

Аннотация дисциплины

Б1.В. 10 «ОСНОВЫ ДИЗАЙНА РЕКЛАМЫ»

Объем трудоемкости: 6 зачетных единиц (216 часов, из них – 108 часа аудиторной нагрузки: лабораторных 108 ч.; 80,8 часов самостоятельной работы, 0,5 ИКР , 26,7 - экзамен).

1.1 Цель освоения дисциплины «Основы дизайна рекламы» - профессиональная подготовка студента в области дизайна рекламы.

1.2 Задачи дисциплины «Основы дизайна рекламы» получение необходимых для дальнейшего профессионального роста знаний, умений и навыков. К ним относится формирование следующих знаний, умений и навыков:

- владение системой базовых понятий в области дизайна рекламы;
- знание целей и задач, решаемых дизайнерами при проектировании оригинал-макетов;
- владение средствами создания имиджа рекламируемого объекта;
- умение учитывать особенности восприятия графической информации целевой аудиторией, владение навыками применения визуальных средств воздействия на целевую аудиторию;
- умение обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи;
- знание основ дизайн-проектирования визуальной рекламы с учетом специфики различных рекламоносителей.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Основы дизайна рекламы» входит в вариативную часть блока Б 1 основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 54.03.01 –Дизайн, профиля «Графический и коммуникативный дизайн» (Б1. В.10).

Результаты обучения (знания, умения, опыт, компетенции):

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных и профессиональных компетенций (ПК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
	ПК-2	Способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	Особенности формирования концепций в процессе разработки проектной идеи, решения дизайнерской задачи	обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	Способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи

Разделы дисциплины

№	Наименование разделов (тем)
1	2
1.	Основы дизайна рекламных коммуникаций
2.	Основы комплексного дизайн-проектирования рекламы
3.	Основы методики проверки качества дизайн-проектирования

Основная литература:

1. Овчинникова, Р.Ю. **Дизайн в рекламе: основы графического проектирования : учебное пособие** / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. : ил. - ISBN 978-5-238-01525-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010>

2. Старикова, Ю.С. **Основы дизайна : учебное пособие** / Ю.С. Старикова. - М. : А-Приор, 2011. - 112 с. - (Конспект лекций. В помощь студенту). - ISBN 978-5-384-00427-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=72693>

3. Веселова, Ю.В. **Графический дизайн рекламы. Плакат : учебное пособие** / Ю.В. Веселова, О.Г. Семёнов. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 104 с. - ISBN 978-5-7782-2192-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228990>

4. Ткаченко, Н.В. **Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие** / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422>.

Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме зачета и экзамена.