

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КОЛЛЕДЖ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КРЕАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

«ОП.1 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе»

**(18 ч.)**

программы подготовки специалистов среднего звена  
42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток  
2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.1 «Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденного Приказом Минпросвещения России от 25.10.2023 г. N 700., примерной образовательной программой.

Разработчик(и): А.С. Тен, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании предметной цикловой комиссии

Протокол № 1 от «25» августа 2025 г.

Председатель ПЦК  А.С. Тен

ПОДПИСЬ

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	<b>ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
2.	<b>СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
3.	<b>УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>14</b>
4.	<b>КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>16</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.1 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе»

## 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «ОП.1 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе» является обязательной частью социально-гуманитарного цикла примерной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама».

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 02, 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
<p>ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2</p>	<p><u>Уметь:</u>                      строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;                      взаимодействовать в коллективе, принимать участие в диалогах на общие и профессиональные темы;                      применять различные формы и виды устной и письменной коммуникации на иностранном языке при межличностном, межкультурном и профессиональном взаимодействии;                      понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на общие и базовые профессиональные темы;                      понимать тексты на базовые профессиональные темы;                      составлять простые связные сообщения на общие или профессиональные темы;                      переводить иностранные тексты профессиональной направленности (со словарем);                      самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас                      применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности                      использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения.                      налаживать контакт, обеспечивать эффективную коммуникацию с клиентом;</p>	<p><u>Знать:</u>                      лексический и грамматический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;                      лексический и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода текстов профессиональной направленности (со словарем);                      общеупотребительные глаголы (общая и профессиональная лексика);                      правила чтения текстов профессиональной направленности;                      правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;                      правила речевого этикета и социокультурные нормы общения на иностранном языке;                      формы и виды устной и письменной коммуникации на иностранном языке при межличностном, межкультурном и профессиональном взаимодействии                      взаимосвязь общения и деятельности цели, функции, виды и уровни общения;                      роли и ролевые ожидания в общении;                      виды социальных взаимодействий; механизмы взаимопонимания в общении;                      техники и приемы общения, правила слушания, ведения беседы, убеждения;                      этические принципы общения;                      источники, причины, виды и способы разрешения конфликтов;</p>

	<p>использовать навыки саморегуляции в стрессовых ситуациях;</p> <p>применять техники и правила ведения делового общения применять техники и приемы распознавания признаков манипуляции, внушения; распознавать и избегать открытых конфликтов</p> <p>строить композицию рекламного изображения с учетом равновесия, ритма, пропорций, доминанты и акцентов;</p> <p>выполнять графические зарисовки предметов, интерьеров, фигур и простых сцен, применяя правила перспективы и светотени;</p> <p>подбирать и применять цветовые решения, передающие настроение и усиливающие рекламное сообщение;</p> <p>использовать разные техники рисунка и живописи (карандаш, уголь, акварель, гуашь, акрил) в зависимости от задачи;</p> <p>создавать эскизы рекламных плакатов, постеров и иллюстраций, комбинируя ручные и цифровые техники;</p> <p>адаптировать художественные приемы (рисунок, цвет, композицию) под специфику рекламной коммуникации;</p> <p>оформлять итоговые рекламные макеты (афиши, плакаты, иллюстрации) в ручной или смешанной технике</p>	<p>правила эффективной коммуникации, принципы делового общения;</p> <p>навыки саморегуляции стрессовых состояний;</p> <p>признаки манипуляции и способы защиты от манипуляции;</p> <p>основные типы и последствия конфликтов, способы регуляции конфликтов;</p> <p>основные законы и принципы композиции (равновесие, ритм, пропорции, симметрия, доминанта, центр композиции);</p> <p>правила академического рисунка: линейная и воздушная перспектива, пропорции, конструктивное построение формы, светотень;</p> <p>основы цветоведения: цветовой круг, гармонии и контрасты, психология восприятия цвета, эмоциональное воздействие цвета в рекламе;</p> <p>жанры и техники живописи и рисунка, применимые в рекламной и дизайнерской практике;</p> <p>роль визуального образа в рекламной коммуникации, взаимосвязь рисунка, цвета и композиции в создании рекламного сообщения;</p> <p>особенности работы с материалами (карандаш, уголь, пастель, акварель, гуашь, акрил) и их выразительные возможности;</p> <p>традиции и современные тенденции в использовании художественных приемов в рекламе и графическом дизайне.</p>
--	---	--

