**АННОТАЦИЯ**

**Учебной дисциплины «Дизайн в PR и рекламе»**

**Направление подготовки:**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 1-й семестр, 3-го года обучения

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Дизайн в PR и рекламе» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору студента. Курс «Дизайн в PR и рекламе» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Основы интегрированных коммуникаций», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Организация специальных мероприятий», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности», «Основы компьютерного дизайна: практикум», «Работа с текстами в PR и рекламе», «Выборные технологии», «Семиотика рекламы и связей с общественностью», ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов в области визуальных коммуникаций.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проходят на базе компьютерного класса, включают обязательное изучение графической программы «Adobe Photoshop Extended CS5».

Основная **цель** дисциплины «Дизайн в PR и рекламе» - формирование базовых знаний в области истории и методологии дизайна, необходимых для организации подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной и PR-продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и новых медиа.

**Задачи дисциплины**:

– подготовка бакалавров к анализу и разработке элементов дизайна для проектирования визуальных коммуникаций в PR и рекламе, с целью дальнейшего их использования при подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной и PR-продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

– формирование знаний в области истории дизайна в контексте эстетического, технологического и социокультурного функционирования дизайна;

– формирование навыков критической оценки эффективности PR и рекламных коммуникаций с точки зрения дизайна.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

* ПК-8 – способность 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-16 – способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

**Форма итогового контроля:** дифференцированный зачет.