

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 22.02.2018 10:11:43

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f415362ffaaf0ee59e73a191

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра архитектуры

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины

Реклама и суперграфика

Направление подготовки: 07.03.01 Архитектура

Профиль подготовки: Архитектурно-градостроительное проектирование

Квалификация: бакалавр

Художественно-графический факультет

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 5 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) с оценкой 9

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	8 (4.2)		9 (5.1)		Итого	
	уп	рпд	уп	рпд		
Неделя	18		18			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд	уп	рпд
Лабораторные	36	36	54	54	90	90
В том числе инт.	9	9	30	30	39	39
Итого ауд.	36	36	54	54	90	90
Контактная работа	36	36	54	54	90	90
Сам. работа	45	45	45	45	90	90
Итого	81	81	99	99	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель дисциплины - изучение особенностей наружной рекламы и суперграфики, как вида творческой деятельности.
1.2	
1.3	Задачи изучения дисциплины:
1.4	- дать общее представление о месте рекламы в современном обществе;
1.5	- выявить специфику рекламного творчества и его многообразие;
1.6	- показать особенности исторического развития рекламы и суперграфики в связи с развитием науки, техники и технологий;
1.7	- познакомить со спецификой творчества в различных направлениях рекламы и суперграфики.
1.8	- развить образное мышление, творческие способности.
1.9	- воспитать необходимую графическую культуру.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ОД
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-5: способность применять знания смежных и сопутствующих дисциплин при разработке проектов, действовать инновационно и технически грамотно при использовании строительных технологий, материалов, конструкций, систем жизнеобеспечения и информационно-компьютерных средств

Знать:

знать основные приемы графических построений, применяемые в рекламе.

знать методы построения пространственных объектов и их взаимного расположения.

знать способы преобразования рекламы, инновационные методы, материалы и технологии применимые в рекламной деятельности.

Уметь:

понимать специфику наружной рекламы и ее роль в архитектуре, разбираться в отдельных видах настенной графики.

осуществлять задачи, связанные с информационной поддержкой всех видов рекламы.

- адаптировать к архитектурной деятельности новые достижения рекламных технологий (У-5).

Владеть:

Владеть навыками совместной работы с дизайнерами различных сфер приложения.

Владеть навыками работы в специализированных информационных системах.

способностью применять знания смежных и сопутствующих дисциплин, самоорганизации и самообразования.

ПК-14: способность координировать взаимодействие специалистов смежных профессий в проектом процессе с учетом профессионального разделения труда

Знать:

историю развития рекламы, специфику рекламного творчества, творчество выдающихся представителей российского дизайна рекламы и суперграфики.

классификацию основных направлений и видов рекламы, знать сопутствующие дисциплины.

области деятельности специалистов смежных профессий, участников проектного процесса.

Уметь:

охарактеризовать специфику наружной рекламы, находить различия в отдельных видах наружной рекламы, разбираться в отдельных видах настенной графики.

разрабатывать дизайн-проекты наружной рекламы.

координировать взаимодействие специалистов в проектом процессе.

Владеть:

владеть навыками совместной работы с дизайнерами различных сфер приложения.

владеть навыками работы в специализированных информационных системах.

владеть спецификой отдельных видов творчества в рекламе, координацией и реализацией реального рекламного проекта, используя специалистов смежных профессий.