## 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	18
в т.ч. в форме практической подготовки	14
в т. ч.:	
теоретическое обучение	-
практические занятия	14
<i>Самостоятельная работа*</i>	4
Промежуточная аттестация	**

## 2.2. 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, формирование которых способствует элементу программы
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Основы композиции в рекламе</b>			
Тема 1.1. Понятие композиции и её роль в рекламе	Определение композиции; функции композиции в изобразительном искусстве и рекламной деятельности. Влияние композиционного решения на восприятие рекламного сообщения.	2	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2
Тема 1.2. Законы и принципы композиции	Равновесие, ритм, пропорции, симметрия и асимметрия, доминанта, центр композиции. Их применение при создании рекламных изображений	2	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2
Тема 1.3. Композиционные схемы в рекламе (2 ч. лекция)	Виды композиционных схем: статическая и динамическая, фронтальная и глубинная, диагональная и круговая. Примеры в рекламных плакатах и наружной рекламе. Практика: создание композиции рекламного плаката с выделением акцента.	2	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2
	В том числе практических занятий:		
	Практическое занятие №1. создание композиции рекламного плаката с выделением акцента. На занятии студенты знакомятся с примерами рекламных плакатов и анализируют, какие элементы становятся смысловым центром и за счет каких средств композиции это достигается (цвет, масштаб, ритм, направление линий, изоляция объекта). Затем каждый студент разрабатывает эскиз плаката формата А4/А3: определяет рекламируемый объект, выбирает композиционную схему, строит общую структуру изображения и выделяет главный акцент с помощью выбранного приема. Итогом становится графический эскиз с цветовым акцентом, который студенты презентуют и обсуждают в группе, аргументируя свой выбор и получая обратную связь.		
<b>Раздел 2. Академический рисунок</b>			
Тема 2.1. Линейная и	Законы перспективы: одна, две и три точки схода; сокращение размеров предметов. Передача	2	ОК 02 ОК 04

воздушная перспектива	глубины пространства.		ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2
	В том числе практических занятий:		
	Практическое занятие №2. зарисовки предметов и интерьера с использованием правил перспективы. На занятии студенты закрепляют знания о линейной и воздушной перспективе, выполняя зарисовки простых предметов (куб, цилиндр, книга, стул) и элементов интерьера аудитории. Особое внимание уделяется построению в одной и двух точках схода, правильному соотношению размеров и пропорций объектов, а также передаче глубины пространства за счет сокращений и светотени. В процессе работы обучающиеся учатся располагать предметы в пространстве, выстраивать композицию рисунка и подчеркивать объем. Итогом занятия становятся несколько зарисовок с применением правил перспективы, которые демонстрируют понимание закономерностей построения пространства и умение применять их в рекламной графике.		
Тема 2.2. Пропорции и конструктивное построение формы	Пропорции предметов и фигуры человека. Конструктивное построение объёмных форм.	1	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2
	В том числе практических занятий:		
	Практическое занятие №3. зарисовки предметов и простых фигур с передачей пропорций. На занятии студенты учатся передавать форму и размеры объектов с учетом пропорций. Сначала разбираются базовые геометрические формы (шар, куб, цилиндр) как основа для построения более сложных предметов, затем переходят к зарисовкам простых фигур человека в статичных позах. Особое внимание уделяется сравнению частей между собой, определению соотношений высоты и ширины, построению осевых линий для удержания симметрии и правильного положения элементов. Практическая работа направлена на развитие наблюдательности и точности изображения, что является необходимой основой для дальнейшего применения рисунка в создании рекламных макетов.		
Тема 2.3. Светотень и объем	Понятия света, тени, полутени, рефлексов. Средства передачи объёма.	1	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2
	В том числе практических занятий:		
	Практическое занятие № 4. зарисовки натюрморта с передачей объёмной формы. На занятии студенты выполняют зарисовки простого натюрморта (например: куб, шар, цилиндр, кувшин, яблоко), уделяя внимание конструктивному построению формы и её объёмной передаче с помощью светотени. Обучающиеся осваивают основные приёмы штриховки, распределение света, полутени,		

