

«ИСКУССТВО РЕКЛАМЫ»

Б1.В.ДВ.8.2

Дисциплина «Искусство рекламы» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки – 54.03.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн», квалификация - бакалавр входит в вариативную часть дисциплин по выбору блока Б1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целями изучения дисциплины «Искусство рекламы» являются формирование у обучающихся теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же его художественного воплощения.

Основными задачами дисциплины являются:

- предоставление обучающимся знаний, необходимые для профессионального ориентирования в вопросах искусства рекламы;
- сформировать четкое представление об общем процессе развития рекламного творчества;
- создать у обучающихся базу необходимых систематических знаний и представлений об особенностях каждого этапа разработки творческой концепции;
- ознакомить с наиболее характерными тенденциями в творчестве наиболее известных мастеров в области рекламы.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Искусство рекламы» относится к вариативной части дисциплин блока 1 (Б1) ОП бакалавриата.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися при изучении дисциплин, таких как «История графического дизайна и рекламы», «Пропедевтика», «Основы производственного мастерства», «Организация проектной деятельности».

Дисциплина «Искусство рекламы» является предшествующей для изучения дисциплин «Художественно-техническое редактирование», «Проектирование», «Дизайн и рекламные технологии».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

ПК-2 – способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.

ПК-9 – способность составлять подробную спецификацию требований к дизайн-проекту и готовить полный набор документации по дизайн-проекту, с основными экономическими расчетами для реализации проекта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

– основы теории рекламного творчества; основы современных техник и технологий в рекламе; методы и приемы активизации творческих идей при создании продукта в области рекламы;

– сущность рекламного творчества; методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта; основные этапы творческого процесса создания рекламы;

Уметь:

– производить и воспроизводить идеи, авторские ходы; преобразовать авторские идеи в творческий продукт; управлять основными этапами креативного процесса;

– генерировать новые идеи; применять на практике полученные теоретические знания; уметь использовать приемы создания рекламного образа: олицетворение, контраст, гиперболизация, метафора;

Владеть:

– навыками разработки творческих концепций в соответствии с техническим (творческим) заданием для решения творческих задач по разработке коммуникационной стратегии; навыками разработки творческих идей по брифу; методами активизации творческих идей при создании рекламного продукта;

– навыками использования технологических приемов и способов осуществления рекламной деятельности в современной социокультурной ситуации; методами активизации творческих идей при создании рекламного продукта; технологией разработки креативного брифа.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.