

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Дизайн и реклама»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Графический дизайн

Общий объем дисциплины – 3 з.е. (108 часов)

Форма промежуточной аттестации – Экзамен.

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:

- ПК-2.1: Способен собирать и анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом;
- ПК-2.2: Предлагает творческие идеи для решения дизайнерской задачи;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Дизайн и реклама» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очная. Семестр 6.

1. Введение. Основные понятия и представления .. •□Цели и задачи рекламной деятельности.

- Базовые профессиональные понятия и представления в области продвижения продукции, идеологии рекламы и маркетинга.
- Основы глобального планирования работы над рекламным продуктом, анализа рынка, определения целевой аудитории, оценки результатов создания и использования рекламы.
- Особенности отечественного рекламного рынка..

2. Основные школы графического дизайна.. •□Основные школы графического дизайна в Западной Европе в к.19-20 вв. (Школы Макинтоша, Баухауза, ВХУТЕМАС и другие).

- Американский графический дизайн к.19 – 20 вв.
- Российский графический дизайн 19-20 веков
- Современные формы графического дизайна в рекламе.

3. Психологические аспекты рекламных воздействий и коммуникаций.. •□Оригинальность и креативность. Критерии и методики оценки.

- Управление вниманием, создание образа.
- Особенности восприятия рекламного продукта в различных областях коммуникации. Общие психологические принципы и закономерности.
- Принципы, правила и приемы креативности: как сделать интересную рекламу.
- Вирусность, запоминаемость, эффективность и другие аспекты рекламы.
- Оформление и подача дизайн-проекта. Организация эффективного взаимодействия с заказчиком.
- Виды сбора и анализа информации, необходимой для работы над дизайн-проектом.

4. Основные компоненты рекламного сообщения.. •□Фирменный стиль. Построение работы над его созданием.

- Связь визуального образа и рекламной задачи в графическом дизайне.
- Формула стиля и его компоненты.
- Модульные сетки и композиционные приемы. Назначение модульных сеток, методы расчета и построения, обеспечение идентичности рекламных продуктов с помощью модульных сеток.
- Фотография в рекламе. Технические и творческие принципы, особенности создания и использования каталожных, имиджевых, иллюстративных и других видов фотографии. Основные принципы организации фотосъемок.
- Творческие идеи для решения дизайнерской задачи..

5. Смежные и дополнительные составляющие рекламы в графическом дизайне.. •□Текст. Особенности создания рекламного текста. Связь визуального образа и смысла текста.

- Инфографика, интерпретация и визуальная подача массивов данных.
- Звуковой дизайн. Звук как составляющая мультимедийного рекламного продукта.
- Организация рекламы и дизайн в соцсетях и на видеохостингах: каналы, страницы, сообщества.
- Персонажи и комиксы. Принципы разработки под требуемые задачи, художественные и технические приемы..

6. Узкие места, ошибки, пути развития и перспективы.. • Юридические аспекты и защита авторских прав.

- Ошибки рекламы.
- Рискованный и провокационный рекламный дизайн.
- Решения для сложных тем. Как обходить острые углы и щекотливые моменты..

Разработал:
доцент
кафедры АрхДи

Е.В. Шарова

Проверил:
Директор ИнАрхДиз

С.Б.Поморов