

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Дизайн рекламы
Содержание	Понятие и сущность рекламы. Виды и формы рекламы. Проблема классификации. Классификация средств рекламы. Рекламный текст. Рекламное изображение. Цвет, свет, звук, шрифт в рекламе. Живописно графическая реклама, ее средства и формы. Световая реклама. Кинодиапозитивная реклама. Телевизионная реклама. Радиореклама. Печатная реклама и ее виды. Витрины. Выкладка демонстрация и дегустация товаров. Виды понятий в зависимости от отношений между их объемами. Логика рекламного обращения. Изложение обращения. Понятие фирменного стиля. Его место и основные функции в рекламе. Этапы работы над фирменным стилем. Товарный знак как элемент фирменного и рекламного стилей. Виды товарных знаков. Общие аспекты.
Реализуемые компетенции	ПК-4 - способностью анализировать и определять требования к дизайнпроекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта; ПК-6 - способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	ПК-4 Знать: - смысловую нагрузку рекламного текста. - основные составляющие фирменного стиля. - основные виды товарных знаков. Уметь: - определить мотива и мотивации потребителя. - охарактеризовать методы влияния на сознание и подсознание личности - объяснить определения каталога и альбома, описать способы их изготовления и эффективность рекламного воздействия. Владеть: - формами и методами рекламного воздействия. - культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения. ПК-6 Знать: - основные этапы планирования рекламы. - основные виды рекламного обращения. Уметь: - объяснить цели и задачи рекламной выкладки товара. - объяснить главные различия между мотивами и мотивациями потребителя. Владеть: - методами и средствами познания, обучения и самоконтроля для интеллектуального развития, повышения культурного уровня и профессиональной компетенции.
Трудоемкость, з.е.	3 з.е.
Формы отчетности (в т.ч. по семестрам)	7 семестр - зачёт
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	<ol style="list-style-type: none"> Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс] / В.Д. Курушин. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Профобразование, 2017. — 271 с. — 978-5-4488-0094-8. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/63814.html Веселова, Ю.В. Графический дизайн рекламы. Плакат : учебное пособие / Ю.В. Веселова, О.Г. Семёнов. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 104 с. - ISBN 978-5-7782-2192-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228990 (09.12.2016).

Дополнительная литература	1. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика учебное пособие / П.А. Кузнецов. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754 (01.06.2018).
---------------------------	--