

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры рекламы и  
связей с общественностью  
Протокол № 10 от 30.05.2023 г.

Первый проректор  
С.В. Авдашкевич  
28.06.2023

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.ДВ.01.01 Визуальные инфокоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль):	Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат педагогических наук, доцент Юмашева И. А.

Санкт-Петербург  
2023

### 1. Цели и задачи дисциплины:

#### Цель освоения дисциплины:

Сформировать у студентов представление о современных формах рекламной деятельности, умение ориентироваться в вопросах получения, обработки, необходимой для рекламной деятельности информации

#### Задачи дисциплины:

Ознакомление студентов с информационными и телекоммуникационными технологиями в рекламе;

Ознакомить с алгоритмами подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, оценки эффективности рекламной деятельности. Научить изучать основные формы использования инфокоммуникационных технологий в рекламной деятельности, развить умения целенаправленно использовать различные информационные технологии для создания конкретного рекламного продукта.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи.	Наименование категории (группы) компетенций: «Системное и критическое мышление»
	УК-1.2 Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	
	УК-1.3 Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.	
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения.	Наименование категории (группы) компетенций: «Разработка и реализация проектов»
	УК-2.2 Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ.	
	УК-2.3 Владеет методиками разработки цели и задач проекта; мето-дами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах.	
ПК-3 Способность применять основные технологии и методы маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций	ПК-3.1 Знает гражданское законодательство РФ, организацию системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж в сфере рекламы и PR, технологии бренд менеджмента и маркетинга, а также сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по про-движению и распространению продукции средств массовой информации»

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
	<p>ПК-3.2 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций, в том числе применяет современные технические средства и технологии цифровых коммуникаций.</p> <p>ПК-3.3 Принимает участие в реализации функции по покупке и продаже рекламных площадей и времени, осуществляет медиапланирование в системе массовых коммуникаций.</p> <p>ПК-3.4 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p> <p>ПК-3.5 Принимает участие в производстве, размещении и продвижении рекламы и PR в сети Интернет, а также владеет технологиями и приемами анализа эффективности данной рекламы, в том числе формирует проект бюджета по продвижению, а также производит согласование маркетинговой стратегии с другими подразделениями организации.</p>	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи.	Основные этапы развития информационного общества, этапы развития технических средств информационных ресурсов, виды профессиональной деятельности человека с использованием технических средств и информационных ресурсов
УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	Использует графические программы для создания иллюстраций
УК-1.3. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.	Владеет навыками работы с поисковыми серверами
УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения.	Знает организацию баз данных и системах управления базами данных рекламного агентства. Основные понятия баз данных и систем управления базами данных.
УК-2.2. Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ.	Пользоваться текстовым редактором для выполнения основных операций по обработке текстовой информации; использовать информационно-поисковые системы для поиска создавать графические композиции в глобальных сетях;
УК-2.3. Владеет методиками разработки цели и задач проекта; мето-дами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах.	Владеет базовыми навыками компьютерной графики, создания мультимедиа презентации.

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3.1. Знает гражданское законодательство РФ, организацию системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж в сфере рекламы и PR, технологии бренд менеджмента и маркетинга, а также сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	Знает о технических и программных средствах телекоммуникационных технологий и методах работы с ними, закономерности зрительного восприятия форм и пространства, свойства и закономерности восприятия, перспектива, изображение теней, основы композиции
ПК-3.2. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций, в том числе применяет современные технические средства и технологии цифровых коммуникаций.	Определяет технические требования к макетам рекламной полиграфической продукции
ПК-3.3. Принимает участие в реализации функции по покупке и продаже рекламных площадей и времени, осуществляет медиапланирование в системе массовых коммуникаций.	Применяет технологии печати рекламной полиграфической продукции.
ПК-3.4. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Владеет способами организации визуальных систем
ПК-3.5. Принимает участие в производстве, размещении и продвижении рекламы и PR в сети Интернет, а также владеет технологиями и приемами анализа эффективности данной рекламы, в том числе формирует проект бюджета по продвижению, а также производит согласование маркетинговой стратегии с другими подразделениями организации.	Навыками работы с табличным процессором для обработки табличной информации и построения простейших табличных моделей

