

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины
КОНЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА В РЕКЛАМЕ

| | |
|--|---|
| Блок: | Блок 1 «Дисциплины (модули)» |
| Часть образовательной программы: | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| № дисциплины по учебному плану: | Б1.Ч.03 |
| Трудоемкость в зачетных единицах: | 7 семестр - 5; |
| Часов (всего) по учебному плану: | 180 часов |
| Лекции | 7 семестр - 8 часов; |
| Практические занятия | 7 семестр - 12 часов; |
| Лабораторные работы | не предусмотрено учебным планом |
| Консультации | 7 семестр - 2 часа; |
| Самостоятельная работа | 7 семестр - 157,5 часа; |
| в том числе на КП/КР | не предусмотрено учебным планом |
| Иная контактная работа | проводится в рамках часов аудиторных занятий |
| включая: | |
| Домашнее задание | |
| Промежуточная аттестация: | |
| Экзамен | 7 семестр - 0,5 часа; |

Москва 2021

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

| | | |
|--|--|--------------------------------|
| | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Николаева Д.А. |
| | Идентификатор | R67be3d14-NikolayevaDA-721b24d |

(подпись)

Д.А. Николаева

(расшифровка подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

| | | |
|--|--|----------------------------|
| | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Вовк М.В. |
| | Идентификатор | R26e6eae99-VovkMV-a261481b |

(подпись)

М.В. Вовк

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей
кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

| | | |
|--|--|--------------------------------|
| | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Гаврилова Ю.В. |
| | Идентификатор | R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5 |

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка подписи)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Целями освоения дисциплины являются формирование у обучающихся знаний законов построения дизайна в рекламе на основе современных тенденций в графическом дизайне, изучение комплекса знаний в области дизайна и рекламных технологий

Задачи дисциплины

- изучение основ теории дизайна и рекламных технологий;
- применение правил и законов дизайна на практике при создании эффективной рекламы;
- развитие образного мышления;
- изучение современных решений в графическом дизайне;
- воспитание эстетической культуры и развитие художественных и творческих способностей студентов.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Запланированные результаты обучения |
|--|--|---|
| ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать процесс создания и внедрения дизайн-проектов рекламной продукции на различных стадиях ее реализации | ИД-2 _{ПК-1} Демонстрирует навыки создания дизайн-проектов рекламной продукции | знать: - основные этапы и принципы проектирования рекламы. уметь: - создавать эффективный дизайн рекламной продукции. |
| ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать процесс создания и внедрения дизайн-проектов рекламной продукции на различных стадиях ее реализации | ИД-3 _{ПК-1} Демонстрирует способности к организации внедрения дизайн-проекта рекламной продукции на различных стадиях реализации коммуникационной стратегии | знать: - современные методы рекламного проектирования. уметь: - использовать современные методы графического дизайна в рекламной деятельности. |

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Дизайн в рекламе (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

