

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 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. 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.
2. Появление новой пространственной концепции в искусстве двадцатого века. Влияние современного искусства на художественную культуру.
3. Русский авангард. Художественное конструирование в первые годы Советской власти. ИНХУК, ВХУТЕМАС (ВХУТЕИН) - школа по подготовке дизайнеров в СССР. Производственное искусство: теория и практика. Этапы развития дизайна в России.
4. Появление новой пространственной концепции в искусстве двадцатого века. Влияние современного искусства на художественную культуру.
5. Баухауз: возникновение, цели и задачи, методы обучения. Деятельность В. Гропиуса - первого директора Баухауза. Значение Баухауза и его роль в развитии дизайна
6. Постмодернизм. Современные школы и направления.
7. О понимании дизайна. Основные определения и понятия. Реклама, ее место в современном мире, классификация рекламы.
8. Аппаратные и программные средства, необходимые для работы дизайнера.
9. Закономерности зрительного восприятия формы и пространства.
10. Основной закон композиции. Основные принципы и художественно-выразительные средства композиции.
11. Объективные свойства формы, типы форм, основные и вспомогательные свойства формы. Понятие «величина и масса формы».
12. 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.

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