

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Дизайн и рекламные технологии
Содержание	Рекламная работа в оптовой торговле. Рекламная работа в розничной торговле. Производство и распространение средств рекламы. Планирование рекламы. Рекламные кампании. Эффективность рекламы. Решение о рекламном обращении. Подготовка к принятию решения о рекламном обращении. Рекламное агентство, его структура и функции. Потребности. Мотивы. Внимание. Свойства внимания. Методы влияния на сознание и подсознание личности (формирование взглядов, убеждений, идеалов; суггестия).
Реализуемые компетенции	ПК-4 - способностью анализировать и определять требования к дизайн-проекту 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	<p>ПК-4 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - непреходящее значение гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объяснить цели и задачи рекламной выкладки товара; - синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта; научно обосновывать свои предложения <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами познания, обучения и самоконтроля для интеллектуального развития, повышения культурного уровня и профессиональной компетенции. <p>ПК-6 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы влияния на сознание и подсознание личности; главные различия между мотивами и мотивациями потребителя; - социальную значимость своей будущей профессии. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; - формами и методами рекламного воздействия культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.
Трудоемкость, з.е.	3 з.е.
Формы отчетности (в том числе по семестрам)	7 семестр - зачет
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная	1. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического

литература	проектирования : учебное пособие / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. : ил. - ISBN 978-5-238-01525-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010 (09.12.2016).
Дополнительная литература	1. Марусева, И.В. Мишень вкуса: аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение» : монография / И.В. Марусева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 308 с. : ил., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-7044-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438287 (01.06.2018).