

Аккредитованное образовательное частное учреждение
высшего профессионального образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»
Кировский филиал



**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ
УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН**

Направление подготовки

54.03.01 Дизайн

Профиль подготовки

Графический дизайн

Дизайн среды

Квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очная, очно-заочная

Киров
2014

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»

Семестр: 6

Зачетные единицы: 3

Количество часов: 108

Цель: формирование профессиональной художественной культуры для выполнения дизайн-проектов и для успешного решения профессиональных задач, при которых вопросы дизайна и рекламных технологий рассматриваются в качестве приоритетных.

Задачи: научиться классифицировать и применять в практической деятельности виды и приемы рекламных технологий.

Содержание дисциплины

Понятие, цели и задачи предмета дизайн и рекламные технологии. Общее понятие о рекламном дизайне. Историография появления и развития знаковых систем. Понятие и роль рекламы на товарном рынке. Задачи рекламы: информативная, увещательная, напоминающая. Креатив и копирайт. Сущность рекламного процесса: рекламодатель – рекламное агентство – средства распространения – потребитель. Психология воздействия и восприятия рекламы. Психология потребителя (в аспекте дизайна рекламного продукта). Графический дизайн и его место в рекламе. Проектирование информации средствами дизайна. Системный дизайн. Основные рекламные средства: полиграфия, СМИ (печатные и электронные), радио и ТВ, интернет, наружная реклама, витрина (экспозиция), сувениры. Создание бренда. Фирменный стиль и его значение. Стилеобразующие элементы: логотип, товарный знак, слоган. Современные технологии в рекламе: 3D-реклама, SMS/MMS, мобильная реклама, интерактивные проекции, голографический и сенсорный экран.

Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями (согласно матрице компетенций):

– осознает сущность и значение информации в развитии современного общества; владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации (ОК-14);

– разрабатывает проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; возможные приемы гармонизации форм, структур, комплексов и систем; комплекс функциональных, композиционных решений (ПК-3);

В результате изучения дисциплины выпускник должен:

знать: определения, виды и цели рекламы, средства распространения рекламы; сущность формирования ассоциативных связей и лояльности к фирме или товару; особенности современного рынка рекламы; виды и специфику производства рекламы; особенности, достоинства и недостатки рекламы в прессе, радио, наружной и почтовой рекламы; понятие и роль художественного образа в рекламе; архетипы человеческих образов в

современных рекламных мирах; методы разработки и продвижения новых рекламных идей; особенности восприятия рекламы различными категориями потребителей.

уметь: уметь оценивать рекламу, используя в качестве инструментария художественно-выразительные средства, с помощью определенной системы критериев – содержательных и формальных; уметь анализировать, опираясь на теоретическую базу, деятельность в сфере рекламы; уметь решать проектно-художественные задачи, опираясь на знания, приобретенные в процессе изучения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»; уметь выражать и обосновывать свои позиции по вопросам, касающимся дизайна реклама и рекламной деятельности; уметь выявлять технические, стилистические и идеологические особенности графического дизайна в рекламе; уметь ориентироваться в терминах и определениях.

владеть: представлениями о видах рекламной деятельности; представлениями о специфике различных видов графического дизайна и рекламы и место, которое они занимают в решении современных проектных и коммерческих задач; теорией и практикой изучаемого предмета; навыками выполнения графических работ, задание которых неразрывно связано с содержанием теоретического материала на данном этапе; навыками самоорганизации и навыками самостоятельной работы.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» представляет собой дисциплину по выбору профессионального цикла (Б.3). Для освоения дисциплины требуются знания и умения, приобретенные во время изучения дисциплин «История дизайна», «Современные стили в дизайне». Знания, умения и навыки, приобретаемые на учебной дисциплине «Дизайн визуальных коммуникаций», необходимы для дисциплины «Проектирование в графическом дизайне».