

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; методами 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 продвижению 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 медиа-планирование 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; методами 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 медиа-планирование 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)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: 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>Практические занятия/самостоятельная работа: 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>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: 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>Практические занятия/самостоятельная работа: 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>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: 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>Практические занятия/самостоятельная работа:</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<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>Лабораторная работа: -</p> <p>Тема 4: Основные понятия компьютерной графики 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>Практические занятия/самостоятельная работа: 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>Лабораторная работа: -</p> <p>Тема 5: Основы дизайна 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>Практические занятия/самостоятельная работа: 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>Лабораторная работа: -</p> <p>Тема 6: Допечатная подготовка Допечатная подготовка Технологии печати рекламной полиграфической продукции. Технические требования к макетам рекламной полиграфической продукции. Цветоделение</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Допечатная подготовка Технологии печати рекламной полиграфической продукции. Технические требования к макетам рекламной полиграфической продукции. Цветоделение.</p> <p>Лабораторная работа: -</p> <p>Курсовая работа: 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):	28	28

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 2023/2024 учебного года

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Лекционные занятия (Лек)	14	14
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	14	14
Самостоятельная работа студента (СР)	42	42
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	42	42
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
Контактная работа (КоР)	30	30
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	7	2
2	Технология создания и преобразования информационных объектов в рекламной и PR-деятельности	9	4	4	0	7	4
3	Телекоммуникационные технологии в решении задач рекламы и PR	9	2	2	0	7	4
4	Основные понятия компьютерной графики	9	2	2	0	7	2
5	Основы дизайна	9	2	2	0	7	4
6	Допечатная подготовка	9	2	2	0	7	2
Итого:			14	14	0	42	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., 2023 г. - 68 с. - ISBN 978-5-534-15010-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/cifrovye-marketingovye-kommunikacii-520372>

3. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНОГО ВИДЕО. Учебник и практикум для вузов / Трищенко Д. А. - Белгородский университет кооперации, экономики и права (г. Белгород)., 2023 г. - 177 с. - ISBN 978-5-534-11564-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnika-i-tehnologii-reklamnogo-video-518406>

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)., 2023 г. - 502 с. - ISBN 978-5-534-05261-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta-510974>

2. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ. Учебное пособие для вузов / Чефранов С. Д., 2023 г. - 134 с. - ISBN 978-5-534-13110-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologiya-proizvodstva-pechatnyh-i-elektronnyh-sredstv-informacii-teoreticheskie-osnovy-519517>

3. ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В МАРКЕТИНГЕ. Учебник для вузов / Душкина М. Р. - Московский государственный психолого-педагогический университет (г. Москва)., 2023 г. - 462 с. - ISBN 978-5-534-12811-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-518901>

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 : 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 : 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.naicon.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. it-world.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.it-world.ru>. - Текст: электронный

9. Connect: IT-технологии : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.connect-wit.ru/>. - Текст: электронный

10. Компьютерра : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.computerra.ru/>. - Текст: электронный

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

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

13. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской

Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

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

15. 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. 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, 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, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

4. 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

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.

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («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

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 2023/2024 учебного года

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №2 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), 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