

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МДК.01.07 «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины МДК 01.07 «Дизайн и рекламные технологии» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 54.02.01 «Дизайн (по отраслям)», Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1391 от 27.10.2014г. «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 54.02.01 «Дизайн (по отраслям)».

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина МДК 01.07 «Дизайн и рекламные технологии» входит в профессиональный модуль ПМ. 01. «Творческая художественно-проектная деятельность».

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- определять оптимальный набор рекламных средств для конкретной рекламной акции;
- составлять план подготовки предприятия к участию в выставке, подготовки и проведения презентации;
- анализировать различные виды рекламной продукции;
- ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;
- выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов;
- разрабатывать колористическое решение рекламного продукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- цели, задачи и средства рекламной деятельности;
- способы и методы организации рекламной деятельности на предприятии;
- законодательные акты и нормативные документы в области рекламы;
- основные виды рекламы;
- выразительные средства рекламы.

4. Количество часов на освоение программы дисциплины

Максимальной учебной нагрузки обучающегося **79 ч.**, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **53 ч.**, самостоятельной работы обучающегося **26 ч.**

5. Содержание учебной дисциплины

Раздел 1. История развития и классификация рекламы.

Тема 1.1. Понятие рекламы и рекламные технологии.

Тема 1.2. История развития рекламы и её классификация.

Раздел 2. Взаимосвязь индивидуальности человека и рекламы.

Тема 2.1. Социально-психологические основы эффективной рекламы.

Тема 2.2. Особенности восприятия рекламы.

Раздел 3. Основы дизайна рекламного продукта.

Тема 3.1. Основные условия создания рекламного продукта.

Тема 3.2. Этапы создания рекламного продукта.

Тема 3.3. Законы гармоничной композиции рекламы.

Раздел 4. Реклама и дизайн фирменного стиля предприятия как способ продвижения на рынке.

Тема 4.1. Создание товарных знаков.

Тема 4.2. Брэнддинг и реклама.

Раздел 5. Наружная реклама.

Тема 5.1. Особенности дизайна наружной рекламы.

Раздел 6. Выставки и презентации как средство рекламы.

Тема 6.1. Классификация выставок.

6. Итоговая аттестация в форме семестровой оценки – 8 семестр.