



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.04.06 Информационные технологии в рекламной и PR-деятельности

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в социальной сфере
 Квалификация (степень): бакалавр
 Форма обучения: очно-заочная
 Институт: филологии
 Кафедра: философии и социальных наук

| | очная форма | очно-заочная форма | заочная форма |
|------------------|-------------|--------------------|---------------|
| Курс | | 1 | |
| Семестр/триместр | | 3 | |

| | | | |
|------------------------------------|--|-------------|--|
| Лекции | | | |
| Лабораторные занятия | | | |
| Практические (семинарские) занятия | | 8 | |
| Консультации | | | |
| Форма(ы) промежуточной аттестации | | Зачет – 0,2 | |
| Контроль | | | |
| Иные формы работы | | - | |
| Самостоятельная работа | | 63,8 | |

Всего часов: 72

Трудоемкость: 2 зачетные единицы

Разработчик рабочей программы:
доктор педагогических наук, доцент

А.Е. Крикунов

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: формирование способности решать стандартные задачи профессиональной рекламной и PR-деятельности на основе информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности.

Задачи изучения дисциплины:

- рассмотреть информационных технологий как одного из элементов обеспечения рекламных и PR-кампаний;
- дать характеристику комплексу программного обеспечения, используемого в рекламе и PR.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках базовой (обязательной) части блока Б1. Дисциплины (модули).

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

| Код компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|---|---|--|
| ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | Знать: – принципы работы современных информационных технологий и способы их использования для решения задач профессиональной деятельности | Знает современные технические средства и информационно - коммуникационные технологии, используемые в рекламной и PR-деятельности |
| | Уметь: – обоснованно выбирать современные информационные технологии и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | Умеет использовать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение в рекламной и PR-деятельности |
| | Владеть: – навыками работы с современными информационными технологиями, способами их использования для решения задач профессиональной деятельности | Владеет программным обеспечением, используемым в рекламной и PR-деятельности |

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Очная форма обучения (не реализуется)

Очно-заочная форма обучения

| № п/п | Наименование разделов и тем | Всего | Аудиторные занятия | | | Сам. раб. |
|----------|---|-------------|--------------------|----------|----|--------------|
| | | | ЛК | ПЗ | ЛБ | |
| 1. | Раздел 1. Информация в рекламной и PR-деятельности | 36 | | 4 | | 32 |
| 2. | Информация и информационное общество | 18 | | 2 | | 16 |
| 3. | Программное обеспечение информационных технологий | 18 | | 2 | | 16 |
| 4. | Раздел 2. Компьютерная графика и мультимедийные технологии | 35,8 | | 4 | | 31,8 |
| 5. | Тема 3. Компьютерная графика в рекламе | 18 | | 2 | | 16 |
| 6. | Тема 4. Мультимедийные технологии в рекламе | 17,8 | | 2 | | 15,8 |
| 7. | Зачет | 0,2 | | | | |
| 8. | <i>Итого за 3 триместр</i> | <i>0,2</i> | | 8 | | <i>63,8</i> |
| 9. | ИТОГО: | 72 | | 8 | | 63,8 |

Заочная форма обучения (не реализуется)

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы (в тестовой форме), реферата.

Примеры тестовых заданий для контрольной работы

1. Третья информационная революция была вызвана появлением ...

- а) книгопечатания;
- б) телефона, телеграфа и радио;
- в) микропроцессорной техники;
- г) систем искусственного интеллекта.

2. Информация делится на структурированную и неструктурированную по ...

- а) наличию взаимосвязей;

- б) сфере применения;
- в) форме представления;
- г) доступности.

3. Характеристика (свойство) информации, указывающая на необходимость введения ограничений на круг субъектов, имеющих доступ к данной информации – это ее ...

- а) защищенность;
- б) простота;
- в) адекватность;
- г) конфиденциальность.

4. Общество, в котором сфера услуг имеет приоритетное развитие и превалирует над объемом промышленного производства и производства сельскохозяйственной продукции, называют ...

- а) промышленным;
- б) интеллектуальным;
- в) постиндустриальным;
- г) деклассированным.

5. Систему можно представить в виде комплекса самостоятельных подсистем – это свойство ...

- а) делимости;
- б) целостности;
- в) конформности;
- г) логичности.

6. Совокупность программных продуктов, предоставляющих пользователю дополнительные услуги в работе с компьютером и расширяющих возможности операционных систем, называется ...

- а) многозадачным ПО;
- б) сервисным ПО;
- в) дополнительным ПО;
- г) базовым ПО.

7. Текстовые и графические редакторы, издательские системы относятся к ...

- а) базовому ПО;
- б) прикладному ПО;
- в) методо-ориентированному ПО.

8. Современный термин «презентация» происходит от латинского слова, означающего ...

- а) передаю, вручаю;
- б) изготавливаю, делаю;

- в) рисую, пишу;
- г) стираю, очищаю.

9. Наиболее известной программой для создания мультимедийных презентаций сегодня является ...

- а) InDesign;
- б) Word;
- в) PowerPoint;
- г) Illustrator.

10. Хроматической моделью не является...

