

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ДИЗАЙН РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

42.03.01 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

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-3	<i>Полное</i>	Знать: многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов; Уметь: использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов медиапродуктов; Владеть: способностью использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов медиапродуктов.
ОПК-6	<i>Полное</i>	Знать: теоретические основы организации и проведения коммуникационных и рекламных кампаний и мероприятий Уметь: использовать информационно-коммуникационные технологии Владеть: способностью использовать в профессиональной деятельности современные технические средства
ПК-10	<i>Полное</i>	Знать: современные информационно-коммуникационные технологии. Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии. Владеть: современными информационно-коммуникационными технологиями.

4. 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

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: ст.преподаватель кафедры ЖРСО 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: _____

Печать института

