

**ГОО ВПО Российско-Армянский (Славянский)
университет**



Утверждено

Директор Института

Маркарян К.В.

«19» июня 2024, протокол № 12

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: Б1.О.20 Современные информационные технологии в рекламе и PR

Автор (ы) Хачатрян Айк Робертович, к.биол.н
Ф.И.О, ученое звание (при наличии), ученая степень (при наличии)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Наименование образовательной программы: Реклама и связи с общественностью

1. АННОТАЦИЯ

1.1. Краткое описание содержания данной дисциплины;

Программа дает знания и навыки, предлагает теоретический и практический подходы к планированию и осуществлению коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению продукта/проекта/предприятия. Изучение данного курса дает возможность использовать современные системные программные средства и технологии для проектирования web-ресурсов, модернизирования и продвижения сайтов, проведения веб-аналитики. Освоение содержания курса позволит студентам самостоятельно работать со специализированными приложениями: программами для статистической обработки результатов исследований и прогнозирования реакции рекламной аудитории (SPSS), системами управления баз данных, поисковыми системами (поисковые серверы, информационные порталы). Особое внимание уделяется web-графике и программам верстки, для создания собственных рекламных материалов.

1.2. Трудоемкость в академических кредитах и часах, формы итогового контроля (экзамен/зачет) : 108 часов; 3 кредита; форма контроля – экзамен.

1.3. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Современный дизайн и компьютерная графика, основы информационной безопасности, цифровой маркетинг, теория и практика массовой информации.

1.4. Результаты освоения программы дисциплины:

Код компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Код индикатора достижения компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование индикатора достижений компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)
УК – 2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения,	УК-2.1	Знает подходы в постановке задач для достижения поставленной цели, обладает знаниями в выборе

	исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		оптимальных способов их решения.
		УК-2.2	Умеет, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, выбирать оптимальные способы решения задач в профессиональной области для достижения поставленной цели.
		УК-2.3	Владеет навыками определения круга профессиональных задач в рамках поставленной цели; выбором оптимальных способов их решения с учетом действующих правовых норм и имеющихся ресурсов
ОПК- 4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1	Знать: социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
		ОПК-4.2	Уметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных

			продуктов
		ОПК-4.3	Владеть: системой инструментов для обработки и ответов на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК- 5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1	Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		ОПК-5.2	Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
		ОПК-5.3	Владеть: нормативно-правовой базой с учетом развития отечественного и

			зарубежного опыта в профессиональной деятельности
ПК – 3	Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты с учетом специфики разных каналов коммуникации.	ПК-3.1.	Знает: различные коммуникационные технологии; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта
		ПК-3.2	Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур
		ПК-3.3.	Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-

			технологий, специализированных программных продуктов).
ПК - 4	Способен создавать, редактировать и размещать информационные материалы на различных ресурсах: публиковать на сайте и обновлять информационные материалы через системы управления контентом (CMS); Форматировать (визуальное – внесение необходимой и удаление лишней информации) и настраивать отображения веб-страниц	ПК-4.1	Знает: структуру, кодировку и языках разметки веб-страниц (базовые теги языка гипертекстовой разметки (HTML), фреймы, слои, куки-файлы); Требования к различным типам информационных ресурсов (текст, графика, мультимедиа) для представления на веб-сайте
		ПК-4.2	Умеет: заполнять веб-формы, работать с одним или несколькими браузерами на различных платформах; сетях интранет; размещать мультимедийные объекты на веб-страницах
		ПК-4.3	Владеет: текстовыми и графическими редакторами; технологиями размещения и передачи информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК – 5	Способен организовывать работы по созданию, редактированию контента и управлению информацией из различных источников при разработке	ПК-5.1	Знать: особенности и технологии реализации рекламных проектов и мероприятий

	и реализации коммуникационного продукта	ПК-5.2	Уметь: составлять тексты разных стилей, в том числе PR-тексты, редактировать тексты рекламы и связей с общественностью; использовать богатство и выразительность речи при составлении рекламных текстов
		ПК-5.3	Владеть: навыками копирайтинга; нормами русского литературного языка
ПК- 6	Способен к документационному сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью (редакционный тип задач)	ПК-6.1	Знать: требования и нормативы к документационному сопровождению проектирования в области рекламы и связей с общественностью
		ПК-6.2	Уметь оформлять документационное сопровождение проектов в сфере рекламы и (или) СО
		ПК-6.3	Владеть: навыками подготовки проектной и сопутствующей проектной документаций (экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор,

