**Автономная некоммерческая организация профессионального образования**

**«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

**(АНО ПО «ПГТК»)**

****УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора

по учебно-методической работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Елькина З.Д.

«28» февраля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА   
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА**

**МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта**

для специальности

**42.02.01 «Реклама»**

(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника

**Специалист по рекламе**

(базовая подготовка)

Форма обучения

**Очная**

Пермь 2020

Рабочая программа междисциплинарного курса «Разработка творческой концепции рекламного продукта» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка), утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510

Программа предназначена для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Автор – составитель: Карнаухова Л.И., зав. кафедры дизайна.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры дизайна, протокол, № 3 от «17» февраля 2020 г.

Рекомендована к утверждению педагогическим советом АНО ПО «ПГТК» (протокол от «21» февраля 2020 г. № 3).

Рекомендована к утверждению педагогическим советом АНО ПО «ПГТК» (протокол от «26» февраля 2021 г. № 3).

# Оглавление

[1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА 3](#_Toc95729119)

[2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА 4](#_Toc95729120)

[3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА 10](#_Toc95729122)

[4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА 10](#_Toc95729123)

[**Ошибка! Закладка не определена.**](#_Toc95729124)

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

**1.1 Область применения программы**

Рабочая программа междисциплинарного курса МДК 01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта» является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

**1.2 Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена**

Учебная дисциплина МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта входит в состав профессионального модуля ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции и является междисциплинарным курсом в составе профессионального модуля.

**1.3 Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь:**

* осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
* разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
* использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
* составлять рекламные тексты;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**

* выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
* приемы и принципы составления рекламного текста;
* композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
* методы проектирования рекламного продукта;
* методы психологического воздействия на потребителя.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь **практический опыт в**:

* выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
* создания визуального образа с рекламными функциями;
* художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

В результате освоения данной дисциплины у выпускника формируются компетенции:

**Общие компетенции (ОК):**

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

**Профессиональные компетенции (ПК):**

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

# 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)** | 271 |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)** | 180 |
| в том числе: |  |
| лекционные занятия | 70 |
| практические занятия | 110 |
| **Самостоятельная работа обучающегося (всего)** | 61 |
| Консультации | 30 |
| **Промежуточная аттестация** в формеэкзамена |  |