### 3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-3.1 УК-1.1 УК-2.1	ПК-3.2 УК-1.2 УК-2.2	ПК-3.3 ПК-3.4 ПК-3.5 УК-1.3 УК-2.3
1	Информация и информационные процессы в рекламе и PR	УК-1 УК-2 ПК-3	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
2	Технология создания и преобразования информационных объектов в рекламной и PR-деятельности	УК-1 УК-2 ПК-3	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
3	Телекоммуникационные технологии в решении задач рекламы и PR	УК-1 УК-2 ПК-3	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
4	Основные понятия компьютерной графики	УК-1 УК-2 ПК-3	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-3.1 УК-1.1 УК-2.1	ПК-3.2 УК-1.2 УК-2.2	ПК-3.3 ПК-3.4 ПК-3.5 УК-1.3 УК-2.3
5	Основы дизайна	УК-1 УК-2 ПК-3	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №3 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
6	Допечатная подготовка	УК-1 УК-2 ПК-3	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №3 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
<b>Количество баллов (100 баллов):</b>			100		

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>	
<p><b>Тема 1:</b> Информация и информационные процессы в рекламе и PR Основные этапы развития информационного общества. Этапы развития технических средств информационных ресурсов. Виды профессиональной деятельности человека с использованием технических средств и информационных ресурсов. Основные подходы к понятию и измерению информации. Понятие информации. Виды информации. Способы представления информации. Свойства информации. Способы измерения объема информации. Кодирование информации.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Средства информационных и коммуникационных технологий в рекламе и PR. Основные характеристики компьютеров. Многообразие компьютеров. Многообразие внешних устройств, подключаемых к компьютеру. Функциональное назначение периферийного оборудования. Понятие программного обеспечения ЭВМ. Классификация ПО ПЭВМ. Пакеты прикладных программ для решения задач по рекламе и PR. ОС: назначение, основные характеристики.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>	
<p><b>Тема 2:</b> Технология создания и преобразования информационных объектов в рекламной и PR-деятельности Представление об организации баз данных и системах управления базами данных рекламного агентства. Основные понятия баз данных и систем управления базами данных. Структура данных и система запросов на примерах баз данных различного назначения: рекламные, социальные, библиотечные и др. Использование системы управления базами данных для решения задач рекламного агентства. Представление о программных мультимедийных средах. Мультимедиа, системы мультимедиа. Назначение и структура презентаций. Основные виды презентаций и их использование в рекламной деятельности. Основные приемы создания и правила оформления дизайна презентаций.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Технология создания и обработки текстовой информации, использование. Основные возможности настольных издательских систем: создание, организация, основные способы преобразования (верстки) текста. Текстовый редактор: назначение и основные функции. Ввод, редактирование и форматирование текста. Технология создания и обработки числовой информации. Электронные таблицы: назначение и основные возможности. Основные форматы данных. Ячейка, абсолютная и относительная адресация. Ввод и редактирование данных. Оформление таблицы. Табулирование и построение графиков функций. Статистические функции. Построение и форматирование диаграмм.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>	
<p><b>Тема 3:</b> Телекоммуникационные технологии в решении задач рекламы и PR Представления о технических и программных средствах телекоммуникационных технологий. Представления о технических и программных средах телекоммуникационных технологий. Интернет-технологии, способы и скоростные характеристики подключения. Электронные словари и библиотеки в Интернет. Использование поисковых серверов. Особенности поиска по группе слов.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b></p>	

