

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ващенко Андрей Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 11.01.2021 16:14:17

Уникальный программный ключ:

51187754f94e37d00c9236cc9eaf21a22f0a3b731acd32879ec947ce3c66589d

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Волгоградский институт бизнеса»



## Рабочая программа учебной дисциплины

Компьютерные технологии в рекламе

(Наименование дисциплины)

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) «Общий»

(Направление подготовки / Профиль)

Бакалавр

(Квалификация)

Прикладной бакалавр

(Вид)

Кафедра разработчик

Экономики и управления

Год набора

2016, 2017, 2018

Вид учебной деятельности	Трудоемкость (объем) дисциплины					
	Очная форма	Очно-заочная форма		Заочная форма		
		д	в	св	з	сз
Зачетные единицы	3			3	3	3
Общее количество часов	108			108	108	108
Аудиторные часы контактной работы обучающегося с преподавателями:	36			10	10	10
– Лекционные (Л)						
– Практические (ПЗ)						
– Лабораторные (ЛЗ)	36			10	10	10
– Семинарские (СЗ)						
Самостоятельная работа обучающихся (СРО)	36			89	89	89
К (Р-Г) Р (П) (+;-)						
Тестирование (+;-)						
ДКР (+;-)						
Зачет (+;-)						
Зачет с оценкой (+;- (Кол-во часов))						
Экзамен (+;- (Кол-во часов))	+ (36)			+ (9)	+ (9)	+ (9)

Волгоград 2020

## Содержание

Раздел 1. Организационно-методический раздел .....	3
Раздел 2. Тематический план .....	5
Раздел 3. Содержание дисциплины .....	6
Раздел 4. Организация самостоятельной работы обучающихся.....	10
Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся.....	12
Раздел 6. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....	16
Раздел 7. Материально-техническая база и информационные технологии.....	18
Раздел 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	20

## Раздел 1. Организационно-методический раздел

### 1.1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Компьютерные технологии в рекламе» входит в «вариативную» часть дисциплин подготовки обучающихся по направлению подготовки «43.03.01 Сервис», направленность (профиль) «Общий».

Целью дисциплины является формирование компетенций (в соответствии с ФГОС ВО и требованиями к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО)):

#### **общепрофессиональных**

– «способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса» (ОПК-1)

#### **профессиональных**

– «готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса» (ПК-2)

– «готовностью внедрять и использовать современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности» (ПК-7)

– «готовностью к осуществлению контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов» (ПК-12)

Перечисленные компетенции формируются в процессе достижения результатов обучения (РО):

#### **Обучающийся должен знать:**

##### **на уровне представлений:**

– о видах графической информации как объекте автоматизированной обработки (1)

– основные графические и звуковые форматы, способы их взаимного преобразования (2)

– об основных современных направлениях в области эстетики и дизайна (3)

##### **на уровне воспроизведения:**

– современные аппаратные средства компьютерной графики и мультимедийных технологий (4)

– структуру и назначение программного обеспечения: пакетов прикладных программ по рекламе (5)

##### **на уровне понимания:**

– современные сетевые технологии и пути их применения в рекламе (6)

– роль специалиста сервиса на всех стадиях автоматизированной подготовки

рекламной продукции (7)

– технологии и методы обработки растровой и векторной графической информации (8)

– технологии и методы обработки речевой и музыкальной аудиоинформации (9)

**Обучающийся должен уметь:**

– работать с различной графической и звуковой информацией (10)

– производить обработку графической и аудиовизуальной информации с помощью современных прикладных программ (11)

– работать в локальных и глобальных компьютерных сетях (12)

– разрабатывать макеты рекламных продуктов (13)

– осуществлять ввод, хранение, редактирование и копирование графических и звуковых данных в информационных базах (14)

**Обучающийся должен владеть:**

– опытом работы с различными современными программными средствами обработки мультимедийной информации (15)

– навыком использования дополнительных подключаемых модулей программных систем (16)

– опытом использования информационных технологий для решения задач будущей профессиональной деятельности (17)

## 1.2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО направления подготовки «43.03.01 Сервис», направленность (профиль) «Общий»

