

**АННОТАЦИЯ**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**  
«Технологии производства рекламного продукта» для подготовки бакалавров по  
направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цели курса:**

- формирование теоретических знаний и практических навыков подготовки рекламного продукта к производству;
- выработка базовых навыков принятия и реализации управленческих решений в сфере организации производства рекламного продукта;
- сформировать понимание сути и видов полиграфических технологий производства рекламного продукта

**Задачи курса:**

- получение понимания об основных этапах процесса разработки и производства рекламного продукта, принципах разработки визуальных элементов рекламы; основных технологических процессах в полиграфии и оборудовании, применяемом для их реализации;
- приобретение знаний об основных способах производства рекламного продукта (печатной, наружной, сувенирной рекламы, рекламы в прессе, а также упаковки и этикетки) методами полиграфического воспроизведения;
- выработка практических навыков визуального определения способа печати, оценки качества полиграфической продукции;
- подготовка студентов к взаимодействию с полиграфическими предприятиями в процессе производства рекламной продукции;

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП, ОПОП:**

Дисциплина «Технология производства рекламного продукта» относится к обязательной части учебного плана бакалавров. Изучается в 7, 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 ПР-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 ПР-мероприятий», «Цифровой маркетинг», «Стимулирование сбыта», производственная практика, ГИА.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

ОПК1	Способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать: суть и виды технологий производства рекламного продукта уметь: подготавливать рекламный продукт к производству Владеть: навыками принятия и управленческих решений в сфере организации производства рекламного продукта
ОПК3	Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать: об основных этапах процесса разработки и производства рекламного продукта, основных технологических процессах, применяемых для их реализации Уметь: взаимодействовать с партнерами в процессе производства рекламной продукции Владеть: практическими навыками создания рекламных продуктов различных видов

#### 4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 5 зачетных единиц

#### 5. Образовательные технологии

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

- проведение практических занятий, связанных с отработкой навыков работы
- проведение групповых дискуссий, деловых игр на практических занятиях
- выполнение, презентация и защита проектного задания.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: учебниками, нормативными материалами, дополнительной литературой, в том числе материалами интернета, а также проработка конспектов лекций;
- подготовка к выступлению на семинарах, групповых дискуссиях, участию в деловых играх на практических занятиях;
- подготовка к зачету непосредственно перед ними.

#### 6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: оценка работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами), оценка участия в групповых дискуссиях, деловых играх.

Промежуточная аттестация проводится в форме: контрольных работ, защиты индивидуального проекта.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета и экзамена.