# 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) | Объем часов | Осваемые компетенции |
| Тема1.  Творческая концепция рекламного продукта: понятие, вариации, формы воплощения. | Содержание учебного материала Визуальная культура и визуальное мышление. Теория восприятия картинной плоскости. Визуальные иллюзии. Композиции на статику и динамику. Этапы творческого процесса создания рекламного продукта. Проектная деятельность в дизайне. Этапы проектирования. Эргономика и антропометрия. Психология восприятия рекламного продукта. Стилевая классификация. Цвет в рекламе. Типографика. Современные технологии реализации. Текст и изображение в рекламе в рекламном плакате. | 10 | ОК1-ОК11  ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3 |
| Выполнить беспредметные композиции на организацию плоскости листа (использовать точки, линии, пятна). Составить композиции с заданной характеристикой (плоскость, пространство, объем и др.). Графическое решение.  Выполнить композиции на статику и динамику с использованием геометрических фигур  Выполнить зарисовки невозможных объектов (из истории визуальных иллюзий).  Разработать и выполнить изображение буквицы (в выбранном историческом стиле). Защита проекта. | 10 |
| Тема2.  Креатив в рекламе. Основные методы и приемы генерации творческих идей. | Содержание учебного материала: Понятие креативной концепции в рекламе. Особенности разработки концепции в рекламе. Разработка творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая текстовую и иллюстративную составляющие.  Разработка рекламного текста. Основные понятия и составляющие рекламного текста. Нейминг. Выразительные средства речи и речевое воздействие. | 10 | ОК1-ОК11  ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4 |
| Практические занятия: Разработка креативной концепции рекламного продукта. Защита проекта. | 8 |
| Тема 3.  Формирование образного решения рекламного продукта и его визуализация | Содержание учебного материала  Рекламный образ. Невербалика персонажей в рекламе. Основные приемы визуализации текстового сообщения в рекламную форму. Способы создания эффективного рекламного образа на основе вербальных структурных элементов.  Композиция в рекламном обращении. Основные формы словесно-изобразительного синтеза. Особенности современного визуального языка в рекламе. | 10 | ОК1-ОК11  ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5 |
| Практические занятия  Представить ряд рекламных модулей, используя особенности рекламного языка, методы типографического структурирования текста, визуальные элементы. Защита проекта. | 10 |
| Тема 4.  Коммуникативная концепция рекламного образа | Содержание учебного материала  Структура рекламной коммуникации. Средства передачи рекламного сообщения. Рекламное сообщение с позиций восприятия. | 6 | ОК1-ОК11  ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4 |
| Практические занятия  Выполнить серию композиций, учитывая их конструктивную и коммуникативную структуру. Защита проекта. | 8 |
| Тема 5.  Разработка авторских рекламных проектов | Содержание учебного материала  Теоретические модели рекламной концепции. Проектные технологии воплощения рекламной концепции товара. Основные этапы создания творческого проекта. Бренд как комплексный объект дизайна рекламы. Типы и виды брифов. | 8 | ОК1-ОК11  ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4 |
| Практические занятия  Разработка авторского рекламного проекта на основе теоретической модели рекламной концепции. Защита проекта. | 14 |
| Тема 6.  Основные методы и принципы разработки креативного продукта | Содержание учебного материала  Взаимодействие рекламного сообщения с другими составляющими комплекса маркетинга и интегрированных маркетинговых коммуникаций. Рекламная стратегия, креативная стратегия, рекламная идея. Основные этапы разработки креативного рекламного сообщения. | 6 | ОК1-ОК11  ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4 |
| Практические занятия: Разработка слогана для компании (по выбору). Разработка названий для группы товаров (по выбору). Разработка рекламного объявления. Защита проекта. | 10 |
| Тема 7.  Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-концепция. | Содержание учебного материала: Основные составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля, их практическое значение. Концептуальные стилеобразующие элементы - логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы. Носители фирменного стиля. Система идентификации. Формообразующие принципы и графические приёмы, применяемые в проектировании стилеобразующих элементов. | 8 | ОК1-ОК11  ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5 |
| Практические занятия: Разработать корпоративный /фирменный/ стиль для предприятия (на выбор) Пермского края  Роль корпоративного стиля в формировании имиджа фирмы /предприятия/.  Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования.  Концептуальные стилеобразующие элементы – логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы. Визуализация ассоциативного образа. Защита проекта. | 14 |
