

Аннотация дисциплины Б.1.2.8 Дисциплина. Дизайн в рекламе

Дисциплина "Дизайн в рекламе" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Информационные системы и технологии в рекламе, масс-медиа и контент-маркетинге" направления подготовки "09.03.02 Информационные системы и технологии".

Дисциплина изучается в 6 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 144/4 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме балльно-рейтинговый контроль.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этническом и философском контекстах

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Виды, средства и задачи рекламы. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.
2. Федеральный закон «О рекламе». Требования к рекламе. Недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная, скрытая реклама.
3. Дизайн рекламы. Расшифровка понятия и основных задач.
4. Значение фирменного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы. Технология создания фирменного стиля. Фирменная документация как объект графического дизайна.
5. Бренд: понятие, функции, основные составляющие. Товарный знак и его виды.
6. Рекламная кампания, ее цели и целевые группы.
7. Реклама как область применения графического дизайна. Визуальные коммуникации. Графические элементы, образы, персонажи — особенности, характер размещения, образность.
8. Основные требования к дизайну рекламных материалов и особенности их размещения. Графические рекламные носители. Печатная реклама. Наружная реклама. Основные виды и особенности.
9. Композиция в рекламе. Структура рекламного продукта. Рекламный образ. Приемы и средства композиции.
10. Рекламное обращение и его составляющие. Модульная сетка. Структура и тип компоновки рекламных сообщений.
11. Типографика. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. Основные изобразительные элементы «текстовых» рекламных материалов.
12. Проектный процесс в дизайне рекламы. Дизайн-проектирование, дизайн-концепция. Методы оценки эффективности дизайна рекламы.
13. Технологии производства печатной и наружной рекламы. Современные способы печати полиграфической продукции. Особенности широкоформатной печати: основные требования к файлам. Особенности офсетной и цифровой печати: требования к файлам.
14. Интернет-реклама. Основные виды и особенности.

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

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии:

задания, классическая лекция.