	собственных и падающих теней, а также использование рефлексов для создания убедительного ощущения объёма. В процессе работы развивается умение видеть и передавать пространственные отношения предметов, что позволяет использовать навыки академического рисунка для повышения выразительности будущих рекламных композиций.		
Тема 2.4. Графические техники рисунка	Основные материалы: карандаш, уголь, сангина, тушь. Выразительные возможности графических техник.	2	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2
	В том числе практических занятий:		
	Практическое занятие № 5. выполнение зарисовок в разных графических материалах. На занятии студенты знакомятся с выразительными возможностями различных графических материалов: карандаш, уголь, сангина, тушь, пастель. Каждому предлагается выполнить серию быстрых зарисовок одного и того же предмета (например, кувшин, фрукт, геометрическое тело), используя разные материалы. Такой подход позволяет почувствовать разницу в фактуре, плотности линий, возможностях передачи объёма и света. В процессе работы обучающиеся учатся подбирать наиболее подходящие средства для конкретной художественной задачи, что развивает гибкость и профессиональное владение графическим инструментарием, необходимым для дальнейшего создания рекламных эскизов и иллюстраций.		
Раздел 3. Основы живописи			
Тема 3.1. Цветовой круг и основы цветоведения	Цветовой круг, основные и составные цвета, дополнительные цвета. Гармонии и контрасты.	2	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2
	В том числе практических занятий:		
	Практическое занятие № 6. построение цветового круга, подбор цветовых сочетаний. На занятии студенты знакомятся с основами цветоведения, выполняя построение классического цветового круга (три основных цвета, три составных и дополнительные оттенки). В процессе работы они изучают принципы взаимодействия цветов — аналогичные, контрастные и комплементарные сочетания. Затем каждому предлагается составить несколько цветовых комбинаций, передающих разные эмоциональные состояния (например: спокойствие, динамика, гармония, напряжение). Практическая часть направлена на развитие понимания роли цвета в композиции и рекламе, а также формирование навыка сознательного подбора цветовой гаммы для будущих визуальных проектов.		

Тема 3.2. Психология цвета в рекламе	Эмоциональное воздействие цвета на восприятие. Цветовые ассоциации в культуре и маркетинге.	2	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2
	В том числе практических занятий:		
	Практическое занятие № 7. подбор цветовой гаммы для рекламного макета. На занятии студенты применяют знания о цветовом круге и гармониях для разработки цветовой палитры, подходящей под конкретный рекламный макет (например, плакат или афишу). Обучающимся предлагается выбрать рекламируемый объект или услугу и определить целевую аудиторию, после чего составить цветовую гамму, отражающую эмоциональное настроение и усиливающую воздействие рекламы (спокойствие, динамика, доверие, энергия и т. д.). Практическая работа включает создание 2–3 цветовых решений и обоснование выбора, что формирует умение сознательно управлять восприятием зрителя при помощи цвета.		
Тема 3.3. Колорит и цветовые композиции	Колорит как средство художественной выразительности. Виды колорита: теплый, холодный, контрастный, нюансный.	2	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2
	В том числе практических занятий:		
	Практическое занятие № 8. выполнение этюдов с различными цветовыми решениями. На занятии студенты осваивают приёмы работы с колоритом, создавая небольшие этюды одного и того же объекта или композиции в разных цветовых решениях. В процессе работы обучающиеся пробуют нюансный, контрастный, тёплый и холодный колорит, сравнивают полученный результат и его эмоциональное воздействие. Такая практика помогает лучше понять роль цвета в формировании настроения, акцентов и ассоциаций, а также учит подбирать наиболее эффективное цветовое решение для будущих рекламных изображений. Итогом становятся несколько этюдов, демонстрирующих разнообразие художественных подходов к одной и той же композиции.		
Тема 3.4. Техники живописи	Основные живописные материалы: акварель, гуашь, акрил. Их выразительные возможности.	2	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2
	В том числе практических занятий:		
	Практическое занятие № 9. выполнение рекламного эскиза в выбранной технике. На занятии студенты применяют знания по композиции, рисунку и живописи для создания полноценного рекламного эскиза в одной из изученных техник (акварель, гуашь, акрил, смешанная техника). Перед началом работы обучающиеся определяют объект рекламы (товар, услугу, событие) и целевую аудиторию, выбирают		

