

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 21.06.2024 10:37:27
Уникальный идентификатор:
d72783635b767e872e79e746e849dc1abc6ab7a

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Рекламные технологии в промышленном дизайне
Краткое содержание	Понятие рекламы, ее классификация. Брендинг. Рекламный текст. Рекламные коммуникации. Копирайтинг. Проектирование рекламной кампании. Рекламные коммуникационные технологии. Правовые аспекты рекламной деятельности. Производство рекламного продукта.
Результаты освоения дисциплины	Применяет методологию создания авторского дизайн-проекта и способы проектной графики способен применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике. Знает способы разработки цвето-графического решения, подбора отделочных материалов с учётом их формообразующих свойств для реализации художественного замысла осуществляет разработку цвето-графического решения, подбор отделочных материалов с учётом их формообразующих свойств для реализации художественного замысла владеет навыком разработки цвето-графического решения, подбора отделочных материалов с учётом их формообразующих свойств для реализации художественного замысла
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Зачет с оценкой
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1.Астафьева-Румянцева, И. Е. История рекламы : учебное пособие / И. Е. Астафьева-Румянцева. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. — 51 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/279443. — Режим доступа: для авториз. пользователей. 2.Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / П. Е. Родькин. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 94 с. : табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418. — Библиогр.: с. 88-89. — ISBN 978-5-4499-1291-6. — DOI 10.23681/597418. — Текст : электронный. 3.Краснянская, О. В. Теоретические основы рекламной деятельности : учебное пособие / О. В. Краснянская. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021. — 78 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/171532. — Режим доступа: для авториз. пользователей. 4.Чигринова, Н. М. Конструкторско-технологическое обеспечение производства : учебно-методическое пособие / Н. М. Чигринова, О. В. Дьяченко. — Минск : БНТУ, 2022. — 125 с. — ISBN 978-985-583-399-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/325580. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
Дополнительная литература	1.Девлетов, О. У. История отечественной рекламы за 150 лет (1840–1990) : учебное пособие для студентов вузов / О. У. Девлетов. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. — 349 с. : табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429705. — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-4475-6473-5. — DOI 10.23681/429705. — Текст : электронный.

	2.Этнокультурное брендирование территории в контексте стратегии регионального развития : научно-методические подходы и практики / И. И. Горлова, Т. В. Коваленко, О. И. Бычкова [и др.] ; Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачёва. – Москва : Институт Наследия, 2020. – 114 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611985. – Библиогр.: с. 101-109. – ISBN 978-5-86443-320-1. – Текст : электронный. 3.Суворова, Н. Н. Языковые и структурные особенности текста в рекламе : практикум для студентов специальности «Реклама и связи с общественностью» : [16+] / Н. Н. Суворова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 81 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=460213. – ISBN 978-5-4475-9178-6. – DOI 10.23681/460213. – Текст : электронный. 4.Марусева, И. В. Мишень вкуса : аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение» / И. В. Марусева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 307 с. : ил., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438287. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-7044-6. – DOI 10.23681/438287. – Текст : электронный., 5.Савельева, Т. В. Практикум по креативному письму : [16+] / Т. В. Савельева ; Челябинский государственный университет, Миасский филиал. – Б.м. : б.и., б.г. – 158 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=702718. – Библиогр. в кн. – Текст : электронный. 6.Тюнюкова, Е. В. Разработка рекламного продукта : учебное пособие / Е. В. Тюнюкова. — Новосибирск : СГУПС, 2019. — 104 с.— Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/164643. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
--	--