№	Предшествующие дисциплины (дисциплины, изучаемые параллельно)	Последующие дисциплины
1	2	3
1	Основы графической информации	
2	Информационные технологии в сервисе	
3	Интернет-технологии в сервисе	
4	Компьютерная графика и веб-дизайн	
5	Информационные технологии управления	

*Последовательность формирования компетенций в указанных дисциплинах может быть изменена в зависимости от формы и срока обучения, а также преподавания с использованием дистанционных технологий обучения.*

## 1.3. Нормативная документация

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основе:

– Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «43.03.01 Сервис»;

– Учебного плана направления подготовки «43.03.01 Сервис», направленность (профиль) «Общий» 2016, 2017, 2018 года набора;

– Образца рабочей программы учебной дисциплины (приказ № 185-О от 31.08.2017 г.).

## Раздел 2. Тематический план

### Очная форма обучения (полный срок)

№	Тема дисциплины	Трудоемкость				Результаты обучения
		Всего	Аудиторные занятия		СРО	
			Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и значение использования	4		2	2	1, 2, 10, 12
2	Аппаратные средства ПК для обработки информации в рекламе	4			4	4, 6
3	Программное обеспечение компьютерных рекламных технологий	8		4	4	5, 6, 9, 11, 15
4	Компьютерная графика в рекламе	12		8	4	7, 8, 12, 15, 17
5	Системы мультимедиа, компьютерная обработка аудиовизуальных материалов в рекламе	8		4	4	7, 14, 17
6	Применение компьютерных технологий в полиграфии и наружной рекламе	16		8	8	7, 13, 16, 17
7	Компьютерные технологии в телевизионной рекламе	8		4	4	7, 9, 17
8	Web-дизайн и реклама	12		6	6	3, 7, 17
<b>Вид промежуточной аттестации (Экзамен)</b>		<b>36</b>				
<b>Итого</b>		<b>108</b>		<b>36</b>	<b>36</b>	

### Заочная форма обучения (полный срок, на базе СПО, на базе ВО)

№	Тема дисциплины	Трудоемкость				Результаты обучения
		Всего	Аудиторные занятия		СРО	
			Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и значение использования	14		2	12	1, 2, 10, 12
2	Аппаратные средства ПК для обработки информации в рекламе	12			12	4, 6
3	Программное обеспечение компьютерных рекламных технологий	12			12	5, 6, 9, 11, 15
4	Компьютерная графика в рекламе	12			12	7, 8, 12, 15, 17
5	Системы мультимедиа, компьютерная обработка аудиовизуальных материалов в рекламе	13		2	11	7, 14, 17
6	Применение компьютерных технологий в полиграфии и наружной рекламе	12		2	10	7, 13, 16, 17
7	Компьютерные технологии в телевизионной рекламе	12		2	10	7, 9, 17
8	Web-дизайн и реклама	12		2	10	3, 7, 17
<b>Вид промежуточной аттестации (Экзамен)</b>		<b>9</b>				
<b>Итого</b>		<b>108</b>		<b>10</b>	<b>89</b>	

## **Раздел 3. Содержание дисциплины**

### **3.1. Содержание дисциплины**

#### **Тема 1. Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и значение использования**

Основные термины и определения компьютерных технологий в рекламе. Роль компьютерных технологий в различных типах рекламы. Компьютер - как основной инструмент подготовки рекламной продукции. Компьютерные технологии в рекламных исследованиях, в планировании рекламной кампании, в содержании рекламной продукции и оценке эффективности рекламной деятельности. Информация в рекламе. Понятие, виды и функции информации в рекламе. Информационная база рекламных исследований. Перспективы рекламной деятельности в связи с развитием компьютерных технологий и периферийной техники.

#### **Тема 2. Аппаратные средства ПК для обработки информации в рекламе**

Обзор и классификация технических средств компьютерной графики, анимации, аудио и видеомонтажа. Необходимый состав компьютерного аппаратного обеспечения рекламной деятельности. Графические мониторы. Графические адаптеры. Принтеры. Сканеры и копиры. Плоттеры. Web-камеры. Графические устройства захвата и монтажа видеоизображений. Ревербераторы. Микширные пульты.

