

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ДИЗАЙН РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

42.03.04 Реклама и связи с общественностью

5 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование общих представлений о месте дизайна в процессе производства рекламного продукта; о направлениях деятельности и об основных функциях рекламного дизайна; формирование конкретных представлений о специфике различных видов рекламы, основных рекламных стратегиях, о принципах проектирования эстетически привлекательной рекламы, о приемах и методах визуализации рекламных образов; формирование и развитие системы профессиональных знаний и умений по созданию объектов рекламного дизайна.

Задачи освоения содержания дисциплины:

1. Формирование представления о месте и роли дизайна в процессе производства рекламы;
2. Изучение направлений деятельности рекламного дизайна и его основных функций;
3. Освоение требований к деятельности дизайнера в рекламном процессе;
4. Формирование знаний о сущности и специфике рекламы как сферы применения дизайна;
5. Раскрытие особенностей дизайна в различных видах рекламы;
6. Освоение принципов проектирования эстетически привлекательной рекламы;
7. Изучение приемов и методов эффективной визуализации рекламных образов;
8. Формирование представлений о корпоративной культуре, фирменном стиле организации, его основных элементах;
9. Изучение основных средств рекламного дизайна;
10. Совершенствование навыков анализа лучших образцов рекламного творчества для оценки эффективности дизайнерского решения;
11. Развитие навыков эффективного использования технических средств и прикладных программ в процессе проектирования рекламной продукции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Дизайн рекламного продукта» относится к базовой части учебного плана ОПОП направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Реклама», «Реклама как вид профессиональной деятельности», «Компьютерная графика».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

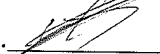
4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-4	<i>Полное</i>	<p>Знать: психологические аспекты формирования и применения технологий в сфере связей с общественностью и рекламы;</p> <p>Уметь: отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта</p>
ОПК-5	<i>Полное</i>	<p>Знать: тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p> <p>Уметь: учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p> <p>Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных компаний.</p>
ПК-8	<i>Полное</i>	<p>Знать: основные виды исследований в рекламной деятельности; творческую сторону рекламной деятельности; типы рекламных агентств</p> <p>Уметь: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации</p> <p>Владеть: инструментами разработки и создания рекламных материалов; приемами использования звука, цвета и движения в рекламе; навыками написания рекламных текстов; методами оценки рекламных материалов.</p>
ПК-16	<i>Полное</i>	<p>Знать: систему СМИ региона.</p> <p>Уметь: СМИ (инициирование публикаций, работа с информационными партнерами и пр.) - создавать информационные поводы.</p> <p>Владеть: навыками установления контактов с журналистским корпусом.</p>


5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Дизайн как компоновочная деятельность.
2. Психо-технологии рекламных средств
3. Основные составляющие фирменного стиля


4. Роль стереотипов в рекламе
5. Ассоциативность и образность в рекламе
6. Конструктивная структура рекламы
7. Особенности внешних рекламных конструкций
8. Внешний образ публичной фигуры в СМИ
- 6. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет**
- 7. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3**

Составитель: составил ст. преподаватель Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  д. ф. н., профессор Латышева Ж.В

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф.

ЖРСО, д.ф.н., профессор.

Директор института  д. ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 11.09.2019

Печать института

