

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.02 Рекламные технологии

Автор:

Старший преподаватель, кафедры интегрированных коммуникаций, Кандидат искусствоведения, Гурова Екатерина Александровна

Код и наименование направления подготовки, профиля: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Диджитал реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать знания, умения и навыки в рамках осваемых ключевых компетенций в соответствии с матрицей и паспортами компетенций ОП ВО, необходимых для будущей профессиональной деятельности работника сферы рекламы и связей с общественностью; сформировать умения для самостоятельной работы, научить обучающихся профессиональному подходу к изучению дисциплины; правильной самоорганизации учебного процесса и во внеучебной деятельности

Содержание дисциплины

Тема 1. Реклама как маркетинговый инструмент: повторение

Понятие и назначение рекламы. Реклама как элемент комплекса маркетинга и инструмент коммуникации. Структура рекламного сообщения. Рекламный блок: определение, составляющие.

Тема 2. Копирайтинг как работа над рекламным текстом

Структура рекламного текста. Рекламный блок: товарный знак, текст, слоган, изображение. Работа над структурными элементами рекламного текста (заголовок, основной текст). Слоганы. Различные подходы при создании рекламного текста. Специфика рекламных текстов для различных СМИ.

Тема 3. Реклама и иллюстрации. Рекламная полиграфия

Подходы к иллюстрированию рекламных текстов. Связь между текстом и изображением. Семантика рекламных образов. Композиция. Цвет. Шрифты. Технологические особенности иллюстрирования рекламы различных товаров и услуг. Особенности широкоформатной рекламы. Программные средства работы над дизайном рекламы. Работа в программе Adobe. Назначение и применение системы. Виды и форматы растровых изображений. Техники выделения областей изображений в процессе предпечати. Многослойное изображение. Рисование. Сложный монтаж рекламного обращения. Сканирование и коррекция изображения.

Принтерная и типографическая печать. Технологии pre-press.

Тема 4. Рекламное видео и аудио

Технологии, применяемые при создании видео-роликов. Режиссерский сценарий. Композиция. Монтаж. Технологии использования звука в рекламе. Аудиобрендинг.

Тема 5. Рекламные технологии в сети Интернет

Использование возможностей Интернета в рекламе. Аудитории Интернета. Технологии продвижения в Интернете. Контекстная реклама. Вирусный маркетинг.

Тема 6. Особенности применения рекламных технологий в различных сферах

Технологии рекламы товаров. Технологии рекламы услуг. Технологии рекламы в области спорта. Технологии рекламы в сфере политики. Технологии рекламы в сфере культуры.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета в виде защиты письменных работ, подготовленных студентами.

Основная литература:

1. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / Кузнецов П.А.. — Москва : Дашков и К, 2018. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01068-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85272.html>
2. Романов, А.А. Управление рекламными кампаниями в СМИ : учебное пособие / Романов А.А., Каптюхин Р.В.. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 328 с. — ISBN 978-5-374-00396-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/10886.html>
3. Есикова, И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / Есикова И.В.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-394-01653-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html>