

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 06.05.2024 13:44:36
Уникальный программный ключ:
e4e919f04dc802624637575c97790a174150b171b686c381930100c2540974f9

АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Фотореклама

для направления подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

профиль (направленность): «Рекламный менеджмент»

Уровень бакалавриата

Квалификация выпускника

Бакалавр

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.

Целью учебной дисциплины «Фотореклама» сформировать у студентов понимание основных принципов создания рекламных фотоматериалов.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать у студентов представления о современном рекламном продукте и тенденциях его преобразований, связанных с научно-техническим прогрессом и общественно-экономическими процессами;
- дать обучающимся понятие о структуре рекламного продукта. Его качественных характеристиках, об основных методах и технологиях, используемых при разработке рекламного продукта методом фотографии

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина является элементом вариативной части ФТД. Факультативы ОПОП.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-2.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения профессиональных компетенций
ПК-2	Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента

1.4. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		3
Аудиторные учебные занятия, всего	36	36
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	8	8
Практические занятия	28	28
Самостоятельная работа обучающихся, всего	68	68
В том числе:		
Самоподготовка	48	48
Доклады/рефераты	10	10
Тестирование	10	10
Вид промежуточной аттестации (зачет)	4	Зачет

Общая трудоемкость учебной дисциплины	108	108
--	------------	------------

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		3
Аудиторные учебные занятия, всего	36	36
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	8	8
Практические занятия	28	28
Самостоятельная работа обучающихся, всего	68	68
В том числе:		
Самоподготовка	48	48
Доклады/рефераты	10	10
Тестирование	10	10
Вид промежуточной аттестации (зачет)	4	Зачет
Общая трудоемкость учебной дисциплины	108	108

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		3
Аудиторные учебные занятия, всего	30	30
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	6	6
Практические занятия	24	24
Самостоятельная работа обучающихся, всего	74	74
В том числе:		
Самоподготовка	54	54
Доклады/рефераты	10	10
Тестирование	10	10
Вид промежуточной аттестации (зачет)	4	Зачет
Общая трудоемкость учебной дисциплины	108	108

1.5. Содержание учебной дисциплины

№ п/п	Модуль, раздел (тема)
1	Тема 1. Фотография как рекламный продукт
2	Тема 2. Фотореклама: теоретические основы
3	Тема 3. Фотсъёмка: технологии создания образа
4	Тема 4. Технология создания фоторекламы
5	Тема 5. Креативная основа рекламного фото продукта
6	Тема 6. Информационные технологии фоторекламы