			контракт и др.)
ПК-7	Способен к редактированию контента в различных текстовых редакторах и обработке графической информации в различных графических редакторах.	ПК-7.1	Знать: основы компьютерной графики, методы представления и обработки графической информации на ПК; распространенные форматы графических файлов; требования к характеристикам изображений при размещении на веб-сайтах; сохранения изображений в различных форматах и оптимизация их для публикации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
		ПК-7.2	Уметь: работать со специализированным программным обеспечением, настраивать параметры сканирования; работать с оборудованием для оцифровывания изображений: сканером, многофункциональным устройством, фотокамерой; работать в графических редакторах и обрабатывать растровые и векторные изображения:

			масштабировать, кадрировать, изменять разрешение и палитру, компоновать изображения
		ПК-7.3	Владеть навыками ввода, сканирования и обработки текстовой, графической информации; навыками создания и редактирования контента на различных платформах
ПК-8	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.	ПК-8.1	Знать технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнесструктур;
		ПК-8.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные технологии, в

			том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;
		ПК-8.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнесструктур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации.

2. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

2.1. Цели и задачи дисциплины

Целью данного курса является обучить студентов работе с современными компьютерными технологиями для создания рекламного продукта, его размещения в информационном пространстве и продвижения на различных платформах.

Задачами курса являются:

– изучение основных аспектов современных компьютерных информационных технологий в рекламе, требований к составу информации, ее содержанию и функциям;

- изучение теоретических основ и приобретение практических навыков работы по изучению потенциальной рекламной аудитории, обработке результатов исследования аудитории с использованием современных статистических программных продуктов;
- изучение возможностей проведения рекламной деятельности в глобальной сети (создание сайтов и других web-ресурсов).

2.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и зачетных единицах) (удалить строки, которые не будут применены в рамках дисциплины)

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах	Распределение по семестрам					
		<u>6</u> сем	сем	сем	сем.	сем	сем.
1	2	3	4	5	6	7	8
1.Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:	108						
1.1.Аудиторные занятия, в т. ч.:							
1.1.1.Лекции		18					
1.1.2.Практические занятия, в т. ч.		34					
1.1.2.1. Контрольные работы							
1.2.Самостоятельная работа, в т. ч.:		29					
1.2.1. Подготовка к экзаменам		27					
1.3. Консультации							
Итоговый контроль (Экзамен)							

2.3. Содержание дисциплины

2.3.1. Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по рабочему учебному плану

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. Занятия (ак. часов)	Семинары (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)
1	2=3+4+5+6 +7	3	4	5	6
Тема 1. Растровые изображения		2	4		
Тема 2. Векторные изображения		2	4		
Тема 3. Программы верстки		2	4		
Тема 4. Локальные сети. Интранет		2	4		
Тема 5. Глобальные сети. Интернет		2	4		
Тема 6. Конструирование сайтов		4	6		

Тема 7. Размещение сайтов и управление ими		2	4		
Тема 8. Социальные сети		2	4		
ИТОГО		18	34		

2.3.2. Краткое содержание разделов дисциплины в виде тематического плана

Тема 1. Растровые изображения

Размер изображения, глубина цвета, цветовое пространство, (RGB, CMYK, XYZ, YCbCr и др). Форматы (сжатие без потерь и с потерями): BMP или Windows Bitmap, GIF (Graphics Interchange Format), PNG (Portable Network Graphics), JPEG, TIFF, Raw. Растровые графические редакторы: Canva, Xara Photo & Graphic Designer, Adobe Photoshop. Подготовка изображений для печати и для сетевых технологий.

Тема 2. Векторные изображения

Математическое описание элементарных геометрических объектов – примитивов. Преобразование в растровую графику программными и аппаратными средствами видеокарт. Плоттеры и векторные мониторы. Объём данных, занимаемый описанием примитивов. Трассировка растрового изображения. Векторные графические редакторы: CorelDRAW, Inkscape, Adobe Animate, Adobe Illustrator.

Тема 3. Программы верстки

Полиграфия. Цветоделение. Цветовая коррекция. Печатная форма. Программы для вёрстки книг, журналов и газет: QuarkExpress, Adobe InDesign. Формат pdf. Adobe Acrobat для контроля готовой продукции.

Тема 4. Локальные сети. Интранет

Локальные компьютерные сети и сети intranet как основа внутрикорпоративной рекламной деятельности, распространение внутренней рекламы в рамках внутрифирменного маркетинга. Роль локальных сетей в организации совместной работы по подготовке внешних рекламных акций.

