

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «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

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

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие понимать суть информационно-коммуникационных процессов, а также социологические, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний», «Продвижение СМИ», «Цифровой маркетинг», производственная, профессионально-творческая практика.

**Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей/параллельной:** В дальнейшем курс «Управление общественным мнением» станет основой изучения различных процессов в рамках дисциплин:

Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях «Организация рекламных и PR-мероприятий», PR в сфере культуры Интернациональная и национальная реклама преддипломная практика, ГИА.

## 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
ПК-2 Способность принимать	Знать:.. Современные средства и методы

участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов	компьютерной обработки графики. Уметь:.. Планировать, проектировать и разрабатывать макеты рекламной продукции. Владеть:.. Программными средствами для обработки графики для создания рекламных материалов
---	--

### **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.