	наиболее подходящий художественный материал, который усилит выразительность и эмоциональное воздействие. В процессе работы внимание уделяется композиционному построению, передаче объёма и цветовому решению. Итогом занятия становится готовый рекламный эскиз, демонстрирующий умение использовать художественные приёмы в практических задачах рекламной графики.		
<b>Раздел 4. Комплексное творческое задание</b>			
Тема 4.1. Итоговый проект: рекламный постер	Объединение знаний по композиции, рисунку и живописи. Разработка рекламного постера с применением графических и живописных техник.	2	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2
	В том числе практических занятий: Практическое занятие № 10. Итоговая презентация работ: защита авторского проекта. На заключительном занятии студенты представляют авторские проекты — рекламные плакаты или эскизы, выполненные с применением знаний по композиции, рисунку и живописи. Каждому предоставляется время для краткой презентации: необходимо обозначить рекламируемый объект, целевую аудиторию, выбранную художественную технику, объяснить композиционное решение и способы выделения акцентов. Защита проводится в формате мини-выставки или публичного показа с обсуждением. Оцениваются оригинальность замысла, грамотное использование средств выразительности, соответствие поставленной рекламной задаче и аккуратность исполнения. Итоговое занятие помогает развить навык аргументированного представления своей работы и формирует у студентов опыт профессиональной презентации проектов.		

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

1. Аудитория для теоретических занятий, оснащённая мультимедийным оборудованием (проектор, экран, компьютер, акустическая система) для демонстрации иллюстративного материала, презентаций и примеров рекламной графики.

2. Рисовальная аудитория / художественная мастерская, оборудованная мольбертами, планшетами, столами для работы с графическими материалами, а также освещением, соответствующим требованиям к художественным занятиям.

3. Живописная аудитория, обеспечивающая условия для работы с красками (наличие моек для кистей, столов для смешивания красок, сушильных поверхностей).

4. Кабинет компьютерной графики, оснащённый персональными компьютерами с установленным программным обеспечением для обработки изображений (Adobe Photoshop,

Иллюстратор или их аналоги), графическими планшетами и принтерами для распечатки эскизов и макетов.

5. Выставочное пространство (мини-галерея) для организации промежуточных просмотров, презентаций и итоговых защит студенческих проектов.

### **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. Власов, В. Г. Основы композиции : учебник. — Москва : Академический проект, 2020. — 320 с. — ISBN 978-5-8291-2503-9.
2. Кривцун, О. А. Основы изобразительного искусства : учебное пособие. — Санкт-Петербург : Питер, 2021. — 288 с. — ISBN 978-5-4461-1593-8.
3. Иофан, М. М. Академический рисунок : учебник. — Москва : АСТ, 2019. — 256 с. — ISBN 978-5-17-118930-5.
4. Волков, Н. Н. Цвет в живописи : учебное пособие. — Москва : Искусство, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-210-01852-4.
5. Иттен, И. Искусство цвета : учебник. — Москва : Дизайн-пресс, 2018. — 184 с. — ISBN 978-5-94037-068-3.

