

Аннотация рабочей программы (модуля)

Дисциплина «Эффективность дизайна рекламы» является первой дисциплиной по выбору первого блока программы бакалавриата и относится к вариативной части программы профиля «Графический дизайн».

Дисциплина реализуется в 2019/2020 уч. г. кафедрой «Художественное проектирование предметно-пространственной среды».

Изучение данной дисциплины базируется на теоретических и практических знаниях, умениях и навыках, полученных студентами в процессе освоения дисциплин «История орнамента и стилей в графическом дизайне», «История графического дизайна и рекламы», «Проектирование в графическом дизайне», «Основы экономики».

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

- Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4);
- Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-11);
- способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи (ПК-2);
- способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта (ПК-4).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с освоением студентами основных направлений эффективности рекламы и важнейших факторов влияния на неё современных приемов дизайн - проектирования, ознакомлением учащихся с базовыми методиками оценки эффективности рекламы, рекламной акции и рекламной кампании; усвоение студентами необходимого объема знаний и практических навыков по художественному проектированию и производству эффективного рекламного продукта; овладение учащимися приемами оценки возможных результатов проектирования рекламы, последствий использования различных технологий монтажа и художественного оформления современной рекламной продукции; отработка правил выбора путей решения конкретных проблем, возникающих в практической деятельности при исполнении заказов рекламодателя, при проведении рекламных акций и кампаний или при организации участия в них разработчика рекламы.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и кейсов, промежуточный контроль в форме аттестации итогового практического задания – аналитического реферата и проектной разработки на заданную тему.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе в 7 и 8 семестрах продолжительностью 18 и 8 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: занятия лекционного типа, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации. Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме отчета аналитическими и проектными материалами по итогам освоения отдельных блоков, промежуточная аттестация в форме зачета в 7 семестре и зачета с оценкой в 8 семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении выпускной квалификационной работы.