

**Аннотация по дисциплине
ОП.06 Композиция
42.02.01 Реклама**

Курс 2 Семестр 4

Количество часов:

всего 110

лекционных занятий - 38 час,

практических занятий - 34 час,

самостоятельной работы - 38 час.

Цель дисциплины:

Дисциплина «Композиция» предусматривает ознакомление обучающихся с основными законами и понятиями композиции в рекламе.

Задачи дисциплины:

Применение навыков практического применения композиционных законов при создании проектов, изделий и объектов рекламного характера, как в графическом дизайне, так и при проектировании сувенирной продукции наружной и внутренней рекламы.

Место дисциплины в структуре ППССЗ

Дисциплина «Композиция» относится к общепрофессиональному циклу программы подготовки специалистов среднего звена и имеет индекс ОП.06. Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Дисциплина «Композиция» имеет тесные взаимосвязи с такими дисциплинами как «Живопись с основами цветоведения», «Рисунок с основами перспективы» «История изобразительного искусства».

Дисциплина «Композиция» обеспечивает формирования следующих компетенций специалиста по рекламе, указанных в ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама

Результаты обучения:

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии

Знать	– что изучает и чем занимается дисциплина «Композиция»; – в чем заключается взаимосвязь композиции и дизайна; – области применения композиции в любом дизайне; – теоретические основы визуального дизайна.
Уметь	– применять полученные знания по композиции на практике; – в разрабатываемых дизайнерских проектах «программировать» взгляд и эмоции зрителя с помощью художественных средств.

Содержание и структура дисциплины ОП.06 Композиция

Наименование разделов	Всего часов (макс. учебн. нагрузка)	Объем времени, отведенный на освоение учебной дисциплины				
		Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося	
		лекц.	в т.ч. практ. занят.	в т.ч. кур-совая раб.	Всего, часов	в т.ч. кур-совая раб.
1	2	3	4	5	6	7
Раздел 1. Этапы творческого процесса создания композиции рекламы	8	4	2	—	2	—
Раздел 2. Анализ формообразования в композиции	12	4	4	—	4	—
Раздел 3. Тон как средство гармонизации композиции	12	4	4	—	4	—
Раздел 4. Фактура, рельеф, объем	16	6	4	—	6	—
Раздел 5. Ритмические и метрические композиционные системы. Масштаб композиции	14	4	4	—	6	—
Раздел 6. Цвет в рекламе	20	8	6	—	6	—
Раздел 7. Шрифт как изобразительная система	14	4	6	—	4	—
Раздел 8. Корпоративный стиль	14	4	4	—	6	—
Итого	110	38	34	—	38	—

Курсовые работы: не предусмотрены

Вид аттестации: другие формы аттестации.

Основная литература:

Паранюшкин, Р.В. Композиция. Теория и практика изобразительного искусства: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Р.В. Паранюшкин. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, Планета музыки, 2015. — 100 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91844>

Авторы: Мартыненко Роман Алексеевич, Потапенко Оксана Викторовна