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>
<p>Представления о технических и программных средствах телекоммуникационных технологий. Представления о технических и программных средах телекоммуникационных технологий. Интернет-технологии, способы и скоростные характеристики подключения. Электронные словари и библиотеки в Интернет. Использование поисковых серверов. Особенности поиска по группе слов.</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>
<p><b>Тема 4: Основные понятия компьютерной графики</b>                      Понятие компьютерной графики. Векторное и растровое представление компьютерной графики. Обзор программного обеспечения для работы с компьютерной графикой. Технические характеристики графических файлов. Формы представления и хранения графической информации. Цветовые режимы изображения RGB, CMYK, HSB, Grayscale, Lab. Форматы файлов (TIFF, EPS, JPEG, PNG, GIF, BMP). Понятие разрешения.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>                      Понятие компьютерной графики. Векторное и растровое представление компьютерной графики. Обзор программного обеспечения для работы с компьютерной графикой. Технические характеристики графических файлов. Формы представления и хранения графической информации. Цветовые режимы изображения RGB, CMYK, HSB, Grayscale, Lab. Форматы файлов (TIFF, EPS, JPEG, PNG, GIF, BMP). Понятие разрешения.</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>
<p><b>Тема 5: Основы дизайна</b>                      Закономерности зрительного восприятия форм и пространства Свойства и закономерности восприятия, перспектива, изображение теней. Основы композиции. Общие понятия о композиции. Виды композиции: плоскостная, объемно-фронтальная, объемно-пространственная, глубинно-пространственная. Открытая и закрытая композиция. Форма и формообразование. Свет и цвет. Контраст. Материалы и текстура. Ритм. Ассоциации и реальность. Абстракция. Стилизация. Правила построения графической композиции.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>                      Цифровое представление цвета. Основы цветовой гармонии. Методы и средства построения цветовой гармонии. Роль цвета в дизайне. Иллюстрации в рекламных материалах. Роль иллюстрации в рекламе. Виды иллюстративных материалов. Использование графических программ для создания иллюстраций. Основные требования.</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>
<p><b>Тема 6: Допечатная подготовка</b>                      Допечатная подготовка Технологии печати рекламной полиграфической продукции. Технические требования к макетам рекламной полиграфической продукции. Цветоделение</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>                      Допечатная подготовка Технологии печати рекламной полиграфической продукции. Технические требования к макетам рекламной полиграфической продукции. Цветоделение.</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>
<p><b>Курсовая работа:</b>                      не предусмотрено учебным планом</p>

### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	33	33
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	33	33
Контроль самостоятельной работы (КСР)	3	3
Контактная работа (КоР)	39	39
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

\* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Информация и информационные процессы в рекламе и PR	7	2	2	0	6	2
2	Технология создания и преобразования информационных объектов в рекламной и PR-деятельности	7	4	4	0	6	4
3	Телекоммуникационные технологии в решении задач рекламы и PR	7	4	4	0	6	4
4	Основные понятия компьютерной графики	7	2	2	0	5	2
5	Основы дизайна	7	4	4	0	5	4
6	Допечатная подготовка	7	2	2	0	5	2
Итого:			18	18	0	33	18

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Аудиторные занятия (АЗ):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	87	87
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	87	87
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	12	12
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

\* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Информация и информационные процессы в рекламе и PR	9	2	0	0	15	2
2	Технология создания и преобразования информационных объектов в рекламной и PR-деятельности	9	0	2	0	15	4
3	Телекоммуникационные технологии в решении задач рекламы и PR	9	2	0	0	15	4
4	Основные понятия компьютерной графики	9	0	0	0	14	2
5	Основы дизайна	9	0	0	0	14	4
6	Допечатная подготовка	9	0	2	0	14	2
Итого:			4	4	0	87	18

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	34	34
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	34	34
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
Контактная работа (КоР)	38	38
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

\* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Информация и информационные процессы в рекламе и PR	9	2	2	0	6	2
2	Технология создания и преобразования информационных объектов в рекламной и PR-деятельности	9	4	4	0	6	4
3	Телекоммуникационные технологии в решении задач рекламы и PR	9	4	4	0	6	4
4	Основные понятия компьютерной графики	9	2	2	0	6	2
5	Основы дизайна	9	4	4	0	5	4
6	Допечатная подготовка	9	2	2	0	5	2
Итого:			18	18	0	34	18

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### 4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

#### 5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

*Основная литература:*

1. АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ 2-е изд. Учебное пособие для вузов / Куркова Н. С. - Кемеровский государственный институт культуры (г. Кемерово), 2022 г. - 127 с. - ISBN 978-5-534-14857-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/audiovizualnye-tehnologii-v-reklame-497186>

2. ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ. Учебное пособие для вузов / Хуссейн И. Д., 2022 г. - 68 с. - ISBN 978-5-534-15010-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/cifrovye-marketingovye-kommunikacii-497224>

3. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНОГО ВИДЕО. Учебник и практикум для вузов / Трищенко Д. А. - Белгородский университет кооперации, экономики и права (г. Белгород)., 2022 г. - 177 с. - ISBN 978-5-534-11564-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnika-i-tehnologii-reklamnogo-video-495892>

*Дополнительная литература:*

1. РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА. Учебник и практикум для вузов / Поляков В. А., Романов А. А. - Евразийский открытый институт



(г.Москва); Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)., 2022 г. - 502 с. - ISBN 978-5-534-05261-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta-489057>

2. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ. Учебное пособие для вузов / Чефранов С. Д., 2022 г. - 134 с. - ISBN 978-5-534-13110-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologiya-proizvodstva-pechatnyh-i-elektronnyh-sredstv-informacii-teoreticheskie-osnovy-497571>

3. ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В МАРКЕТИНГЕ. Учебник для вузов / Душкина М. Р. - Московский государственный психолого-педагогический университет (г. Москва)., 2022 г. - 462 с. - ISBN 978-5-534-12811-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-496326>

## **6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения**

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа
6. Publisher

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. [ibooks.ru](http://ibooks.ru) : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: [arhiv.neicon.ru](http://arhiv.neicon.ru). - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. Sostav: реклама, маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.sostav.ru>. - Текст: электронный

9. AdIndex.ru: реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный

10. Реклама в России [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.rwt.ru>. - Текст: электронный

11. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

12. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. -

13. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://archive.government.ru/power/66/>. - Текст: электронный

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий – компьютерный класс, оборудованный рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

4. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета [imeos.ru](http://imeos.ru) и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

## **9. Оценочные материалы по дисциплине**

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении

промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

### Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет				
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

### Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

## 9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

### Доклад, сообщение/Реферат №1

1. Основные понятия баз данных и систем управления базами данных.
2. Структура данных и система запросов на примерах баз данных различного назначения: рекламные, социальные, библиотечные и др.
3. Использование системы управления базами данных для решения задач рекламного агентства.
4. Представление о программных мультимедийных средах. Мультимедиа, системы мультимедиа.
5. Назначение и структура презентаций. Основные виды презентаций и их использование в рекламной деятельности. Основные приемы создания и правила оформления дизайна презентаций

### Собеседование, опрос/Контрольная работа №1

1. Средства информационных и коммуникационных технологий в рекламе и PR.
2. Основные характеристики компьютеров.
3. Многообразие компьютеров. Многообразие внешних устройств, подключаемых к компьютеру.
4. Функциональное назначение периферийного оборудования.
5. Понятие программного обеспечения ЭВМ.

### **Собеседование, опрос/Контрольная работа № 2**

1. Представления о технических и программных средствах телекоммуникационных технологий.
2. Представления о технических и программных средах телекоммуникационных технологий. Интернет-технологии, способы и скоростные характеристики подключения.
3. Электронные словари и библиотеки в Интернет. Использование поисковых серверов. Особенности поиска по группе слов.

### **Собеседование, опрос/Контрольная работа № 3**

1. Понятие компьютерной графики. В
2. Векторное и растровое представление компьютерной графики.
3. Обзор программного обеспечения для работы с компьютерной графикой.
4. Технические характеристики графических файлов.
5. Формы представления и хранения графической информации.
6. Цветовые режимы изображения RGB, CMYK, HSB, Grayscale, Lab. Форматы файлов (TIFF, EPS, JPEG, PNG, GIF, BMP). Понятие разрешения

### **Задания творческого уровня № 1**

Создание, редактирование и форматирование текстового документа. Создание списков  
Создание готовой публикации на основе готовых шаблонов

### **Задания творческого уровня № 2**

Создание таблиц и графических объектов в текстовом редакторе Word  
Создание, редактирование и форматирование табличного документа

### **Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1**

1. Технология создания и обработки текстовой информации, использование.
2. Основные возможности настольных издательских систем: создание, организация, основные способы преобразования (верстки) текста.
3. Текстовый редактор: назначение и основные функции.

