



АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»

Направление подготовки 54.03.01 «Дизайн»

Профиль «Графический дизайн»

Программа разработана на кафедре дизайна

Место дисциплины в учебном плане	Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Дисциплины (модули).
Цель изучения дисциплины	Освоение учебной дисциплины является; изучение языка рекламы для использования его в качестве инструментария для создания эффективного дизайна рекламной продукции.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>ОПК-4 - способность применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании;</p> <p>ПК-2 - способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи;</p> <p>ПК-3 - способность учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств;</p> <p>ПК-4 - способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проектов;</p> <p>ПК-5 - способность конструировать предметы, товары, промышленные образцы, коллекции, комплексы, сооружения, объекты, в том числе для создания доступной среды.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • модели поведения потребителей, их психологические особенности и мотивации; • о технологиях организации, размещения и проведения рекламы и рекламных кампаний; • основные виды рекламы; • выразительные средства рекламы. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать в профессиональной деятельности выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; • организовать изготовление и производство различных видов рекламной продукции; • творчески генерировать и воплощать рекламные идеи в систему художественно-пластических образов, символов, знаков; • определять оптимальный набор рекламных средств для конкретной рекламной акции;

	<ul style="list-style-type: none"> • составлять план подготовки предприятия к участию в выставке, подготовки и проведения презентации; • анализировать различные виды рекламной продукции; • ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности; • выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методами сегментации и анализа потребительского рынка; • методами изучения потребностей, требований к объектам рекламы, рекламной продукции и рекламным услугам, выявления, формирования и прогнозирования потребительских предпочтений; • навыками формирования креативной идеи рекламного сообщения или компании, композиционной организации плоскости; • навыками работы на компьютерной технике, в частности, с пакетами программ, спроектированными для создания и редактирования графических образов рекламы; • методом оценки рекламы на практике, контролировать его исполнение и профессионально оценивать результат.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Сфера рекламы и ее взаимодействие с областью дизайна, маркетинга, копирайта. Способы регулирования и управления в этой сфере и ориентации для дизайнера. Социально – правовой аспект, ее связь с бизнесом, планы и стратегии маркетинга. Реклама и средства массовой информации.</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен экзамен, в форме защиты разработанного рекламного продукта.</p>