

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.06.2024 11:12:07
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bec9c7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Прикладная семиотика

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	54.04.01 Дизайн
Профиль	Брендинг и дизайн-мышление
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма обучения	очная

Учебная дисциплина «**Прикладная семиотика**» изучается во втором Модуле второго семестра.

Курсовая работа (проект) – предусмотрен.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Прикладная семиотика» 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:

- Дизайн проектирование. Территориальный и региональный брендинг
- Научные методы креативного проектирования
- Маркетинг и медиа-стратегии
- Производственная практика. НИР 3
- Производственная практика. НИР 4
- Производственная практика. Проектная практика
- Производственная практика. Преддипломная практика

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целями изучения дисциплины «Прикладная семиотика» являются:

- приобретение навыков структурно-графического и семиотического анализа объектов рекламы, процессов знакообразования, создания символов, пространственно-временных представлений и их трансляции – «языку», «символу», «образу» и «пространству коммуникации» в дизайне,

- формирование навыков осмысленного создания формы («означаемого») и содержания («означающее») при разработке современных и перспективных рекламных дизайн-проектов,

- умение предложить варианты рекламных макетов, научить студентов разбираться в структуре и семантике рекламы, осознавать, на чем основан ее суггестивный эффект, а также конструировать свой собственный рекламный продукт, опираясь на его структурные разделы, или самостоятельно анализировать тот или иной тип рекламного сообщения, выявляя в нем достоинства и недостатки.

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

1.4. Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p>ОПК-3 Способен разрабатывать концептуальную проектную идею; синтезировать набор возможных решений и научно обосновать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, среда, полиграфия, товары народного потребления); выдвигать и реализовывать креативные идеи</p>	<p>ИД-ОПК-3.2 Предложение вариантов композиционных, цветографических, эргономических решений, макетирование и моделирование</p>
<p>ПК-3 Способен разрабатывать концептуальные и художественно-технические дизайн-проекты систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>ИД-ПК-3.4 Использование компьютерной техники и программного обеспечения, необходимых для выполнения работ по проектированию объектов графического дизайна различной сложности</p>

1.5. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

Очная форма обучения	4	з.е.	128	час.
----------------------	---	------	-----	------