

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Креативные технологии в рекламе»

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

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение современных теоретических подходов и практических решений рекламного творчества.
- овладение современными методами и технологиями создания рекламы.
- выработка у студентов глубоких знаний, умений и навыков рекламного творчества, а так же понимание характерных для него процессов,

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма

Дисциплина «Креативные технологии в рекламе» Б1.В.ДВ1 относится к вариативной части (дисциплина по выбору) учебного плана бакалавров. Изучается в 3 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: 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 «Компьютерная графика и дизайн в рекламе».

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

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

Заочная форма

Дисциплина «Креативные технологии в рекламе» Б1.В.ДВ1 относится к вариативной части (дисциплина по выбору) учебного плана бакалавров. Изучается в 7 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать суть информационно-коммуникационных процессов (дисциплины: «Культурология», «Искусство»). Студенты учатся применять на практике знания, полученные из курса «Компьютерная графика и дизайн в рекламе», «Инфографика и визуализация коммуникационного продукта», «Основы интегрированных коммуникаций», «Антропология визуальной коммуникации», «Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «PR в сфере культуры»,

«Креативные технологии в рекламе», «Конструирование рекламы», «Современная пресс-служба», «Планирование антикризисных коммуникаций»).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет основой изучения различных процессов в рамках дисциплин: «Организация рекламных и ПР-мероприятий», «Технологии производства рекламного продукта», Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях. Управление общественным мнением Внутрифирменные коммуникации Коммуникационный менеджмент Консалтинг в рекламе и связях с общественностью Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК2 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов	<p>Знать: принципы и приемы разработки рекламной идеи и конструирования, основы образостроения в рекламе;</p> <p>Уметь: грамотно и результативно работать над созданием эффективной рекламы включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы, приобрести навыки моделирования творческо-производственного процесса создания рекламы</p> <p>Владеть: базовыми технологиями профессиональной рекламной деятельности, создания рекламного продукта.</p>
ОПК3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>Знать: Важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; многообразие культур и в их взаимодействии;</p> <p>Уметь: Свободно ориентироваться в истории культурных процессов; рекламной, хозяйственной деятельности;</p> <p>Владеть: Способностью анализировать культурные, социальные значимые проблемы и процессы</p>

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы

5. Образовательные технологии

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

- проведение практических занятий, связанных с отработкой навыков рекламного креатива,
- подготовка, публичные презентации и обсуждение докладов;
- работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний)
- выполнение, презентация и защита проектного задания.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка докладов;
- подготовка индивидуального проекта
- подготовка к выступлению на семинарах, групповых дискуссиях

- подготовка к зачету и пр.

6. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами, разбора ситуаций, решения задач), проверки выполнения домашних заданий, а также проверки освоения обучающимися учебной и научной литературы по вопросам, изучаемым в рамках учебной дисциплины.

Промежуточный контроль осуществляется путем подготовки докладов, презентаций. Написание реферативной работы, выполнение домашних заданий.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения зачета по утвержденной программе (включает устную часть и защиту индивидуального проекта).