#### **3.2.2. Электронные издания**

1. Иттен, И. Искусство формы и цвета : учебное пособие / И. Иттен. — Москва : Дизайн-пресс, 2021. — 224 с. — ISBN 978-5-94037-126-0. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1082956>
2. Волков, Н. Н. Цвет в живописи : учебное пособие / Н. Н. Волков. — Москва : Искусство, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-210-01852-4. — URL: <https://urait.ru/bcode/493762>
3. Беда, Г. В. Основы академического рисунка : учебное пособие / Г. В. Беда. — Санкт-Петербург : Питер, 2022. — 256 с. — ISBN 978-5-4461-1932-5. — URL: <https://www.piter.com/product/osnovy-akademicheskogo-risunka>
4. Кривцун, О. А. Композиция: теория и практика : учебное пособие / О. А. Кривцун. — Москва : Академический проект, 2021. — 192 с. — ISBN 978-5-8291-2733-0. — URL: <https://urait.ru/bcode/504281>
5. Власов, В. Г. Художественная композиция : учебное пособие / В. Г. Власов. — Москва : Аспект Пресс, 2022. — 240 с. — ISBN 978-5-7567-1542-3. — URL: <https://knorus.ru/catalog/248772>

#### **2.2.3 Дополнительные источники (при необходимости)**

1. Волков, Н. Н. Цвет в живописи : учебное пособие / Н. Н. Волков. — Москва : Искусство, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-210-01852-4.
2. Беда, Г. В. Основы академического рисунка : учебное пособие / Г. В. Беда. — Санкт-Петербург : Питер, 2022. — 256 с. — ISBN 978-5-4461-1932-5.
3. Иттен, И. Искусство формы и цвета : учебное пособие / И. Иттен. — Москва : Дизайн-пресс, 2021. — 224 с. — ISBN 978-5-94037-126-0.
6. Рид, Г. Основы композиции для художников и дизайнеров : учебное пособие / Г. Рид. — Москва : АСТ, 2019. — 192 с. — ISBN 978-5-17-116584-2.

6. Левинсон, А. Основы рисунка : учебное пособие / А. Левинсон. — Москва : Академический проект, 2018. — 210 с. — ISBN 978-5-8291-2632-6.

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1. Описание показателей и критериев оценки компетенций

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p><u>Знать:</u>            лексический и грамматический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;            лексический и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода текстов профессиональной направленности (со словарем);            общеупотребительные глаголы (общая и профессиональная лексика);            правила чтения текстов профессиональной направленности;            правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;            правила речевого этикета и социокультурные нормы общения на иностранном языке;            формы и виды устной и письменной коммуникации на иностранном языке при межличностном, межкультурном и профессиональном взаимодействии;            основные законы и принципы композиции (равновесие, ритм, пропорции, симметрия, доминанта, центр композиции);            правила академического рисунка: линейная и воздушная перспектива, пропорции, конструктивное построение формы, светотень;            основы цветоведения: цветовой круг, гармонии и контрасты, психология восприятия цвета и его эмоциональное воздействие;            жанры и техники рисунка и живописи, применимые в</p>	<p>владеет лексическим и грамматическим минимумом, относящимся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;            владеет лексическим и грамматическим минимумом, необходимым для чтения и перевода текстов профессиональной направленности (со словарем);            демонстрирует знания при употреблении глаголов (общая и профессиональная лексика);            демонстрирует знания правил чтения текстов профессиональной направленности;            демонстрирует способность построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;            демонстрирует знания правил речевого этикета и социокультурных норм общения на иностранном языке;            демонстрирует знания форм и видов устной и письменной коммуникации на иностранном языке при межличностном, межкультурном и</p>	<p>Письменный и устный опрос. Тестирование.            Дискуссия.            Участие в диалогах, ролевых играх.            Практические задания по работе с информацией, документами, профессиональной литературой.            Ответы на промежуточной аттестации</p>

