

«ОСНОВЫ КОММУНИКАТИВНОГО ДИЗАЙНА»

АННОТАЦИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность 1-28 01 02 «Электронный маркетинг»

	Форма получения высшего образования	
	Очная (дневная)	Заочная
Курс	2	2
Семестр	3	4
Лекции, часы	16	4
Лабораторные работы, часы	34	6
Зачет, семестр	3	4
Аудиторных часов по учебной дисциплине	50	10
Самостоятельная работа, часы	58	98
Всего часов по учебной дисциплине / зачетных единиц	108 / 3	

1 Краткое содержание учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины – формирование у обучающихся базового представления о сущности и методологии коммуникативного дизайна, базовых знаний об арсенале существующих методов коммуникативного дизайна, а также практических навыков по созданию объекта коммуникативного дизайна.

2 Результаты обучения

Задачами учебной дисциплины являются:

- приобретение знаний о процессе развития понятия «коммуникативный дизайн», его области применения, о сущности, цели и задачах коммуникативного дизайна;
- освоение проблемного поля, объекта, предмета, понятийного аппарата и методологических основ коммуникативного дизайна;
- овладение методами работы с инструментами и технологиями коммуникативного дизайна.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

знать:

- основные принципы методологии коммуникативного дизайна;
- основные приемы психологии потребителя и рекламы в рамках коммуникативного дизайна;

уметь:

- проводить исследование целевой аудитории;
- работать с методами создания дизайн-решения для достижения коммуникационных целей;
- решать весь комплекс задач подготовки и реализации проектов в области коммуникативного дизайна;

владеть:

- основными элементами и принципами дизайна;
- способами фотомонтажа;
- навыками визуализации и инфографики;
- методами разработки рекламных материалов;
- навыками формирования фирменного стиля организации.

Результаты изучения дисциплины будут использоваться в ходе практики и при подготовке дипломной работы.

3 Формируемые компетенции

Коды формируемых компетенций	Наименование формируемых компетенций
БПК-10	разрабатывать визуальные решения для осуществления маркетинговых коммуникаций с целевыми рынками

4 Образовательные технологии:

При изучении дисциплины используется модульно-рейтинговая система оценки знаний студентов. Формы проведения занятий:

- мультимедиа;
- с использованием ЭВМ.