| Тема 8.  Проектирование бренда | Содержание учебного материала Конструирование бренда и торговой марки. Оценка бренда.  Технологии продвижения нового бренда. Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы. Принципы конструктивного построения и стилевого единства в комплексном проектировании элементов в проектирование бренда. | 6 | ОК1-ОК11  ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4 |
| Практические занятия: Произвести анализ и дать оценку существующему бренду в РФ. Разработка программы продвижения для нового бренда. Решение практического кейс «Обновление/проектирование бренда», защита проекта. | 14 |
| Тема 9.  Планирование рекламной  стратегии | Содержание учебного материала Разновидности рекламных стратегий | 8 | ОК1-ОК11  ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4 |
| Практические занятия: Разработка рекламной стратегии для компании по выбору.  Решение практического кейса на создание и продвижение бренда. | 10 |
| Тема 10.  Портфолио, как инструмент  продаж | Содержание учебного материала  Понятие, назначение и разновидности. Принципы создания портфолио. Формат портфолио. Разделы портфолио. Размещение портфолио. | 4 | ОК1-ОК11  ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4 |
| Практические занятия: Аналитика и презентация портфолио рекламных агентств.  Аналитика и презентация портфолио рекламных площадей (наружная реклама, радио и т.д.)  Формирование личного портфолио, как специалиста в области рекламы.  Презентация личного портфолио, как специалиста в области рекламы.  Создание интернет-страницы «Портфолио» на сайте-конструкторе. | 12 |
| **Тематика курсовых работ**  1. Цветовые предпочтения при создании наружной рекламы. Разработка вывески для организации праздника.  2.Рекламные идеи и концепции в политике для продвижения политической партии на выборах  3.Новые идеи для креативной концепции шокирующей социальной рекламы о вреде курения/алкоголя/наркотиков.  4. Транзитная реклама. Разработка транзитной рекламы для художественной школы  5. Рекламные персонажи в рекламе, как средство повышения коммуникативной эффективности  6. Разработка и технология производства плаката социальной рекламы  7. Особенности сувенирной рекламной продукции. Разработка творческой концепции сувенирной продукции для компании по выбору  8. Фирменный стиль предприятия и его роль в позиционировании предприятия на рынке.  9. Заголовки в печатной рекламе.  10. Разработка предложений по продвижению российских гостиничных цепей  11. Этапы творческого процесса создания рекламы  12. Креативные концепции вирусной рекламы.  13. Создание уникального торгового предложения (УТП) в рекламной продукции  14. Фирменный стиль. Разработка фирменного стиля для NFT-одежды  15. Брендинг как инструмент продвижения в PRдеятельности музеев художественных галерей и Артпространств  16. Реклама и искусство.  17. Взаимодействие визуальной и вербальной частей  18. Роль криейтора в рекламном творчестве  19. Телереклама как средство психологического воздействия на потребителя.  20. Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе  21. Реклама и массовая культура.  22.Основы создания телевизионной рекламы и кинорекламы  23. Использование креативных концепций при продвижении в Интернете, специфика подачи информации в различных социальных сетях.  24. Наружная реклама: творческие возможности и ограничения в разработке обращения.  25.Товарный знак как фактор усиления конкурентоспособности товара. Разработка уникального товарного знака  26. Юмор в рекламе. Разработка плакатов с апелляцией к юмору | |  | ОК1-ОК11  ПК1.1-ПК1.5 |
| **Консультации по написанию курсовой работы** | | 30 |  |
| **Тематика внеаудиторной самостоятельной работы**  1.Организация и проведение сбора материала по темам практических занятий.  2.Анализ и отбор примеров рекламных модулей по темам практических занятий. Подобрать примеры вербальных и визуальных рекламных объектов, проанализировать их функциональную и эмоционально-образную нагрузку, определить характер акцентации текстового сообщения.  3.Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях.  4.Выполнить варианты коллажей, содержащих рекламный образ и основные структурные элементы рекламного модуля.  5.Подобрать примеры рекламных обращений, содержащих визуальные и вербальные элементы, проанализировать их структуру, дать оценку принципам и методам визуализации творческой концепции.  6.Составление эскизов рекламных коммуникаторов.  7.Разработка рекламного брифа.  8.Художественно-графическое эскизирование и решение логотипов.  9.Написание рекламных текстов и слоганов.  10.Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. Выполнение и оформление практических работ. Подготовка сообщений и докладов.  Анализ и подбор литературы для курсовой работы. Сбор материала для курсовой работы.  11.Подготовка к промежуточным аттестациям | | 61 |  |
| Промежуточная аттестация - экзамен | |  | ОК1-ОК11  ПК1.1-ПК1.5 |