<p>рекламной и дизайнерской практике;</p> <p>выразительные возможности различных художественных материалов (карандаш, уголь, пастель, акварель, гуашь, акрил);</p> <p>роль визуального образа в рекламе, взаимодействие композиции, рисунка и цвета в создании рекламного сообщения;</p> <p>современные тенденции в использовании художественных приёмов в рекламе и графическом дизайне</p>	<p>профессиональном взаимодействии;</p> <p>владеет базовыми теоретическими представлениями; о законах и принципах композиции;</p> <p>демонстрирует понимание правил академического рисунка, перспективы и пропорций;</p> <p>знает основы цветоведения и закономерности взаимодействия цветов;</p> <p>ориентируется в техниках рисунка и живописи, применяемых в рекламной графике;</p> <p>способен объяснить роль визуального образа и художественных приёмов в создании рекламного сообщения</p>	
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p><u>Уметь:</u></p> <p>применять основные понятия психологии делового общения в профессиональной деятельности;</p> <p>использовать различные виды, формы и функции делового общения в зависимости от ситуации;</p> <p>выявлять и корректировать ошибки восприятия в процессе межличностного и межгруппового взаимодействия;</p> <p>использовать вербальные и невербальные средства коммуникации для достижения профессиональных целей;</p> <p>распознавать и преодолевать коммуникативные барьеры, включая барьеры темперамента, характера, самооценки и эмоциональных состояний;</p> <p>анализировать и предупреждать конфликты, выбирать оптимальные стратегии поведения в конфликтных ситуациях;</p> <p>организовывать и проводить деловые беседы, переговоры, дискуссии и совещания с учётом психологических особенностей взаимодействия;</p> <p>применять полученные знания и навыки в практических ситуациях</p>	<p>демонстрирует знание и применение основных понятий психологии делового общения в профессиональной деятельности;</p> <p>использует различные виды, формы и функции делового общения в зависимости от ситуации;</p> <p>выявляет и корректирует ошибки восприятия в процессе межличностного и межгруппового взаимодействия;</p> <p>использует вербальные и невербальные средства общения в соответствии с профессиональными задачами;</p> <p>распознаёт и преодолевает коммуникативные барьеры (темперамента, характера, самооценки, эмоциональных состояний, речи);</p> <p>анализирует и предупреждает конфликты, выбирает оптимальные стратегии поведения в конфликтных ситуациях;</p> <p>организует и проводит деловые беседы, переговоры, дискуссии и совещания с учётом психологических особенностей взаимодействия;</p> <p>применяет знания и навыки</p>	<p>Письменный и устный опрос. Тестирование.</p> <p>Дискуссия.</p> <p>Участие в диалогах, ролевых играх.</p> <p>Практические задания по работе с информацией, документами, профессиональной литературой.</p> <p>Ответы на промежуточной аттестации</p>

<p>профессиональной деятельности, повышая эффективность коммуникации;</p> <p>строить композицию рекламного изображения с учётом равновесия, ритма, пропорций и доминанты;</p> <p>выполнять графические зарисовки предметов, интерьеров и простых фигур с соблюдением правил перспективы и пропорций;</p> <p>передавать объём предметов с помощью светотени и штриховки;</p> <p>подбирать и применять цветовые решения в зависимости от эмоционального воздействия и целей рекламы;</p> <p>создавать этюды и эскизы с различными цветовыми гаммами и колоритом;</p> <p>использовать разные художественные материалы и техники (карандаш, уголь, акварель, гуашь, акрил) для решения творческих задач;</p> <p>разрабатывать рекламные эскизы и плакаты, комбинируя ручные и цифровые средства выразительности</p>	<p>деловой коммуникации для повышения эффективности профессионального взаимодействия;</p> <p>демонстрирует умение строить композицию с чётко выделенным акцентом и соблюдением законов композиции;</p> <p>выполняет зарисовки предметов, интерьеров и фигур с правильной передачей перспективы и пропорций;</p> <p>уверенно применяет светотень для создания ощущения объёма;</p> <p>подбирает цветовые решения, соответствующие задачам рекламы и особенностям целевой аудитории;</p> <p>создаёт этюды с разными цветовыми гаммами, показывая понимание эмоционального воздействия цвета;</p> <p>использует художественные материалы и техники осознанно и по назначению;</p> <p>разрабатывает рекламные эскизы и плакаты, демонстрируя целостность композиции, выразительность и аккуратность исполнения</p>	
---	--	--