

# 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» относится к вариативной части (дисциплина по выбору) учебного плана бакалавров. Изучается в 8 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: «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний», «Основы брендинга», «Продвижение СМИ»). Студенты учатся применять на практике знания, полученные из курса «Компьютерная графика и дизайн в рекламе», «Конструирование рекламы», производственная практика.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет основой изучения различных процессов в рамках дисциплин:

«Организация рекламных и PR-мероприятий», «Цифровой маркетинг», «Стимулирование сбыта», производственная практика, ГИА.

### Заочная форма

Дисциплина «Креативные технологии в рекламе» Б1.В.ДВ1 относится к вариативной части (дисциплина по выбору) учебного плана бакалавров. Изучается в 9 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: «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний», «Основы брендинга», «Продвижение СМИ»). Студенты учатся применять на практике знания, полученные из курса «Компьютерная графика и дизайн в рекламе», «Конструирование рекламы», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Цифровой маркетинг», «Стимулирование сбыта», производственная практика, ГИА.

## 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><b>Знать:.</b> принципы и приемы разработки рекламной идеи и конструирования, основы образостроения в рекламе;</p> <p><b>Уметь:.</b> 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 моделировании творческо-производственного процесса создания рекламы</p> <p><b>Владеть:</b> базовыми технологиями профессиональной рекламной деятельности, создания рекламного продукта.</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).