

ДИЗАЙН РЕКЛАМНО-КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОДУКТА

1. Цель освоения дисциплины

Выработать у будущих специалистов профессиональные умения и навыки определения путей и способов этического и научно-обоснованного освещения социальной проблематики посредством рекламно-коммуникационных продуктов за счет углубления системы знаний в области дизайна.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Дизайн рекламно-коммуникационного продукта» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Дизайн рекламно-коммуникационного продукта» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях», «Общественные и государственные институты в современном мире», «Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью», прохождения практик «Профессионально-ознакомительная практика», «Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Организация специальных мероприятий в рекламе и связях с общественностью», «Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью», прохождения практики «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);
- способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПКО-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основы дизайнерского искусства в целом, их реализацию в социальной и коммерческой сфере;
- основное содержание рекламно-коммуникационного продукта, его виды и сферы применения;
- виды, типы и содержание различных рекламных продуктов;
- основные принципы презентации социальных проблем в СМИ посредством рекламно-коммуникационных продуктов;

уметь

- подбирать стиль, дизайнерские решения и модели оформления продуктов в зависимости от социального запроса;
- определять критерии и степень востребованности продуктов, а также прогнозировать тенденции развития запросов;

- варьировать содержание и дизайнерское решение в соответствии с запросом руководства, целевой аудитории и востребованности продукта;
- создавать рекламно-коммуникационные продукты для различных СМИ и целевых аудиторий;

владеть

- навыками различных видов дизайна как самостоятельно так и включения в процесс профессиональных дизайнеров;
- знаниями и навыками в области разработки рекламно-коммуникационных продуктов, методами распределения продуктов в социальной жизни общества;
- навыками анализа, применения типовых и нестандартных решений в разработке различных продуктов;
- основами нестандартных дизайнерских решений для актуализации освещаемых проблем.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,
общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 14 ч., СРС – 94 ч.),
распределение по семестрам – 3 курс, лето,
форма и место отчётности – зачёт (3 курс, лето).

5. Краткое содержание дисциплины

Основы дизайнерского искусства.

Понятие дизайна. Значение дизайна в рекламе

Понятие и содержание рекламно-коммуникационного продукта.

Рекламно-коммуникационный продукт. Содержание, виды и значение в рекламе

Структура и классификация рекламно-коммуникационных продуктов.

Структура отдельных рекламных продуктов

Место и роль рекламно-коммуникационных продуктов в связях с общественностью и рекламе.

Рекламно-коммуникационные продукты в СМИ. Их важность и значение

6. Разработчик

Боровицкая Юлия Витальевна, к.п.н., доцент кафедры социальной работы ФГБОУ ВО ВГСПУ.