

## АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Реклама в Web-дизайне»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки  
54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата)

**Направленность (профиль):** Web-дизайн

**Общий объем дисциплины** – 3 з.е. (108 часов)

**Форма промежуточной аттестации** – Экзамен.

**В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:**

- ПК-8.1: Подбирает технические параметры интерфейсной графики для пользовательского интерфейса;
- ПК-8.2: Обрабатывает и оформляет графические материалы с применением специализированного программного обеспечения в соответствии с заданными требованиями;
- ПК-8.3: Оценивает оформление материалов графического пользовательского интерфейса;

**Содержание дисциплины:**

Дисциплина «Реклама в Web-дизайне» включает в себя следующие разделы:

**Форма обучения очно - заочная. Семестр 9.**

**1. Введение. Основные понятия и представления.** •□Цели и задачи рекламной деятельности.

•□Базовые профессиональные понятия и представления в области продвижения продукции, идеологии рекламы и маркетинга.

•□Основы глобального планирования работы над рекламным продуктом, анализа рынка, определения целевой аудитории, оценки результатов создания и использования рекламы.

•□Традиции и преемственность в развитии рекламного web-дизайна.

•□Особенности отечественного рекламного рынка.

•□Специфика обработки и оформления графических материалов с применением специализированного программного обеспечения.

**2. Основные школы графического дизайна.** •□Основные школы графического дизайна в Западной Европе в к.19-20 вв. (Школы Макинтоша, Баухауза, ВХУТЕМАС и другие).

•□Американский графический дизайн к.19 – 20 вв.

•□Российский графический дизайн 19-20 веков

•□Современные формы графического дизайна в рекламе.

**3. Технологические аспекты разработки рекламной продукции.** •□Технические особенности веб-дизайна и интерактивного дизайна.

•□Подбор технических параметров интерфейсной графики для пользовательского интерфейса.

**4. Психологические аспекты рекламных воздействий и коммуникаций.** •□Оригинальность и креативность. Критерии и методики оценки.

•□Особенности оценки оформления материалов графического пользовательского интерфейса.

•□Управление вниманием, создание образа.

•□Особенности восприятия рекламного продукта в различных областях коммуникации. Общие психологические принципы и закономерности.

•□Принципы, правила и приемы креативности: как сделать интересную рекламу.

•□Вирусность, запоминаемость, эффективность и другие аспекты рекламы.

•□Оформление и подача дизайн-проекта. Организация эффективного взаимодействия с заказчиком.

•.

**5. Основные компоненты рекламного сообщения.** •□Фирменный стиль. Построение работы над его созданием.

•□Связь визуального образа и рекламной задачи в веб-дизайне.

□ Формула стиля и его компоненты.

• □ Модульные сетки и композиционные приемы. Назначение модульных сеток, методы расчета и построения, обеспечение идентичности рекламных продуктов с помощью модульных сеток.

• □ Фотография в рекламе веб-дизайна. Технические и творческие принципы, особенности создания и использования каталожных, имиджевых, иллюстративных и других видов фотографии. Основные принципы организации фотосъемок..

**6. Смежные и дополнительные составляющие рекламы в Web-дизайне.** • □ Текст. Особенности создания рекламного текста. Связь визуального образа и смысла текста.

• □ Инфографика, интерпретация и визуальная подача массивов данных.

• □ Основы юзабилити, поисковой оптимизации (SEO), разработки интерфейсов (UI) и пользовательского взаимодействия (UX).

• □ Звуковой дизайн. Звук как составляющая мультимедийного рекламного продукта.

• □ Организация рекламы и дизайн в соцсетях и на видеохостингах: каналы, страницы, сообщества.

• □ Персонажи и комиксы. Принципы разработки под требуемые задачи, художественные и технические приемы..

**7. Узкие места, ошибки, пути развития и перспективы.** • □ Юридические аспекты и защита авторских прав.

• □ Ошибки рекламы.

• □ Рискованный и провокационный рекламный дизайн.

• □ Решения для сложных тем. Как обходить острые углы и щекотливые моменты.

• □ Решение задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности..

Разработал:

старший преподаватель  
кафедры АрхДи

Т.Н. Канарёва

Проверил:

Директор ИнАрхДиз

С.Б.Поморов