приемы писательского мастерства

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	Объем в часах
Обязательная учебная нагрузка	20
в том числе:	
теоретическое обучение	9
практические занятия	11

2.2. Тематический план и содержание

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы обучающихся	Объем часов
1	2	3
Раздел 1.		
Тема 1.1. Предмет «Копирайтинга», его место и роль в системе рекламного бизнеса.	Содержание учебного материала	2
	Ключевые понятия и основная терминология. Междисциплинарный характер «Копирайтинга». Особенности личности копирайтера, необходимые навыки. Классификация рекламных и pr-текстов. Копирайтинг и рерайтинг.	1
	Практическое занятие: Рерайтинг	1
Тема 1.2. Рекламный текст: идея, цель, план	Содержание учебного материала	6
	О чем писать? Как определить тему?	1
	Для кого писать? Целевая аудитория.	1
	Для чего писать? Цель. Составление плана.	1
	Практические занятия:	3
	Определение темы в готовых текстах. Исследование «Самые актуальные темы рекламных текстов»	1
	Определение целевой аудитории и цели в готовых текстах.	1
	Определение цели и составление плана готового рекламного текста	1
Тема 1.3. Рекламный текст: структура и фактура	Содержание учебного материала	6
	Структура рекламного текста: линейная, пирамидальная (статья-списки), параллельная.	1
	Фактура текста: как писать интересно (способ лириков и способ логиков), пять секретов захватывающих текстов.	1

	Виды рекламных текстов.	1
	Практические занятия	3
	Изучение готовых рекламных текстов и их строения	1
	Поиск приемов в готовых рекламных текстах	1
	Исследование-поиск текстов различных видов и их анализ	1
Тема 1.4. Подготовка скелета рекламного текста.	Содержание учебного материала	2
	Разбор трехшаговой техники СУП: шаг 1 «С» – «свалка» мыслей, шаг 2 «У» - упорядочивание, шаг 3 «П» - последовательность.	1
	Практическое занятие: отработка техники на практике. Подготовка «скелета» будущего рекламного текста	1
Тема 1.5. Приемы писательского мастерства: от теории к практике	Содержание учебного материала	4
	Как преодолеть писательский ступор и страх чистого листа? Упражнения на развитие писательского мастерства.	1
	Практические занятия: Написание рекламного текста по готовому «скелету»	3 1
	Практикум-зачет – самостоятельное написание рекламного текста. Итоги курса.	2
Всего:		20

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;

3.2. Информационное обеспечение обучения

3.2.1. Основные печатные источники:

1. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай: как создавать сильный текст в информационном стиле. Альпина, 2017.
2. Иноземцева Е. Как стать популярным автором. МИФ, 2017.
3. Каплунов Д.А. Копирайтинг массового поражения. Питер, 2014.
4. Карепина С. Пишем убедительно: сам себе копирайтер. МИФ, 2015.
5. Кононов Н. Автор, ножницы, бумага: как быстро писать впечатляющие тексты. МИФ, 2017.
6. Кот Д. Копирайтинг: как не съесть собаку. Питер, 2014.
7. Огилви Д. О рекламе. МИФ, 2017.
8. Панда П. Тексты, которым верят. Питер, 2017.

3.2.2. Дополнительные печатные источники:

Интернет-ресурсы:

1. <http://textis.ru/>
2. <https://kaplunoff.com/>
3. <http://my.free-publicity.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

Контроль и оценка результатов освоения рабочей программы осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и индивидуальных заданий.

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
Знания:	Ориентирование в современной	

<ul style="list-style-type: none"> - основные термины и определения копирайтинга; - классификация рекламных и рг-текстов; - тема рекламного текста; - цель рекламного текста; - целевая аудитория рекламного текста; - структура и фактура рекламного текста; - виды рекламного текста; - основные писательские приемы. 	<p>терминологии копирайтинга, умение определить тему, цель рекламного текста, целевую аудиторию, составить план рекламного текста</p>	<p>Оценка знаний в ходе проведения практических занятий, индивидуальные опросы и задания</p>
<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - написать короткий рекламный текст по заданной теме; 	<p>Готовый текст, соответствующий теме и целевой аудитории</p>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося при выполнении и защите результатов практических занятий</p>

Министерство образования и науки Челябинской области
ГБПОУ «Челябинский радиотехнический техникум»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебной дисциплины

**«История и методология брендинга
в WEB-дизайне»**

ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Технологии прикладного дизайна и оформления web-сайтов»

Челябинск, 2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА «История и методология брендинга в WEB-дизайне»
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «Технологии
прикладного дизайна и оформления web-сайтов» является авторской и направлена на
решение практических задач разработки комплексного рекламно-информационного продукта
(контента) в контексте мирового опыта и современных подходов к дизайну веб-сайтов и
приложений.

Разработчик:

Коган А.А., преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

1.1 Область применения программы.