| № п/п | Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации | Всего часов на раздел | Семестр | Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы | | | | | | | | | | Содержание самостоятельной работы/ методические указания |
|-------|---|-----------------------|---------|--|-----|----|--------------|---|-----|----|----|-------------------|-----------------------------------|---|
| | | | | Контактная работа | | | | | | | СР | | | |
| | | | | Лек | Лаб | Пр | Консультация | | ИКР | | ПА | Работа в семестре | Подготовка к аттестации /контроль | |
| КПР | ГК | ИККП | ТК | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 1 | Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна. | 24 | 7 | 1 | - | 2 | - | - | - | - | - | 21 | - | <p><u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. Тема "Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне." <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], стр. 96-115</p> |
| 1.1 | Определение понятия рекламы. Основные характеристики рекламных технологий. Цели, задачи и средства рекламной деятельности. Классификация рекламы. Изучение и анализ рынка услуг рекламных агентств России и других стран. Поиск эффективных примеров рекламы. | 24 | | 1 | - | 2 | - | - | - | - | - | 21 | - | |
| 2 | Креативная концепция рекламного продукта. | 25 | | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 21 | - | |
| 2.1 | Этапы проектирования визуально-графической рекламы. | 25 | | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 21 | - | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|----|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|
| | <p>Функционально-структурный и процессный подходы. Принципы системного дизайна. Дизайн-проектирование, дизайн-концепция. аналитический, конструктивный, художественный аспекты дизайн-проектирования. Его средства: семиотические, художественные, технологические, материаловедческие. Основы композиции в дизайне рекламы. Цвет в рекламном дизайне. Оценка оптимальности проектного решения дизайна.</p> | | | | | | | | | | | | | <p>дизайна." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. Тема "Голографическая реклама товаров или услуг."</p> |
| 3 | <p>Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов. Рекламная кампания как системная деятельность.</p> | 25 | | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 21 | - | <p><u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. Тема "Анализ и подбор 10-ти 3D работ."</p> |
| 3.1 | <p>Основные показатели объективной оценки результатов рекламной кампании. Экономическая, коммуникативная и психологическая</p> | 25 | | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 21 | - | <p><u>Изучение материалов литературных</u></p> |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|--|
| | эффективность рекламы. Этапы оценки эффективности рекламы: определение стартовой позиции и целей; предварительный прогноз («претест»); размещение инструментов измерения эффективности. | | | | | | | | | | | | <u>источников:</u> [4], стр. 118-203 |
| 4 | Создание дизайн-концепции: техники и инструменты для поиска идей. | 24 | 1 | - | 2 | - | - | - | - | - | 21 | - | <u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. Тема "Рекламная афиша в стиле стекломорфизм" |
| 4.1 | Принципы разработки стилеобразующей идеи. Факторы, влияющие на содержание идеи. Принципы построения рекламного продукта. Поиск идей исходя из задачи рекламы и месте ее размещения. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Дизайн и печать упаковки и этикеток. | 24 | 1 | - | 2 | - | - | - | - | - | 21 | - | <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], стр. 75-91 |
| 5 | Ручная работа и компьютерные алгоритмы в дизайне. | 24 | 1 | - | 2 | - | 1 | - | - | - | 20 | - | <u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе |
| 5.1 | Принципы компьютерной графики. Виды графики: растровая | 24 | 1 | - | 2 | - | 1 | - | - | - | 20 | - | "Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|-------|---|---|----|---|---|---|---|-----|-----|-------|---|
| | графика; векторная графика; 3D-графика. Принципы представления растровой и векторной информации, примеры. | | | | | | | | | | | | дизайна." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. Тема "Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация." |
| 6 | Отсылки к искусству и сюжеты массовой культуры. | 24 | 1 | - | 2 | - | 1 | - | - | - | 20 | - | <u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. Тема "Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам." |
| 6.1 | Эволюция СМИ и их роль в формировании массового сознания. Коммерческий характер масскульта. Жанры массовой культуры - музыка, кино, литература, СМИ, спорт, туризм, искусство и их влияние на дизайн в рекламе. | 24 | 1 | - | 2 | - | 1 | - | - | - | 20 | - | <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], стр. 124-128 |
| | Экзамен | 34.0 | - | - | - | - | - | - | - | 0.5 | - | 33.5 | |
| | Всего за семестр | 180.0 | 8 | - | 12 | - | 2 | - | - | 0.5 | 124 | 33.5 | |
| | Итого за семестр | 180.0 | 8 | - | 12 | | 2 | | - | 0.5 | | 157.5 | |

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПП – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна.

1.1. Определение понятия рекламы. Основные характеристики рекламных технологий. Цели, задачи и средства рекламной деятельности. Классификация рекламы. Изучение и анализ рынка услуг рекламных агентств России и других стран. Поиск эффективных примеров рекламы.

2. Креативная концепция рекламного продукта.

2.1. Этапы проектирования визуально-графической рекламы. Функционально-структурный и процессный подходы. Принципы системного дизайна. Дизайн-проектирование, дизайн-концепция. Аналитический, конструктивный, художественный аспекты дизайн-проектирования. Его средства: семиотические, художественные, технологические, материаловедческие. Основы композиции в дизайне рекламы. Цвет в рекламном дизайне. Оценка оптимальности проектного решения дизайна.

3. Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов. Рекламная кампания как системная деятельность.

3.1. Основные показатели объективной оценки результатов рекламной кампании. Экономическая, коммуникативная и психологическая эффективность рекламы. Этапы оценки эффективности рекламы: определение стартовой позиции и целей; предварительный прогноз («претест»); размещение инструментов измерения эффективности.

4. Создание дизайн-концепции: техники и инструменты для поиска идей.

4.1. Принципы разработки стилеобразующей идеи. Факторы, влияющие на содержание идеи. Принципы построения рекламного продукта. Поиск идей исходя из задачи рекламы и месте ее размещения. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Дизайн и печать упаковки и этикеток.

5. Ручная работа и компьютерные алгоритмы в дизайне.

5.1. Принципы компьютерной графики. Виды графики: растровая графика; векторная графика; 3D-графика. Принципы представления растровой и векторной информации, примеры.

6. Отсылки к искусству и сюжеты массовой культуры.

6.1. Эволюция СМИ и их роль в формировании массового сознания. Коммерческий характер массовой культуры. Жанры массовой культуры - музыка, кино, литература, СМИ, спорт, туризм, искусство и их влияние на дизайн в рекламе.

3.3. Темы практических занятий

1. Креативная концепция рекламного продукта.;
2. Отсылки к искусству и сюжеты массовой культуры.;
3. Создание дизайн-концепции: техники и инструменты для поиска идей.;
4. Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна.;
5. Ручная работа и компьютерные алгоритмы в дизайне.;
6. Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов. Рекламная кампания как системная деятельность..

3.4. Темы лабораторных работ

не предусмотрено

3.5 Консультации

Индивидуальные консультации по курсовому проекту /работе (ИККП)

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

| Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1) | Коды индикаторов | Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1) | | | | | | Оценочное средство (тип и наименование) |
|--|------------------|--|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| Знать: | | | | | | | | |
| основные этапы и принципы проектирования рекламы | ИД-2ПК-1 | + | + | + | + | + | + | Домашнее задание/Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне Домашнее задание/Голографическая реклама товаров или услуг |
| современные методы рекламного проектирования | ИД-3ПК-1 | | + | | + | + | + | Домашнее задание/Анализ и подбор 10-ти 3D работ Домашнее задание/Рекламная афиша в стиле стекломорфизм |
| Уметь: | | | | | | | | |
| создавать эффективный дизайн рекламной продукции | ИД-2ПК-1 | | | | | + | + | Домашнее задание/Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация |
| использовать современные методы графического дизайна в рекламной деятельности | ИД-3ПК-1 | | | | | + | + | Домашнее задание/Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам |

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

7 семестр

Форма реализации: Выполнение задания

1. Анализ и подбор 10-ти 3D работ (Домашнее задание)
2. Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне (Домашнее задание)
3. Голографическая реклама товаров или услуг (Домашнее задание)
4. Рекламная афиша в стиле стекломорфизм (Домашнее задание)
5. Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам (Домашнее задание)
6. Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация (Домашнее задание)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Экзамен (Семестр №7)

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльнорейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих.

В диплом выставляется оценка за 7 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. Техническая эстетика. Труды ВНИИТЭ. Вып.60. Творческие направления в современном зарубежном дизайне. : [сборник статей] / Гос. ком. СССР по науке и технике, ВНИИТЭ ; отв. ред. Е. В. Черневич . – М. : ВНИИТЭ, 1980 . – 148 с.;
2. Агостон, Ж. Теория цвета и ее применение в искусстве и дизайне : пер. с англ. / Ж. Агостон . – М. : Мир, 1982 . – 181 с.;
3. А. А. Романов, Р. В. Каптюхин- "Реклама. Интернет-реклама: учебно-практическое пособие", Издательство: "Московский государственный университет экономики, статистики и информатики", Москва, 2005 - (315 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90738>;
4. Антипов К. В.- "Основы рекламы", (3-е изд.), Издательство: "Дашков и К", Москва, 2017 - (328 с.)
<https://e.lanbook.com/book/93404>.

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Майнд Видеоконференции.

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
4. ЭБС "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/>
5. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Тип помещения | Номер аудитории, наименование | Оснащение |
|---|-------------------------------------|---|
| Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля | М-915, Учебная аудитория | стол, стул, доска меловая |
| | Ж-120, Машинный зал ИВЦ | сервер, кондиционер |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП | М-915, Учебная аудитория | стол, стул, доска меловая |
| | Ж-120, Машинный зал ИВЦ | сервер, кондиционер |
| Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации | М-915, Учебная аудитория | стол, стул, доска меловая |
| Помещения для самостоятельной работы | НТБ-303, Компьютерный читальный зал | стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер |
| Помещения для консультирования | М-909, Помещение кафедры «РСиЛ» | кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный |
| Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря | М-901а, Архивное помещение ГПИ | кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул |

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Концепции современного дизайна в рекламе

(название дисциплины)

7 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне (Домашнее задание)
 КМ-2 Голографическая реклама товаров или услуг (Домашнее задание)
 КМ-3 Анализ и подбор 10-ти 3D работ (Домашнее задание)
 КМ-4 Рекламная афиша в стиле стекломорфизм (Домашнее задание)
 КМ-5 Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация (Домашнее задание)
 КМ-6 Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам (Домашнее задание)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

| Номер раздела | Раздел дисциплины | Индекс КМ: | КМ-1 | КМ-2 | КМ-3 | КМ-4 | КМ-5 | КМ-6 |
|---------------|--|------------|------|------|------|------|------|------|
| | | Неделя КМ: | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна. | | | | | | | |
| 1.1 | Определение понятия рекламы. Основные характеристики рекламных технологий. Цели, задачи и средства рекламной деятельности. Классификация рекламы. Изучение и анализ рынка услуг рекламных агентств России и других стран. Поиск эффективных примеров рекламы. | | + | + | | | | |
| 2 | Креативная концепция рекламного продукта. | | | | | | | |
| 2.1 | Этапы проектирования визуально-графической рекламы. Функционально-структурный и процессный подходы. Принципы системного дизайна. Дизайн-проектирование, дизайн-концепция. аналитический, конструктивный, художественный аспекты дизайн-проектирования. Его средства: семиотические, художественные, технологические, материаловедческие. Основы композиции в дизайне рекламы. Цвет в рекламном дизайне. Оценка оптимальности проектного решения дизайна. | | + | + | + | + | | |
| 3 | Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов. Рекламная кампания как системная деятельность. | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|------------|---|----|----|----|----|----|----|
| 3.1 | Основные показатели объективной оценки результатов рекламной кампании. Экономическая, коммуникативная и психологическая эффективность рекламы. Этапы оценки эффективности рекламы: определение стартовой позиции и целей; предварительный прогноз («претест»); размещение инструментов измерения эффективности. | + | + | | | | |
| 4 | Создание дизайн-концепции: техники и инструменты для поиска идей. | | | | | | |
| 4.1 | Принципы разработки стилеобразующей идеи. Факторы, влияющие на содержание идеи. Принципы построения рекламного продукта. Поиск идей исходя из задачи рекламы и месте ее размещения. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Дизайн и печать упаковки и этикеток. | + | + | + | + | | |
| 5 | Ручная работа и компьютерные алгоритмы в дизайне. | | | | | | |
| 5.1 | Принципы компьютерной графики. Виды графики: растровая графика; векторная графика; 3D-графика. Принципы представления растровой и векторной информации, примеры. | + | + | + | + | + | + |
| 6 | Отсылки к искусству и сюжеты массовой культуры. | | | | | | |
| 6.1 | Эволюция СМИ и их роль в формировании массового сознания. Коммерческий характер масскульты. Жанры массовой культуры - музыка, кино, литература, СМИ, спорт, туризм, искусство и их влияние на дизайн в рекламе. | + | + | + | + | + | + |
| Вес КМ, %: | | 20 | 15 | 15 | 15 | 15 | 20 |