#### **Тема 3. Программное обеспечение компьютерных рекламных технологий**

Классификация программных приложений в области подготовки рекламы. Редакторы, базы данных, электронные таблицы, средства подготовки электронных презентаций и изданий. Системы автоматизированного проектирования. Автоматизированные системы обработки данных, их возможности при решении задач рекламы. Составные документы. Интеграция приложений. Пакеты прикладных программ по медиапланированию.

#### **Тема 4. Компьютерная графика в рекламе**

Основы теории цвета. Свойства цвета. Цветовые модели. Палитры, индексированный цвет. Понятие о цветоделении и разнице технологий цветной "принтерной" и типографской печати. Проблемы отображения цветовой палитры в печатной рекламе. Разница систем цветообразования (RGB, CMYK) и решение проблем в процессе изготовления с их помощью макетов для цветной печатной рекламы. Наиболее распространённые в производстве рекламной продукции форматы: их типы (пиксельные, сплайновые, векторные), возможности их взаимодействия в различных в различных программах и приложениях. Понятие растровой и векторной графики и их использование в рекламе. Основные этапы обработки графических изображений для рекламы. 2D и 3D моделирование в рекламе. Примеры применения приложений компьютерной графики в области

рекламы.

#### **Тема 5. Системы мультимедиа, компьютерная обработка аудиовизуальных материалов в рекламе**

Системы мультимедиа, компьютерная обработка аудио- (звук, речь, музыка) и видеоданных, анимация, мультипликация. Обзор мультимедийных компьютерных приложений, применяемых в рекламе. Компрессия в пиксельных и AVI форматах: её назначение, достоинства и недостатки. Компьютерные технологии в процессе обработки звука. Звуковые форматы и возможности их взаимодействия. Компрессия звука. Sound-библиотеки и их использование в рекламной деятельности.

#### **Тема 6. Применение компьютерных технологий в полиграфии и наружной рекламе**

Основные виды наружной рекламы. Наиболее распространённые компьютерные технологии подготовки рекламных материалов. Понятие пиксел, растр в "принтерной" печати, растр в типографской печати, растр в наружной полноцветной печати, растровый процессор (RIP) и технология печати полноцветной наружной рекламы. Понятие "сплайн" и технология "резки" в наружной рекламе.

#### **Тема 7. Компьютерные технологии в телевизионной рекламе**

Компьютер в TV-рекламе. TV-системы (PAL, SEKAM, NTSC). Их особенности в цветопередаче изображений, скорости и технологии передачи изображений, проблемы совмещения компьютерной TV-технологии с видеоизображением. Понятие "поля" в видеоизображении. Порядок смены полей в различных системах. Основные типы компрессии TV изображений, применяемых при компьютерной обработке изображений. Применение аудиовизуальных эффектов в телевизионной рекламе.

#### **Тема 8. Web-дизайн и реклама**

Основные понятия и определения Web-дизайна. Структура web-документа. Стилизация, принципы организации Web-документов. Реклама в Web. Основы дизайна Web-страниц. Использование цвета в Web. Мультимедиа в Web. Обзор возможностей компьютерных приложений при создании и размещения рекламы в глобальных информационных сетях.

