

АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Компьютерная графика и дизайн в рекламе»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Основными целями и задачами изучения дисциплины являются: дополнение и углубление системы базовых знаний по информационным технологиям для создания и редактирования растрового изображения; овладение умениями эффективно использовать современное аппаратное и программное обеспечение компьютера при работе с растровой компьютерной графикой; воспитание ответственного отношения к соблюдению этических и правовых норм информационной деятельности; приобретение опыта использования средств компьютерных технологий в индивидуальной и коллективной учебной и познавательной, в том числе проектной деятельности.

Программой предполагается проведение практических занятий, направленных на отработку отдельных технологических приемов, умений и навыков, ориентированных на получение целостного содержательного результата (проекта), осмысленного для студентов. Организация учебного процесса предусматривает наличие двух взаимосвязанных и взаимодополняющих форм: аудиторная форма, когда преподаватель во время занятий объясняет новый материал и консультирует учащихся в процессе выполнения ими практических заданий на компьютере; внеаудиторная форма, когда учащийся вне занятий самостоятельно выполняет на компьютере практические задания.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Очная форма:

Данная дисциплина относится к вариативной части дисциплин по выбору в рамках программы подготовки по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».. Изучается в 3 семестре.

К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать суть информационно-коммуникационных процессов (идущие параллельно дисциплины: «Культурология», «Искусство»). Студенты учатся применять на практике знания, полученные из курса «Конструирование рекламы», «Информатика»

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет основой изучения различных процессов в рамках дисциплин: «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR_кампаний», «Основы интегрированных коммуникаций», «Продвижение СМИ», «Антропология визуальной коммуникации», «Инфографика и визуализация коммуникационного продукта» «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Технологии производства рекламного продукта», «Основы брендинга», «Цифровой маркетинг», «Стимулирование сбыта», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов»

Заочная форма:

Данная дисциплина относится к вариативной части дисциплин по выбору в рамках программы подготовки по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».. Изучается в 7 семестре.

К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать суть информационно-коммуникационных процессов (идущие параллельно дисциплины: «Культурология», «Искусство»). Студенты учатся применять на практике

знания, полученные из курса «Конструирование рекламы», «Информатика» Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR_ кампаний», «Основы интегрированных коммуникаций», «Инфографика и визуализация коммуникационного продукта»

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет основой изучения различных процессов в рамках дисциплин: «Продвижение СМИ», «Антропология визуальной коммуникации», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Технологии производства рекламного продукта», «Основы брендинга», «Цифровой маркетинг», «Стимулирование сбыта», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов».

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать: Принципы создания медиа продукции. Уметь: Пользоваться современными методами и технологиями производства медиа. Владеть: Компьютерными технологиями пригодными для применения в производстве рекламной продукции.
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знать: Современные средства и методы компьютерной обработки графики. Уметь: Планировать, проектировать и разрабатывать макеты рекламной продукции. Владеть: Программными средствами для обработки графики для создания рекламных материалов
ПК-2 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов	Знать: Основные понятия и классификацию информационных технологий и особенности их применения в дизайне; основные аппаратные и программные средства Уметь: Работать с различными видами информации; извлекать информацию из различных источников (от периодической печати до электронных коммуникаций). Владеть: Навыками поиска и анализа информации, необходимой для принятия решения.

3. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы

4. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий, связанных с отработкой отдельных технологических приемов, умений и навыков, ориентированных на получение целостного содержательного проекта,

На аудиторных занятиях преподаватель объясняет новый материал и консультирует учащихся в процессе выполнения ими практических заданий на компьютере;

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: учащийся вне занятий самостоятельно выполняет на компьютере практические задания.

5. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, выполнения заданий).

Промежуточный контроль проводится в форме подготовки презентаций.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения зачета.