Тема 5. Глобальные сети. Интернет

«Межсетевой протокол». Браузеры: Google Chrome, Yandex, Mozilla Firefox, Safari, Opera. Потенциальные возможности глобальных сетей при решении задач рекламы. Использование в рекламной практике сетевых технологий (Telnet, FTP, Usenet, WWW).

Тема 6. Конструирование сайтов.

Основные инструменты для верстки сайтов: HTML-редакторы, Adobe Dreamweaver, другие редакторы кода. Основные языки, используемые для верстки сайтов – HTML, CSS. Фреймворки и библиотеки. CMS системы. Инструменты для тестирования и отладки. Лендинг страницы. Блоги.

Тема 7. Размещение сайтов и управление ими.

Домены и хостинги. Корневая папка. С-панели. Администраторские интерфейсы.

Тема 8. Социальные сети.

Технология продвижения в социальных сетях. Размещение рекламных баннеров. Использование для показа баннеров web-сайтов и электронных торговых площадок. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги. Сети баннерного обмена (banner exchange services).

2.3.3. Краткое содержание семинарских/практических занятий/лабораторного практикума

Практические занятия проводятся выполнением практических заданий на компьютере, с использованием стандартных программ и, при необходимости, редактированием на языке html и CSS.

2.3.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятий необходимы персональные компьютеры с загруженными программами: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Dreamweaver, Adobe InDesign, Adobe Acrobat Professional.

2.4. Модульная структура дисциплины с распределением весов по формам контролей

Формы контролей	Вес формы (форм) текущего контроля в результирующей оценке текущего контроля (по модулям)		Вес формы промежуточного контроля в итоговой оценке промежуточного контроля		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей (семестровой оценке)		Весы результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля	
	М1 ¹	М2	М1	М2	М1	М2				
Вид учебной работы/контроля										
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля										
Вес итогового контроля (Экзамен/зачет) в результирующей оценке итогового контроля									1	
	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$		$\sum = 1$		$\sum = 1$

3. Теоретический блок (указываются материалы, необходимые для освоения учебной программы дисциплины)

3.1. Материалы по теоретической части курса

3.1.1. Учебник(и);

1. Коновалова Т.Е. Основы компьютерного дизайна. Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2014
2. В. Дунаев. Photoshop CS6: Понятный самоучитель. СПб.: Питер, 2013
3. Миронов Д.Ф. Компьютерная графика в дизайне: учебник для вузов/ Д. Ф. Миронов. - СПб. : ВHV-Санкт-Петербург, 2008.
4. Биндер, Кейт. Adobe Photoshop CS4 за 24 часа [Текст] / Кейт Биндер; Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2010.
5. Тучкевич Е. И. Самоучитель Adobe Illustrator CC. СПб.: БХВ-Петербург, 2015.

¹ Учебный Модуль

6. А.В. Белозубов, Д.Г. Николаев. Приемы работы с HTML-редактором ADOBE DREAMWEAVER. Санкт-Петербург 2009

3.1.2. Дополнительная литература:

1. Колодников А. И. Ранние формы компьютерного дизайна: пиксельная графика и растровая система // Terra artis. Искусство и дизайн. 2022. № 3. С. 36
2. Хахаев И. Графический редактор GIMP. Первые шаги. М.: Издательский дом ДМК-пресс, 2009
3. Кортни-Смит. Блог на миллион долларов. 2018
4. Фоллс Дж. Декерс Э. Маркетинг в социальных медиа. Просто о главном. Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2013

3.2. Перечень экзаменационных вопросов

1. Глубина цвета, цветовое пространство.
2. Современные организационные формы и технические средства информационного обеспечения рекламы.
3. Использование компьютерно-сетевых технологий для информационного обеспечения рекламной деятельности.
4. Растровые графические редакторы.
5. Локальные вычислительные сети. Развитие локальных сетей, основные особенности их функционирования, их возможности по обеспечению совместной работы и внутрифирменной рекламной деятельности.
6. Глобальные социальные сети, их возникновение и развитие.
7. Векторные графические редакторы.
8. Математическое описание примитивов.
9. Полиграфия. Виды печати.
10. Средства для рекламной работы в интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы и рекламные информационные службы.
11. Основные инструменты для верстки сайтов.
12. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги..
13. Программы для вёрстки.
14. CMS системы.
15. Использование в рекламной практике сетевых технологий (Telnet, FTP, Usenet, WWW)..
16. Сети баннерного обмена, их назначение и принципы функционирования.