Дополнительная общеразвивающая программа является общеразвивающей программой для студентов четвертого года обучения по специальности 42.02.01 «Реклама».

Цель программы – сформировать навыки по разработке комплексного рекламно-информационного продукта для информационных сетей. В результате освоения программы обучающийся должен **уметь:**

- самостоятельно создавать рекламные продукты, используя различные программы;
- грамотно размещать контент на сайте;
- писать слоганы, рекламные тексты и легенды бренда;
- подбирать изображения нужного формата и размера, встраивать в контекст рекламного продукта аудиовизуальную продукцию.

В результате освоения программы обучающийся должен **знать:**

- как оценивать и тестировать контент для сайтов.
- как вести проекты в области веб-дизайна.

Объем учебной нагрузки обучающегося – 20 часов.

1.2 Цель и планируемые результаты освоения:

Код ПК	Умения	Знания
ПК 4	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	Оценивать и тестировать контент сайта в контексте работы с брендом. Ведение проектов в области веб-дизайна.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Обязательная учебная нагрузка	20
в том числе:	
теоретическое обучение	18
практические занятия	2

2.2. Тематический план и содержание

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы обучающихся	Объем часов
1	2	3
Модуль I. Введение в основные понятия	Символ и знак как первые и основные средства передачи рекламной информации.	2
	Появление первых рекламных носителей и возникновение института рекламы.	2
	История рекламы от проторекламы до наших дней. Явление "бренда" и "торговой марки" в современном информационном пространстве. Реклама палеолита. Реклама античности. Реклама средневековья. Реклама нового времени.	4
Модуль II. Бренд в информационном пространстве	История успехов и громких провалов брендов и торговых марок в контексте мирового опыта. Рекламные кампании и мировой опыт WEB-дизайна.	2
	Понятие основных элементов легенды бренда: логотип, слоган, история, ассоциативный ряд, эмоция потребителя.	2
	Таргетинг и целевая аудитория в интернете. Инструменты аналитики, метрики и специализированная статистика.	2

Модуль III. Формирование гипотез и проверка идей	Рекламные гипотезы и их проверки. Методы исследований в рекламе.	1
	Генерация основных элементов легенды бренда: отрисовка логотипа (векторная и растровая компьютерная графика), создание слогана, "мудбука", "лукбука" и др.	1
	Жизнь бренда в социальных сетях. Инструменты продвижения. Описание маркетинговой стратегии инновационного продукта существующего бренда, создание и презентация посадочной страницы в WEB (landing page).	4

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

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

Реализация дисциплины предполагает наличие аудитории, оснащенной доской и аудиосистемой.

Технические средства обучения:

- аудиосистема;
- персональный или мобильный компьютер с предустановленным программным обеспечением;
- интерактивное оборудование.

3.2. Информационное обеспечение обучения

3.2.1. Основной печатный источник

- Марк Тангейт «Всемирная история рекламы» ISBN: 978-5-9614-3024-0
- Трубникова Н. В. «Всеобщая история рекламы» ISBN: 978-5-394-03119-9
- Брайан Трейси. «Сила бренда» ISBN: 978-5-9791-0062-3
- Яна Франк. «Дневник дизайнера-маньяка» ISBN: 978-5-98062-114-8

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

Контроль и оценка результатов освоения рабочей программы осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и индивидуальных заданий.

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
Знания:	Обучающийся воспроизводит полученную информацию на уровне понимания, а также может применять полученные знания при выполнении практических работ.	Оценка знаний в ходе проведения практических занятий, индивидуальные опросы, предъявление творческих продуктов обучающимися.
Оценивать и тестировать гипотезы при создании рекламного продукта.		
Ведение проектов в области веб-дизайна.		
Умения:	Обучающийся овладел умениями на репродуктивном уровне с элементами самостоятельной деятельности.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося при выполнении и защите результатов практических занятий.
Самостоятельно создавать рекламный продукт, используя различные программы		
Грамотно размещать информацию на сайте.		
Разрабатывать стратегию продвижения продукта, использовать мировой опыт.		
Подбирать изображения и прочую аудиовизуальную продукцию нужного формата и размера.		

Министерство образования и науки Челябинской области
ГБПОУ «Челябинский радиотехнический техникум»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебной дисциплины

**«Основы работы с источниками информации
в условиях конвергентной редакции СМИ»**

ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТЕХНОЛОГИИ ПРИКЛАДНОГО ДИЗАЙНА И ОФОРМЛЕНИЯ WEB-САЙТОВ»

Челябинск, 2019

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА «Основы работы с источниками информации в условиях конвергентной редакции СМИ»
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТЕХНОЛОГИИ ПРИКЛАДНОГО ДИЗАЙНА И ОФОРМЛЕНИЯ WEB-САЙТОВ» является авторской и направлена на дополнение и углубление знаний и умений по наполнению информационным содержанием СМИ в рамках редакционных задач.

