

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
 Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
 федерального университета
 Дата подписания: 13.09.2023 11:23:55
 Уникальный программный ключ:
 d74ce93cd40c39275c3ba2f58486412a1c8cf96f

Аннотация дисциплины (ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Наименование дисциплины	Дизайн и рекламные технологии
Содержание	Понятие «дизайн и рекламные технологии», развитие отечественной рекламы. Понятие рекламной коммуникации. Задачи разработки рекламной концепции товара. Сущность теории УТП, теория позиционирования. Понятие сценарного моделирования. Природа рекламного воздействия. Потребности и мотивы. Формы рекламного воздействия. Творческая реклама.
Реализуемые компетенции	ОПК-6 Способен решать задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности ПК-2 Способен обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи ПК-4 Способен анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Знать: информационно-коммуникационные технологии и методы переработки информации с учетом требований к ее библиографическому оформлению; графические редакторы и методы подбора оптимального программного продукта для профессионального решения дизайнерских задач; специфику работы с устройствами ввода и вывода графической информации. ОПК-6 Уметь: ориентироваться в области информационно-коммуникационных технологий; оформлять переработанную информацию с учетом требований к ее библиографическому оформлению; обрабатывать графическую информацию для решения задач профессиональной деятельности с использованием информационных технологий и графических программных продуктов. ОПК-6 Владеть: практическими навыками работы с программными продуктами графического дизайна и устройствами ввода и вывода графической

	информации. Навыками организации графического изображения, и создания неординарных решений с применением компьютерных программ и информационно-коммуникационных технологий для реализации художественного замысла. ОПК-6 Знать: правила и принципы творческого решения дизайнерской задачи; ПК-2 Уметь: выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид ПК-2 Владеть: аргументированной разработкой проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи ПК-2 Знать: методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта ПК-4 Уметь: анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн- проекта ПК-4 Владеть: владеет методами изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта ПК-4
Трудоемкость, з.е.	3 з.е.
Формы отчетности (в т.ч. по семестрам)	5 семестр – зачёт
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012. 2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013. 3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Дополнительная литература	1. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001. 2. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006. 3. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006. 4. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В. Михайленко- Ставрополь: Ставропольская правда, 1995. 5. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998. 6. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.
---------------------------	--