

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Креативное творчество в рекламе» для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.
Направленность (профиль) образовательной программы - Реклама и связи с общественностью**

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

Освоение компетенций, предусмотренных учебным планом, в рамках дисциплины "Креативное творчество в рекламе"

Задачи изучения дисциплины:

Формирование у студентов третьего курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД-1ПК-2 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2ПК-2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИД-3ПК-2 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний ИД-4ПК-2 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

3. Содержание дисциплины

Предмет и ключевые понятия курса. Креативность как творческий процесс.

- . Профессиональное мастерство специалиста по рекламе
- . Сущность рекламного творчества
- . Художественно-творческое мышление как профессиональное мышление рекламиста
- . Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта.
- Технология разработки креативного брифа.
- .