



**АКАДЕМИЯ ЗА МУЗИКАЛНО,
ТАНЦОВО И ИЗОБРАЗИТЕЛНО ИЗКУСТВО
„ПРОФ. АСЕН ДИАМАНДИЕВ“ – ПЛОВДИВ**

ФАКУЛТЕТ ИЗОБРАЗИТЕЛНИ ИЗКУСТВА

КАТЕДРА ПРИЛОЖНИ ИЗКУСТВА

ТЕОРИЯ НА РЕКЛАМАТА

Изготвил: ас. Таня Върбева

Курсът има за цел да анализира печатната реклама като семиотична (знакова) система. Акцентът е върху рекламните изображения, анализ на различни видове – фотографии, рисунки, карикатури, графити, диаграми, комикс и други. Разглеждането на рекламната фотография като знакова система. Студентите придобиват теоретични знания и практически умения за създаване на реклама.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

Критериите за оценяване са съобразно поставените задачи. Необходим е систематичен и правилен подход при композирането, конструирането и обемното изграждане на обектите. По-високо се оценяват студенти, които полагат усилия да изпълнят качествено поставените задачи в рамките на определеното учебно време. Степента на завършеност при решаване на задачата е най-важния фактор за поставянето на висока крайна оценка.