

Аннотация дисциплины

Б1.В.ДВ.04.02 «НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 48 часов аудиторной нагрузки: лабораторных 48 ч.; 23,8 часов самостоятельной работы, 0,2 ИКР, зачет).

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

Дисциплина «Наружная реклама» предназначена для реализации государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки магистров. Данная дисциплина входит в блок дисциплин по выбору студента (Б1.В.ДВ.04.02) учебного плана и изучается в семестре «3» магистерской программы «Графический и коммуникативный дизайн».

Изучение дисциплины «Наружная реклама» предполагает углубленное изучение дизайна рекламных коммуникаций, влияния средств графического дизайна на восприятие массовых визуальных коммуникаций. Данная дисциплина обладает высоким развивающим потенциалом будущих магистров в области графического и коммуникативного дизайна.

1.1 Цель освоения дисциплины – профессиональная подготовка студента в области дизайн-проектирования визуальных коммуникаций в наружной рекламе.

1.2 Задачи дисциплины:

- углубление теоретических знаний, необходимых для дизайн-проектирования наружной рекламы;

- развитие навыков самостоятельного приобретения с помощью информационных технологий новых знаний и умений (в том числе, непосредственно не связанные со сферой деятельности) и использовать их на практике;

- развитие готовности синтезировать набор возможных решений задач или подходов к выполнению проекта, способностью обосновывать свои предложения, составлять подробную спецификацию требований к проекту и реализовывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе, на практике;

- изучение основ современных технологий материалов, применяемых для изготовления наружной рекламы;

- изучение методологических основ дизайн-проектирования наружной рекламы;

- изучение воздействия средств графического дизайна на целевую аудиторию (сознательное и бессознательное);

- интеграция со смежными специалистами в процессе проектной деятельности;

- изучение методов экспериментальной апробации эффективности воздействия зрительно-семантического конструкта.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Наружная реклама» входит в дисциплины по выбору вариативной части блока Б1 учебного плана основной профессиональной образовательной программы подготовки магистров по направлению 54.04.01 –Дизайн, направленность «Графический и коммуникативный дизайн» (Б1. В. ДВ. 04. 02)

Курс «Наружная реклама» изучается студентами в семестре 3 и готовит обучающегося к углублённому восприятию и решению художественно-творческих и практических проектных задач дизайнерской деятельности.

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
1.	ОПК - 6	способностью	способы и	самосто	навыками

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе, непосредственно не связанных со сферой деятельности	алгоритмы самостоятельного приобретения новых знаний из различных источников при помощи информационных технологий.	ятельно приобретать с помощью информационных технологий новые знания и умения, в том числе, непосредственно не связанные со сферой деятельности, использовать их на практике.	самостоятельно го приобретения с помощью информационных технологий знаний и умений, в том числе, непосредственно не связанных со сферой деятельности, навыками использования их в практической деятельности;
2.	ПК- 5	готовностью синтезировать набор возможных решений задач или подходов к выполнению проекта, способностью обосновывать свои предложения, составлять подробную спецификацию требований к проекту и реализовывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе, на практике	способы синтеза набора возможных решений, задач или подходов к выполнению проекта, особенности обоснования своих предложений, требования к проекту для реализации проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе.	синтезировать набор возможных решений задач или подходов к выполнению проекта задач в сфере дизайна; обосновывать свои предложения, составлять подробную спецификацию требований к проекту и реализовывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе, на практике.	приемами синтеза набора возможных решений задач или подходов к выполнению дизайн-проекта, способностью обосновывать свои предложения, навыками составления подробной спецификации требований к проекту и реализации проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе, на практике.

Разделы дисциплины

№	Наименование разделов (тем)
1	2
1.	Дизайн-проект коммерческой наружной рекламы
2.	Дизайн-проект некоммерческой наружной рекламы

Основная литература:

1. 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>
2. Старостова, Л.Э. **Эстетика рекламы : учебное пособие** / Л.Э. Старостова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2010. - 144 с. - ISBN 978-5-7996-0565-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874>
3. 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