

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.16.02
«Проектирование и выпуск рекламного плаката»

Объем трудоемкости: 1 зачетная единица (36 часов, из них – 14,2 контактных часов: лабораторных 14 ч., самостоятельная работа – 21,8 ч., 0,2 часа ИКР)

Цель освоения дисциплины – овладение практическими навыками проектирования и выпуска рекламного плаката.

Задачи дисциплины:

Основные задачи дисциплины Б1.В.ДВ.16.02 «Проектирование и выпуск рекламного плаката»:

- овладение практическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями курса;
- понимание процессов, связанных с проектированием, выпуском рекламных плакатов;
- написание слоганов рекламных плакатов;
- изучение особенностей графики;
- знакомство со спецификой создания рекламных плакатов различных типов.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.16.02 «Проектирование и выпуск рекламного плаката» входит в раздел ФГОС «Профессиональный цикл. Вариативная часть» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Дисциплина «Проектирование и выпуск рекламного плаката» является своеобразной итоговой работой, подводящей черту под теоретическими предметами, и призванной дать практический эффект в виде навыков и умений, необходимых при прохождении практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в пресс-службе, отделе рекламы и связей с общественностью.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-5	Способностью реализовывать проекты и владеть методами их реализации	типологию рекламных плакатов, особенности создания каждого из типов плакатов, специфику написания слоганов для плакатов, графического	создавать рекламные плакаты, каждый из типов плакатов, специфику написания слоганов для плакатов, графического дизайна рекламных	навыками как самостоятельного производства рекламного плаката, так и подготовки необходимого пакета документов для разработки плаката

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			дизайна рекламных плакатов;	плакатов;	рекламным агентством.
2.	ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	бюджетирование производства и размещения рекламного плаката, специфику составления договоров на разработку и производство рекламного плаката, особенности подготовки брифа на производство рекламного плаката;	составлять договоры на производство рекламного плаката; определять объем необходимых затрат на производство рекламного плаката;	навыками работы с рекламными агентствами по производству видеоролика; составления брифа и договора, определению бюджета, производства рекламного плаката.

Основные разделы дисциплины для очной формы обучения в 6 семестре:

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре (очная форма).

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Особенности создания рекламных плакатов.	4			2	2
2.	Типология рекламных плакатов и особенности разработки.	5			2	3
3.	Разработка брифа, составление бюджета, подписание договора	4			2	2
4.	Написание текста рекламного плаката.	5			2	3
5.	Контент рекламного плаката.	4			2	2
6.	Графика рекламного плаката.	5			2	3
7.	Изготовление рекламного плаката.	4			2	2
8.	Изготовление рекламного плаката. Графический дизайн.	6,8			2	4,8

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
	Итого:	36			16	21,8

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Булатова, Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса : учебное пособие / Э.В. Булатова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. - 264 с. - ISBN 978-5-7996-0741-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310>
2. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2012. - 191 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176>

Автор (ы) РПД Г.Н. Немец, доц., канд. филол. наук, доц.