

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«РЕКЛАМНАЯ ФОТОГРАФИЯ»

Цель и задачи дисциплины (модуля)

Целью дисциплины «Рекламная фотография» является формирование у студентов теоретических знаний основ рекламной фотографии, а также развитие творческой активности и инициативы студента в вопросах создания креативных решений.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение теоретических основ рекламной фотографии;
- изучение жанров, форм и творческих направлений в рекламной фотографии;
- формирование представлений об эволюции технических и творческих приемов рекламной фотографии и перспективных направлениях ее развития;
- формирование навыков проектирования художественных композиций в рекламе с использованием фотографии;
- формирование профессиональных навыков в области фотоискусства.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИОПК 1.1. Имеет представление об особенностях знаковых систем. ИОПК 1.2. Создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка. ИОПК 1.3. Создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами иностранного языка.	Знать: основы рекламной фотографии. Уметь: анализировать рекламный медиапродукт на соответствие нормам рекламной фотографии. Владеть: способностью анализа рекламных фотографий; навыками создания идеи рекламного медиапродукта в соответствии с нормами рекламной фотографии.

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК 3.1. Имеет представление о многообразии достижений отечественной и мировой культуры. ИОПК 3.2. Использует достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Знать: специфику использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания рекламной фотографии. Уметь: анализировать уместность использования достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания рекламной фотографии. Владеть: навыками использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания рекламной фотографии.

Содержание дисциплины (модуля)

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Основы и история рекламной фотографии
Тема 2. Подходы к пониманию рекламного образа и дизайна в фотографии
Тема 3. Фотография и современность рекламы и дизайна
Тема 4. Культура в рекламном фотоискусстве
Тема 5. Психология рекламной фотографии
Тема 6. Анализ и оценка фотографического изображения

Форма контроля – зачет с оценкой.