

## 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