

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.06.2024 17:24:13
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламные технологии и медиа стратегии

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	54.04.01 Дизайн
Направленность (профиль)	Механизм создания коллекции
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма обучения	очно-заочная

Учебная дисциплина «Рекламные технологии и медиа стратегии» изучается в третьем Модуле третьего семестра.

Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

третий семестр - зачет

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Рекламные технологии и медиа стратегии» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Рекламные технологии и медиа стратегии» являются:

- применение современных средств, способов и форм работы с образами в современной рекламе с учетом закономерностей и особенностей визуального восприятия;
- выполнение своей профессиональной деятельности в разработке современного и перспективного рекламного продукта с учетом требований законодательных и нормативных актов РФ;
- приобретение знаний в области современных тенденций рекламы, медиа и технологий smm-продвижения;
- формирование навыков анализа потребностей рынка и целевой аудитории;
- формирование навыков синтеза набора возможных решений и подходов для создания новых дизайн-продуктов и элементов бренд-дизайна;
- формирование навыков обоснования своих предложений по реализации дизайн-проектов и продвижения личных брендов в социальных сетях.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>ИД-УК-2.1 Разработка концепции проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировка цели, задач, обоснование актуальности, значимости, ожидаемых результатов и возможных сфер их применения</p>	<p>Обучающийся: - сформировал и использует на практике новые знания и умения, полученные в результате научно-исследовательских и проектных работ, обладает навыками ведения дискуссий в рамках междисциплинарной тематики научно-практических мероприятий в области дизайна рекламы; - использует набор полученных в результате исследования научно-обоснованных решений при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека; - формулирует прогнозы изменения актуальных тенденций в дизайне рекламы на основе предпроектных исследований, разрабатывает варианты новых образных (в т.ч. композиционных, цветографических) решений; - применяет технологии сбора, анализа и оценки полученной информации, выбирает оптимальные методы анализа аналогов проектируемых рекламных объектов, - проводит мониторинг и прогнозирование трендов проектируемых объектов, - выбирает актуальные графические, художественно-технические рекламные решения с учетом материалов, технологий и современных возможностей производства,</p>
	<p>ИД-УК-2.2 Выделение этапов работы над проектом и определение роли и задач команды проекта на всех этапах его жизненного цикла</p>	
<p>УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>ИД-УК-3.1 Выбор стиля руководства в зависимости от поставленной цели, задач и условий работы, формирование навыков эффективного лидера</p>	<p>Обучающийся: - сформировал и использует на практике новые знания и умения, полученные в результате научно-исследовательских и проектных работ, обладает навыками ведения дискуссий в рамках междисциплинарной тематики научно-практических мероприятий в области дизайна рекламы; - использует набор полученных в результате исследования научно-обоснованных решений при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека; - формулирует прогнозы изменения актуальных тенденций в дизайне рекламы на основе предпроектных исследований, разрабатывает варианты новых образных (в т.ч. композиционных, цветографических) решений; - применяет технологии сбора, анализа и оценки полученной информации, выбирает оптимальные методы анализа аналогов проектируемых рекламных объектов, - проводит мониторинг и прогнозирование трендов проектируемых объектов, - выбирает актуальные графические, художественно-технические рекламные решения с учетом материалов, технологий и современных возможностей производства,</p>
<p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>ИД-УК-5.1 Адекватный учет особенностей поведения людей различного социального и культурного статуса в процессе взаимодействия</p>	
	<p>ИД-УК-5.2 Навыки взаимодействия в условиях межкультурных коммуникаций</p>	
<p>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>ИД-УК-6.1 Адекватное и критическое оценивание собственной роли в качестве субъекта профессиональной деятельности</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен применять при реализации профессиональной деятельности проектный подход, выстраивая деловую межкультурную коммуникацию и командную работу на принципах системного критического мышления, взаимодействия, самоорганизации и саморазвития	ИД-ПК-4.1 Готовность к участию в дискуссиях на профессиональные темы, грамотное использование профессиональной терминологии. Навыки межличностного делового профессионального общения, в том числе с иностранными коллегами	- способен участвовать в дискуссиях на профессиональные темы, грамотное использовать профессиональную терминологию, с учетом навыков межличностного делового профессионального общения, в том числе с иностранными коллегами с целью продвижения личного бренда в социальных сетях.

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очно-заочной форме обучения –	2	з.е.	64	час.
----------------------------------	---	------	----	------