### 3.2. Содержание практического блока дисциплины

#### Очная форма обучения (полный срок)

№	Тема практического (семинарского, лабораторного) занятия
1	2
<b>Тема 1. Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и значение использования</b>	
ЛЗ 1	Анализ образцов наружной и полиграфической рекламы
<b>Тема 3. Программное обеспечение компьютерных рекламных технологий</b>	
ЛЗ 2	Приемы создания логотипов. Создание статичных текстовых логотипов средствами MS Word
ЛЗ 3	Объект WordArt. создание динамичных двумерных рекламных объектов средствами программы PowerPoint. Создание презентации
<b>Тема 4. Компьютерная графика в рекламе</b>	
ЛЗ 4	Планирование и создание рекламного макета с использование приложения Adobe Photoshop. Настройка основных параметров приложений
ЛЗ 5	Планирование и создание рекламного макета с использование приложения Adobe Photoshop. Работа со слоями и стилями в приложении
ЛЗ 6	Планирование и создание рекламного макета с использование приложения Adobe Photoshop. Работа с инструментами рисования и ретуширования
ЛЗ 7	Планирование и создание рекламного макета с использование приложения Adobe Photoshop. Коррекция фотографических изображений
<b>Тема 5. Системы мультимедиа, компьютерная обработка аудиовизуальных материалов в рекламе</b>	
ЛЗ 8	Приемы создания скринкастов
ЛЗ 9	Планирование и создание рекламного скринкаста. Обработка аудиоматериалов
<b>Тема 6. Применение компьютерных технологий в полиграфии и наружной рекламе</b>	
ЛЗ 10	Анализ и создание рекламных текстов. НЛП. Триузм
ЛЗ 11	Креатив. Стимулирование творческого процесса
ЛЗ 12	Создание объемных анимированных логотипов и рекламы в приложении 3d StudioMax. Создание логотипа
ЛЗ 13	Создание объемных анимированных логотипов и рекламы в приложении 3d StudioMax. Создание рекламной надписи
<b>Тема 7. Компьютерные технологии в телевизионной рекламе</b>	
ЛЗ 14	Рекламная кампания
ЛЗ 15	Моделирование структуры рекламного агентства
<b>Тема 8. Web-дизайн и реклама</b>	
ЛЗ 16	Создание рекламных Web-станций средствами приложений MS OFFICE. MS Word
ЛЗ 17	Создание рекламных Web-станций средствами приложений MS OFFICE. Front Page
ЛЗ 18	Создание «своего» сайта средствами Front Page

#### Заочная форма обучения (полный срок, на базе СПО, на базе ВО)

№	Тема практического (семинарского, лабораторного) занятия
1	2
<b>Тема 1. Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и значение использования</b>	
ЛЗ 1	Анализ образцов наружной и полиграфической рекламы
<b>Тема 5. Системы мультимедиа, компьютерная обработка аудиовизуальных материалов в рекламе</b>	
ЛЗ 2	Приемы создания скринкастов
<b>Тема 6. Применение компьютерных технологий в полиграфии и наружной рекламе</b>	
ЛЗ 3	Анализ и создание рекламных текстов. НЛП. Триузм
<b>Тема 7. Компьютерные технологии в телевизионной рекламе</b>	
ЛЗ 4	Рекламная кампания
<b>Тема 8. Web-дизайн и реклама</b>	
ЛЗ 5	Создание рекламных Web-станций средствами приложений MS OFFICE. Front Page



### 3.3. Образовательные технологии

#### Очная форма обучения (полный срок)

№	Тема занятия	Вид учебного занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	% учебного времени
1	2	3	4	5
1	Программное обеспечение компьютерных рекламных технологий	ЛЗ	Кейс-метод	60
2	Применение компьютерных технологий в полиграфии и наружной рекламе	ЛЗ	Метод проектов	60
3	Применение компьютерных технологий в полиграфии и наружной рекламе	ЛЗ	Метод проектов	60
4	Компьютерные технологии в телевизионной рекламе	Л	Метод проектов	60
5	Компьютерные технологии в телевизионной рекламе	ЛЗ	Метод проектов	60
6	Компьютерные технологии в телевизионной рекламе	ЛЗ	Метод проектов	60
7	Web-дизайн и реклама	ЛЗ	Метод проектов	60
<b>Итого</b>				<b>23,3%</b>

#### Заочная форма обучения (полный срок, на базе СПО, на базе ВО)

№	Тема занятия	Вид учебного занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	% учебного времени
1	2	3	4	5
1	Применение компьютерных технологий в полиграфии и наружной рекламе	ЛЗ	Метод проектов	60
2	Компьютерные технологии в телевизионной рекламе	ЛЗ	Метод проектов	60
<b>Итого</b>				<b>24%</b>

