

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины
«Дизайн рекламной продукции»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года / 4 года и 11 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2018

Цель изучения дисциплины:

научить выбору художественной формы реализации рекламной идеи; созданию визуального образа с рекламными функциями; художественному конструированию рекламных продуктов по заданию; осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты; научить грамотному оформлению документации заказа на производство рекламной полиграфической продукции; подготовить студентов к взаимодействию с полиграфическими предприятиями в процессе производства рекламной продукции.

Задачи изучения дисциплины:

показать понятийно-категориальную платформу дизайна, рекламы и рекламных технологий; познакомить с базовыми принципами разработки визуальных и вербальных элементов рекламы; дать представление о форме, содержании и структуре рекламного обращения; научиться анализировать и оценивать рекламу с помощью системы критериев - содержательных и формальных (художественно-выразительных); познакомить с моделями восприятия рекламных обращений и основами психологии потребления рекламы; познакомить с базовыми моделями организации творческих процессов в рекламе и дизайне; познакомить с методиками поиска идей для креативных рекламных концепций; познакомить с приемами увеличения функциональности рекламного обращения и научить применять эти приемы и принципы в дизайнерской практике; дать представление об основных технологических производственных процессах в рекламе и дизайне; познакомить с основными способами производства рекламного продукта; методами полиграфического воспроизведения; показать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы

составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.

Перечень формируемых компетенций:

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: Экзамен