

Аннотация дисциплины Б.1.2.2 Дисциплина. Дизайн в рекламе и связях с общественностью

Дисциплина "Дизайн в рекламе и связях с общественностью" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Реклама и связи с общественностью в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях" направления подготовки "42.03.01 Реклама и связи с общественностью".

Дисциплина изучается в 4, 5 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 144/4 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в .

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме дифференцированный зачет (БРК), а также промежуточный контроль в форме балльно-рейтинговый контроль, без контрольной акции.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
2. ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Предыстория дизайна. Уильям Моррис и Движение за Обновление искусств и ремесел. Появление новой пространственной концепции в искусстве двадцатого века. Влияние современного искусства на художественную культуру.
2. О понимании дизайна. Основные определения и понятия. Реклама, ее место в современном мире, классификация рекламы. Общие сведения о теории цвета и ее основные понятия. Главные характеристики цвета: цветовой тон, светлота, насыщенность. Восприятие цвета. Глаз как орган восприятия цвета. Трехкомпонентная теория цветового зрения.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: дискуссионные, игровые процедуры, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, деловая игра, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, проблемная лекция, ролевая игра.