### **9.2. Примерный перечень тем курсовой работы**

Не предусмотрено учебным планом

### **9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен**

### **Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену: Вопрос № 1**

1. Понятие, виды и функции информации в рекламе.
2. Функциональная архитектура автоматизированных систем обработки данных и диалоговое взаимодействие с пользователем
3. Представление и общие понятия об автоматизированной системе создания, ведения и обработки баз данных.
4. Структура базы данных. Схема базы данных. Типы данных.
5. Компоненты базы данных: таблицы, формы, запросы, отчеты.
6. Табличные базы данных. Создание табличной базы данных: режим Конструктор, режим Таблица, использование формы, Мастер таблиц. Редактирование: обновление, добавление (удаление) полей. Обработка.
7. Создание запроса. Использование логических операций в условии отбора. Построитель выражений. Запросы на обновление, добавление (удаление), создание таблицы.
8. Диаграммы в Access. Создание отчетов. Виды отчетов (автоотчет, ленточный, справка).
9. Сохранение документов Access в формате HTML. Использование гиперссылок в объектах базы данных. Страница доступа к данным.
10. Структура и назначение программного обеспечения для решения задач рекламы и СО.
11. Основные принципы функционирования глобальных компьютерных сетей.
12. Системы и алгоритмы поиска информации. Поисковые системы и каталоги.

### **Примерный перечень практических заданий к экзамену: Вопрос № 2**

1. Проанализируйте современные тенденции развития информационных технологий в рекламе и СО.
2. Опишите преимущества и недостатки применения компьютерных технологий в рекламе и СО.
3. Оцените эффективность современных программных продуктов, применяемых в рекламе и PR.
4. Структурируйте и оцените эффективность современных телекоммуникационных технологий
5. Проанализируйте существующие интеграционные подходы в корпоративных базах данных, основанные на Web-технологии Интернета.
6. Оцените локальные компьютерные сети и сети intranet в качестве основы внутрикорпоративной рекламной деятельности.
7. Проанализируйте существующие способы распространения внутренней рекламы в рамках внутрифирменного маркетинга с применением информационных и телекоммуникационных технологий.
8. Оцените роль локальных сетей в организации совместной работы по подготовке внешних рекламных акций.
9. Оцените потенциальные возможности глобальных сетей при решении задач в области рекламы.
10. Выделите особенности рекламной коммуникации в сети Интернет.
11. Выделите особенности информационной коммуникации в сети Интернет.

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.01.01 Визуальные инфокоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет («знать»), сформированные дисциплиной)	УК-1 УК-2 ПК-3	Основные этапы развития информационного общества, этапы развития технических средств информационных ресурсов, виды профессиональной деятельности человека с использованием технических средств и информационных ресурсов Знает организацию баз данных и системах управления базами данных рекламного агентства. Основные понятия баз данных и систем управления базами данных. Знает о технических и программных средствах телекоммуникационных технологий и методах работы с ними, закономерности зрительного восприятия форм и пространства, свойства и закономерности восприятия, перспектива, изображение теней, основы композиции	50
Вопрос №2 Практическое задание (проверяет («уметь»), практические навыки сформированные дисциплиной)	УК-1 УК-2 ПК-3	Использует графические программы для создания иллюстраций Владеет навыками работы с поисковыми серверами Пользоваться текстовым редактором для выполнения основных операций по обработке текстовой информации; использовать информационно-поисковые системы для поиска создавать графические композиции в глобальных сетях; Владеет базовыми навыками компьютерной графики, создания мультимедиа презентации. Определяет технические требования к макетам рекламной полиграфической продукции Применяет технологии печати рекламной полиграфической продукции. Владеет способами организации визуальных систем Навыками работы с табличным процессором для обработки табличной информации и построения простейших табличных моделей	50