- а) RGB;
- б) CMYK;
- в) SDK;
- г) HSB.

11. Растровым форматом не является ...

- а) tiff;
- б) ai;
- в) bmp;
- г) psd.

12. Интенсивность определенного тона, то есть степень визуального отличия хроматического цвета от равного по светлоте ахроматического (серого) цвета – это ...

- а) яркость;
- б) тон;
- в) резкость;
- г) насыщенность.

| № | Ответ | № | Ответ |
|----|-------|-----|-------|
| 1. | б | 7. | б |
| 2. | а | 8. | а |
| 3. | г | 9. | в |
| 4. | в | 10. | в |
| 5. | а | 11. | б |
| 6. | б | 12. | г |

Примерные темы рефератов

1. Информация и ее свойства.
2. Понятие, функции и виды информации в рекламе.

3. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности. Содержание и функции информации в рекламе.
4. Современные организационные формы и технические средства информационного обеспечения рекламы.
5. Использование информационных технологий для обеспечения рекламной деятельности.
6. Основные данные по аппаратному составу и прикладному программному обеспечению современного рабочего места для рекламной работы.
7. Локальные вычислительные сети. Развитие локальных сетей, основные особенности их функционирования, их возможности по обеспечению совместной работы и внутрифирменной рекламной деятельности.
8. Общие сведения о системе создания публикаций MicrosoftPublisher
9. Программы подготовки электронных презентаций.
10. Применение компьютерной графики в рекламной деятельности.
11. Векторная графика. Объекты, их атрибуты
12. Векторная графика, её достоинства и недостатки
13. Растровая графика. Пиксели
14. Достоинства и недостатки растровой графики
15. Компьютерные сети.
16. Глобальная информационная сеть Internet.
17. Области применения Internet в рекламе.
18. Аудитория потребителей Internet-рекламы в России
19. Реклама в телеконференциях.
20. Рекламные носители в Internet
21. Реклама в текстовых блоках. Таргетинг рекламы в Internet.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета с использованием перечня вопросов к зачету.

Примерные вопросы к зачету (3 триместр, очно-заочная форма обучения)

1. Виды и свойства информации.
2. Информационные процессы и информационное общество.
3. Информация и информационные методы в рекламе.
4. Общие сведения о применении информационных технологий в рекламной деятельности.
5. Базовое программное обеспечение.
6. Прикладное программное обеспечение.
7. Понятие, задачи и области применения компьютерной графики.
8. Виды компьютерной графики.
9. Ахроматические модели.
10. Хроматические модели.

11. Основные типы растровых изображений.
12. Принципы представления изображения в памяти компьютера.
13. Форматы графических файлов и методы сжатия данных.
14. Критерии выбора формата хранения графических данных.
15. Методы сжатия.
16. Форматы графических файлов.
17. Растровые форматы графических файлов.
18. Векторные форматы графических файлов.
19. Универсальные форматы графических файлов.
20. Разрешение и размеры изображения. Расчет необходимых значений разрешения.
21. Разрешающая способность устройств вывода.
22. Понятие, структура и функции презентации.
23. Структура мультимедийной презентации.
24. Виды электронных презентаций.
25. Программно-технические средства презентаций.
26. Основы анимации в презентациях.
27. Основы цифрового видео.
28. Кодирование звука.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Хныкина, А.Г. Информационные технологии: учебное пособие / А.Г. Хныкина, Т.В. Минкина. – Ставрополь: Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2017. – 126 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494703> (дата обращения: 11.05.2020).
2. Кравченко, Ю.А. Информационные и программные технологии : учебное пособие / Ю.А. Кравченко, Э.В. Кулиев, В.В. Марков. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2017. – Ч. 1. Информационные технологии. – 113 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499727> (дата обращения: 11.05.2020).

4.2. Дополнительная литература

1. Матвеева, Л.Г. Маркетинговые информационные системы: учебное пособие / Л.Г. Матвеева, А.Ю. Никитаева, О.А. Чернова. – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2015. – 224 с. – URL:

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| № пп | Ссылка на информационный ресурс | Наименование разработки в электронной форме | Доступность |
|-----------------|---|---|--------------------|
| 1. | http://www.advertology.ru | Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе», посвященный в первую очередь рекламе, а также маркетингу и PR. Статьи доступны всем посетителям и, по преимуществу, касаются практических вопросов. | Свободный доступ |
| 2. | http://www.marketer.ru | Сайт «Маркетер» – подборка информационных и аналитических материалов по вопросам рекламы и маркетинга в Интернете. Содержит более 2 тысяч статей. Также на сайте функционируют форумы. | Свободный доступ |
| 3. | https://www.sostav.ru | Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе и PR | Свободный доступ |

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

| | | | |
|----|---|--|--|
| 1. | http://www.biblioclub.ru | Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн | Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет |
| 2. | www.garant.ru | Информационно-правовой портал | Свободный доступ |
| 3. | www.elibrary.ru | Российский информационный портал в области науки, | Свободный доступ |

| | | | |
|----|--|--|------------------|
| | | технологии, медицины и образования | |
| 4. | www.consultant.ru | Российская компьютерная справочно-правовая система | Свободный доступ |

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.