

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое
частное образовательное учреждение высшего образования
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

Рассмотрено и одобрено на заседании
кафедры Технологий сервиса и деловых
коммуникаций Академии ИМСИТ,
протокол №8 от 19 марта 2018 года,
зав. кафедрой, доцент



Н.И. Севрюгина

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
ДЛЯ
ДОКУМЕНТОВ
Председатель ИМС,
проректор по учебной работе,
профессор



Н.Н. Павелко

Б1.В.ДВ.01.02 «ОСНОВЫ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ»

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»
Квалификация
Бакалавр

Краснодар
2018

<p>Цель и задачи изучения дисциплины:</p>	<p>Целью является формирование у обучающихся способности решать профессиональные задачи в области производства и функционирования объектов наружной рекламы в условиях городской среды различного информационного содержания, структуры и масштаба.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дать представление об основах размещения рекламно-информационных комплексов; - познакомить студентов с методами предпроектного анализа объектов визуальной коммуникации в пространственной среде; - научить анализировать эффективные решения объектов рекламно-информационной инфраструктуры; - дать представление о типологии объектов наружной рекламы в городской среде; - познакомить с основами технологий производства объектов наружной рекламы.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предмет и объект изучения сферы наружной рекламы. 2. Типология объектов наружной рекламы 3. Эргономические и эстетические требования к объектам наружной рекламы. 4. Организация процесса разработки и размещения объектов наружной рекламы. 5. Технологии производства объектов наружной рекламы. 6. Основы дизайна наружной рекламы 7. Анализ стилевых и композиционных решений объектов наружной рекламы. 8. Разработка макетов объектов наружной рекламы.
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</p>	<p>способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)</p> <p>способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)</p> <p>способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14)</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы специальной терминологии в пределах дисциплины; - типологию объектов наружной рекламы; - закономерности разработки и размещения объектов наружной рекламы; - эргономические и эстетические требования к рекламно-информационному оборудованию;

	<ul style="list-style-type: none"> - различные подходы к проектированию рекламно-информационной среды в условиях города; - основные принципы формирования визуальных коммуникаций в пространственной среде. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять понятийно-категориальный аппарат дисциплины; - анализировать структуру городского пространства с учетом размещения носителя рекламы; - ориентироваться в различных стилевых спецификах рекламы; - разрабатывать рекламное решение объектов с учетом специфики их функционирования и пространственного контекста. - критически осмысливать накопленный опыт в сфере наружной рекламы; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания пространственных моделей рекламных объектов; - способами и приемами организации фрагмента городской среды; - навыками моделирования объектов рекламно-информационного оборудования и световой оснастки ; - принципами композиции элементов макета носителя рекламы; - знаниями передовых достижений в сфере дизайна наружной рекламы.
Формы проведения занятий, образовательные технологии:	<p>Лекционные занятия: проблемные лекции, лекция – визуализация, лекция-беседа, лекция - анализ ситуаций.</p> <p>Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», методы анализа проблемных ситуаций, логико- методологическое проектирование, решение задач.</p>
Используемые инструментальные и программные средства:	Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования)
Формы промежуточного контроля:	Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы
Общая трудоемкость изучения дисциплины:	180 ч./5 з.е.
Форма итогового контроля знаний:	Экзамен, зачет