Разработчик:

Коган А.А. – преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

Рабочая программа «Основы работы с источниками информации в условиях конвергентной редакции СМИ» является частью программы дополнительного профессионального образования «ТЕХНОЛОГИИ ПРИКЛАДНОГО ДИЗАЙНА И ОФОРМЛЕНИЯ WEB-САЙТОВ» студентов третьего года обучения по специальности 42.02.01 «Реклама»;

1.2. Цель программы – сформировать навыки по наполнению информационным содержанием СМИ в рамках редакционных задач.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы. Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 20 часов

1.2. Цель и планируемые результаты освоения :

Код ПК	Умения	Знания
<p>ОК 1 ОК 2ОК 3 ОК 9 ОК 10 ПК 2.2 ПК 2.4</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам. • Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности. • Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие. • Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности. • Осуществлять верификацию информации из различных источников 	<ul style="list-style-type: none"> • Расширенные знания в области поиска, фильтрации, сбора и верификации информации в любой информационной среде. • Расширенные знания в области работы с официальными, неофициальными и сомнительными источниками информации для СМИ. • Особенности работы с информацией в условиях различных коллективов, редакций и самостоятельно; специфика деятельности журналиста в расследованиях, опросах, запросах, интервью.

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ.**

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	Объем в часах
Обязательная учебная нагрузка	20
в том числе:	
теоретическое обучение	20
практические занятия	0

2.2. Тематический план и содержание

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы обучающихся	Объем часов
1	2	3
Раздел 1.		
Тема 1.1. Информационные поводы и работа с информацией	Содержание учебного материала	8
	Работа с информацией как профессия: журналистика, копирайтинг, блогинг и др. Журналистская этика и границы дозволенного в профессии.	2
	Информационные поводы и повестка дня: что такое новости и как они создаются. Почему и как люди читают новости.	2
	Виды средств массовой информации и особенности их новостных лент. Блогинг как СМИ XXI века.	2
	Поиск информационных поводов и отработка повестки. Как журналист создает контент: сочиняет, заимствует или ссылается.	2
Тема 1.2. Официальные, неофициальные и сомнительные источники информации	Содержание учебного материала	4
	Официальные, неофициальные и сомнительные источники информации. "Информированный источник". "Неназванный источник". "Собственный источник". "Источник, пожелавший остаться неизвестным".	2
	Обязанность журналиста подтверждать информацию и "священная корова" журналистики: что ни в коем случае нельзя искажать или интерпретировать. Точка зрения журналиста.	2
Тема 1.3. Сбор информации и ее верификация (проверка)	Содержание учебного материала	6
	Работа с гражданами, учреждениями и официальными лицами в области сбора информации.	2
	Проверка достоверности и распознавание умолчаний в контексте редакционной политики СМИ. Работа с заголовками, лидами, текстами и ссылками. Как правильно читать новости.	2
	Новая реальность информационной среды: deep fake, post-true, fake news и заведомо ангажированные носители точек зрения вместо носителей знания.	2
Всего:		20

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

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

Реализация дисциплины предполагает наличие лаборатории инженерно-технических средств систем автоматизированного проектирования.

Технические средства обучения:

- специализированный программно-аппаратный комплекс педагога:

- персональный или мобильный компьютер с предустановленным программным обеспечением;

- интерактивное оборудование.

3.2. Информационное обеспечение обучения

3.2.1. Основные печатные источники:

1. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»
2. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27 июля 2006 года
3. Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»
4. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» № 114-ФЗ от 25 июля 2002 года
5. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»
6. «Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации» (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.03.2016)
7. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 (ред. от 09.02.2012) «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»
8. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 20.12.1994 № 10 (ред. от 06.02.2007) «Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда»
9. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц».
10. М. Ильяхов, «Пиши, сокращай», Альпина Паблишер, 2018 ISBN: 978-5-9614-6526-6, 978-5-9614-5750-6, 978-5-9614-5967-8

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

Контроль и оценка результатов освоения рабочей программы осуществляется преподавателем в ходе диалога с аудиторией на каждом занятии теоретического обучения (время на опрос предусмотрено программой в необходимом объеме сразу после выдачи теоретического материала).

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
Знания:	Демонстрация знаний об источниках информации, понимания специфики работы с разнообразными источниками в зависимости от их статуса и надежности.	Оценка знаний в ходе проведения практических занятий, индивидуальные опросы
Знания в области работы с официальными, неофициальными и сомнительными источниками информации для СМИ.		
Знания в области поиска, фильтрации, сбора и верификации информации в любой информационной среде.		
Умения:	Умение проводить сбор и анализ информации в контексте повестки дня, выделять актуальные тренды.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося при проведении опросов
Сбор информации из печатных, устных источников, официальных заявлений и прочих источников.		
Анализ заголовка и лида новостного материала как первое средство фильтрации информации.		