# 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет – проектирования рекламного продукта;

Учебная лаборатория: компьютерной графики и видеомонтажа, оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения.

Посадочные места по количеству обучающихся;

Рабочее место преподавателя;

Необходимая для проведения практических занятий методическая и справочная литература (в т.ч. в электронном в виде);

Компьютерный класс, компьютеры с установленным ПО;

Мультимедийный проектор.

**3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе

**Основные источники:**

1. Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 c. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118366.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/118366>
2. Музалевская, Ю. Е. Дизайн-проектирование: методы творческого исполнения дизайн-проекта : учебное пособие / Ю. Е. Музалевская. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 73 c. — ISBN 978-5-4486-0566-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83264.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

**Дополнительные источники:**

1. Аскарова, Р. Н. Художественное материаловедение. Металлы : учебное пособие / Р. Н. Аскарова, В. А. Рязанова. — Казань : Издательство КНИТУ, 2020. — 100 c. — ISBN 978-5-7882-2833-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121084.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Асташова, О. В. Основы теории рекламного текста : конспект лекций / О. В. Асташова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 92 c. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102944.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102944>
3. Весёлкина, М. В. Художественное проектирование. Проектирование малой архитектурной формы в городской среде : учебное пособие / М. В. Весёлкина, М. С. Лунченко, Н. Н. Удалова. — Омск : Омский государственный технический университет, 2020. — 137 c. — ISBN 978-5-8149-3170-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115458.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Епифанова, А. Г. Дизайн упаковки : учебное пособие для СПО / А. Г. Епифанова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 192 c. — ISBN 978-5-4497-2039-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/127712.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Епифанова А.Г. Продвижение дизайн-продукта в социальных сетях [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Епифанова А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Челябинск: Южно-Уральский технологический университет, 2022.— 237 c.— Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/125039.— IPR SMART, по паролю. - DOI: <https://doi.org/10.23682/125039>
6. Козлова, Л. Н. Художественное проектирование. Витрина как малая архитектурная форма в городской среде : учебное пособие / Л. Н. Козлова. — Омск : Омский государственный технический университет, 2022. — 84 c. — ISBN 978-5-8149-3432-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/131237.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
7. Мухина, Ю. Р. Web-дизайн: основы верстки сайтов : учебное пособие для СПО / Ю. Р. Мухина. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 155 c. — ISBN 978-5-4497-1790-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/123350.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/123350>
8. Фот, Ж. А. Дизайн-проектирование изделий сложных форм : учебное пособие / Ж. А. Фот, И. И. Шалмина. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 135 c. — ISBN 978-5-4497-1961-4, 978-5-8149-2409-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/128958.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

**Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:**

1. <http://www.window.edu.ru> - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. [http://www.edu.ru](http://www.edu.ru/) - Российский портал открытого образования
3. http://www.[advtime.ru](http://advtime.ru/) - Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА.
4. http://[www.advi.ru](http://www.advi.ru) - Рекламные идеи. О брендинге и креативе.
5. http://[www.sostav.ru](http://www.sostav.ru/) - Состав. Реклама, маркетинг, PR.
6. http://[www.adindex.ru](http://www.adindex.ru) Adindex. - Сайт о рекламе и маркетинге.
7. http://[www.advertology.ru](http://www.advertology.ru) - Advertology. Наука о рекламе.
8. http://[www.advesti.ru](http://www.advesti.ru) AdVesti. - Сайт, посвященный рекламодателям.
9. http://[www.media-online.ru](http://www.media-online.ru) - Media-online. Все о рекламе.
10. http://[www.rwr.ru](http://www.rwr.ru) - RWR. Реклама в России.
11. http://[www.akarussia.ru](http://www.akarussia.ru/) - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России.
12. http://www.[adme.ru](http://adme.ru) - Сайт о рекламе.
13. http://[www.reklamodatel.ru](http://www.reklamodatel.ru) - Рекламные идеи - YES!": профессиональный журнал о рекламе и маркетинге.
14. http://[www.es.ru](http://www.es.ru). - Журнал "Рекламодатель: теория и практика". Дизайн, фото, галереи.
15. http://[www.index.ru](http://www.index.ru) Index.ru - открытая база данных по компаниям, работающим в области визуальных коммуникаций. Самый большой каталог выполненных работ.

# 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Контроль и оценка** результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных и практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Результаты обучения***  ***(освоенные умения, усвоенные знания)*** | ***Формы и методы контроля и оценки результатов обучения*** |
| В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**  • выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;  • приемы и принципы составления рекламного текста;  • композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;  • методы проектирования рекламного продукта;  • методы психологического воздействия на потребителя. | Текущий контроль:  индивидуальный и фронтальный опрос в ходе аудиторных занятий; оценка выполнения практических и индивидуальных заданий.  Наблюдение за выполнением практического задания  Оценка выполнения практического задания  Экзамен |
| В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь:**  • осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;  • разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;  • использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;  • составлять рекламные тексты; |
| В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь **практический опыт в**:   * выбора художественной формы реализации рекламной идеи; * создания визуального образа с рекламными функциями; * художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; |

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **п.п.** | **Содержание изменения** | **Дата,**  **номер протокола**  **заседания кафедры,**  **подпись**  **зав.кафедрой** |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Внесены изменения в пункт 3.2. Информационное обеспечение обучения в 2022 году |  |
| 2 | Внесены изменения в пункт 3.2. Информационное обеспечение обучения в 2023 году |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |