

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 10.10.2023 17:04:38  
Уникальный пропедевтический ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Основы рекламы, маркетинга, брендинга в полиграфическом и упаковочном производстве**

Уровень образования	магистратура	
Направление подготовки	Код	Технология полиграфического и упаковочного производства
	29.04.03	
Направленность (профиль)	Упаковка и полиграфия. Проектирование. Дизайн. Технологии. Производство.	
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года	
Форма обучения	очная	

Учебная дисциплина **Основы рекламы, маркетинга, брендинга в полиграфическом и упаковочном производстве** изучается в третьем семестре.  
Курсовая работа – не предусмотрена

1.1. Форма промежуточной аттестации  
экзамен

1.2. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «**Основы рекламы, маркетинга, брендинга в полиграфическом и упаковочном производстве**» относится к обязательной части программы.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предыдущему уровню образования в части сформированности универсальных компетенций, а также общепрофессиональных компетенций, в случае совпадения направлений подготовки предыдущего и текущего уровня образования.

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Производственная практика. Научно-исследовательская работа 4
- Производственная практика .преддипломная практика
- Научно-технический семинар (Зачеты с оценкой по модулю "Модуль 4")
- Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

1.3 Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «**Основы рекламы, маркетинга, брендинга в полиграфическом и упаковочном производстве**» являются:

– приобретение знаний в области современных тенденции в рекламе, маркетинге, брендинге и стилевых направлений в полиграфическом и упаковочном производстве, а также применение креативных подходов, необходимых для реализации дизайн-проектов.

– формирование навыков анализа потребности рынка, целевой аудитории и синтеза набора возможных решений и подходов для создания новых рекламных продуктов, маркетинговых задач и элементов бренд-дизайна.

– формирование навыков обоснования своих предложений, составления подробной спецификации требований к дизайн-проекту, навыками реализации проектной

идеи для полиграфического и упаковочного производства, основанной на концептуальном, творческом подходе.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины

Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-9 Способен анализировать и прогнозировать потребности товарных рынков в полиграфической продукции и изделиях, изготавливаемых с применением полиграфических технологий	ИД-ОПК-9.1 Анализ рынка полиграфической и упаковочной продукции;
ОПК-10 Способен анализировать результаты сертификационных испытаний полиграфической продукции, изделий, производимых с использованием полиграфических технологий, упаковки и разрабатывать рекомендации по совершенствованию технологических процессов	ИД-ОПК-10.1 Анализ результатов испытаний полиграфической продукции и упаковки
ПК-5 Способен к проведению предпроектных дизайнерских исследований	ИД-ПК-5.1 Анализ критериев оценки предпочтений целевой аудитории с учётом основ психологии рекламы и маркетинга
ПК-8 Способен планировать работы по разработке полиграфической и упаковочной продукции	ИД-ПК-8.1 Демонстрация дизайн-проектов заказчику. Планирование участия дизайнеров в выставках, конкурсах
	ИД-ПК-8.2 Организация конструктивного межличностного взаимодействия в коллективе. Выстраивание эффективных взаимоотношений с соисполнителями работ по выполнению дизайн-проектов. Распределение задач по выполнению дизайн-проектов между работниками. Координация межфункциональных связей дизайнерской группы (отдела) с другими структурными подразделениями организации
	ИД-ПК-8.3 Использование компьютерной техники и программного обеспечения, необходимого для планирования работ по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации различной сложности

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

Очная форма обучения	6	з.е.	216	час.
----------------------	---	------	-----	------