## Раздел 4. Организация самостоятельной работы обучающихся

### 4.1. Организация самостоятельной работы обучающихся

№	Тема дисциплины	№ вопросов	№ рекомендуемой литературы
1	2	3	4
1	Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и значение использования	1-2	1,5
2	Аппаратные средства ПК для обработки информации в рекламе	3-4	1,2,5
3	Программное обеспечение компьютерных рекламных технологий	5-7	2,4,5
4	Компьютерная графика в рекламе.	8-9	3,4,5,6
5	Системы мультимедиа, компьютерная обработка аудиовизуальных материалов в рекламе	10-11	1
6	Применение компьютерных технологий в полиграфии и наружной рекламе	12-13	4,6
7	Компьютерные технологии в телевизионной рекламе.	14-22	1,3,4,5,6
8	Web-дизайн и реклама	23-24	1,2,3,4,6

#### Перечень вопросов, выносимых на самостоятельную работу обучающихся

1. Информация и её свойства. Понятие, виды и функции информации в рекламе.
2. Внешняя и внутренняя информация. Первичная и вторичная информация. Виды информации, содержащейся в рекламе.
3. Система маркетинговой информации.
4. Информационная база рекламных исследований.
5. Информационные системы и технологии рекламной деятельности. Определение информационной системы и технологии.
6. Информационные системы и технологии рекламной деятельности. Классификация информационных систем.
7. Информационные системы и технологии рекламной деятельности. Классификация информационных технологий.
8. Локальные компьютерные сети. Глобальная информационная сеть Internet. Адресация в Internet. Сети Intranet. Особенности рекламы в Internet.
9. Состояние рынка электронной коммерции и Internet-рекламы. Реклама в списках рассылки и телеконференциях. Рекламные носители в Internet.
10. Постановка задач, необходимый состав информации и алгоритмы решения задач рекламы.
11. Применение информационных технологий в рекламной деятельности.
12. Автоматизированные системы обработки данных. Функциональная архитектура автоматизированных систем обработки данных.
13. НЛП в рекламе как метод воздействия на потребителя.
14. Оценка эффективности рекламной кампании.
15. Планирование рекламных кампаний.
16. Управление персоналом в рекламном бизнесе.
17. Контроль рекламной деятельности.
18. Координация рекламной деятельности.
19. Мотивация рекламной деятельности.
20. Организация рекламной деятельности.

21. Планирование рекламной деятельности.
22. Управление отношениями субъектов рекламного рынка.
23. Web-сайт компании.
24. Методы продвижения сайта в Internet.

#### **4.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа обучающихся обеспечивается следующими учебно-методическими материалами:

1. Указаниями в рабочей программе по дисциплине (п.4.1.)
2. Лекционные материалы в составе УМК по дисциплине
3. Заданиями и методическими рекомендациями по организации самостоятельной работы обучающихся в составе УМК по дисциплине.
4. Глоссарием по дисциплине в составе УМК.

## Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся

Фонд оценочных средств по дисциплине представляет собой совокупность контролируемых материалов предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов образовательной программы. ФОС по дисциплине используется при проведении оперативного контроля и промежуточной аттестации обучающихся. Требования к структуре и содержанию ФОС дисциплины регламентируются Положением о фонде оценочных материалов по программам высшего образования – программам бакалавриата, магистратуры.

### 5.1. Паспорт фонда оценочных средств

#### Очная форма обучения (полный срок)

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства			Результаты обучения
		Л	ПЗ (ПЗ, СЗ)	СРО	
1	2	3	4	5	6
1	Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и значение использования		ПРВ	АСТ	1, 2, 10, 12
2	Аппаратные средства ПК для обработки информации в рекламе			АСТ	4, 6
3	Программное обеспечение компьютерных рекламных технологий		КМ	АСТ	5, 6, 9, 11, 15
4	Компьютерная графика в рекламе		ПРВ	АСТ	7, 8, 12, 15, 17
5	Системы мультимедиа, компьютерная обработка аудиовизуальных материалов в рекламе		ПРВ	АСТ	7, 14, 17
6	Применение компьютерных технологий в полиграфии и наружной рекламе		МП	АСТ	7, 13, 16, 17
7	Компьютерные технологии в телевизионной рекламе		МП	АСТ	7, 9, 17
8	Web-дизайн и реклама		МП	АСТ	3, 7, 17

#### Заочная форма обучения (полный срок, на базе СПО, на базе ВО)

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства			Результаты обучения
		Л	ПЗ (ПЗ, СЗ)	СРО	
1	2	3	4	5	6
1	Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и значение использования		ПРВ	АСТ	1, 2, 10, 12
2	Аппаратные средства ПК для обработки информации в рекламе			АСТ	4, 6
3	Программное обеспечение компьютерных рекламных технологий			АСТ	5, 6, 9, 11, 15
4	Компьютерная графика в рекламе			АСТ	7, 8, 12, 15, 17
5	Системы мультимедиа, компьютерная обработка аудиовизуальных материалов в рекламе		ПРВ	АСТ	7, 14, 17
6	Применение компьютерных технологий в полиграфии и наружной рекламе		МП	АСТ	7, 13, 16, 17
7	Компьютерные технологии в телевизионной рекламе		МП	АСТ	7, 9, 17
8	Web-дизайн и реклама		ПРВ	АСТ	3, 7, 17

**Условные обозначения оценочных средств (Столбцы 3, 4, 5):**

*АСТ* – тестирование компьютерное;

*ПРВ* – проверка рефератов, отчетов, конспектов, графического материала, решений заданий, выполненных заданий в электронном виде и т.д.;

*КМ* – Кейс-метод;

*МП* – Метод проектов.

**5.2. Тематика письменных работ обучающихся**

***Научно-исследовательские работы:***

1. Информационная база рекламных исследований. Перспективы рекламной деятельности в связи с развитием компьютерных технологий и периферийной техники;
2. Графические устройства захвата и монтажа видеоизображений. Ревербераторы. Микшерные пульта;
3. Пакеты прикладных программ по медиапланированию;
4. Графические устройства захвата и монтажа видеоизображений;
5. Компьютерные технологии в процессе обработки звука;
6. Понятие "сплайн" и технология "резки" в наружной рекламе;
7. Применение аудиовизуальных эффектов в телевизионной рекламе.
8. Обзор возможностей компьютерных приложений в области создания и размещения рекламы в глобальных информационных сетях.
9. Современные информационные технологии в рекламе.
10. Исследование рекламной аудитории: способы проведения и методы обработки результатов.
11. Возможности современных компьютерных технологий по повышению эффективности рекламы. Оценка эффективности.
12. Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности.
13. Использование технологий баз данных в рекламе.
14. Информационные хранилища и интеллектуальный анализ данных в рекламе.
15. Локальные компьютерные сети и сети intranet как основа внутрикорпоративной рекламной деятельности.
16. Использование в рекламной практике технологий глобальных компьютерных сетей.
17. Рекламные возможности сети Интернет.
18. Реклама по e-mail и в телеконференциях: основные возможности.
19. Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании.
20. Использование возможностей Web-сайта для ведения рекламной деятельности.
21. Реклама в электронной коммерции.
22. Баннерная реклама в сети Интернет.
23. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги.
24. Сети баннерного обмена (banner exchange services).

### 5.3. Перечень вопросов промежуточной аттестации по дисциплине

#### Вопросы к экзамену

1. Аддитивные и субтрактивные цвета в компьютерной графике.
2. Алгоритмы отрисовки простейших геометрических фигур. Геометрические преобразования.
3. Архитектура современных вычислительных систем.
4. Базы данных и современный рекламный рынок.
5. Ввод графических изображений в ПК. Основные технологии.
6. Векторная компьютерная графика.
7. Выборка изображений.
8. Гипертекстовая технология WWW, URL, HTML.
9. Графические пользовательские интерфейсы.
10. Графические рабочие станции. Применение в рекламе.
11. Двумерные геометрические преобразования в КГ.
12. Двухмерная и трехмерная компьютерная графика.
13. Дизайн web-страниц. Использование цвета в Web. Мультимедиа в Web.
14. Индексированные цвета.
15. Информация в рекламе. Понятие, виды и функции информации в рекламе. Информационная база рекламных исследований.
16. Классификация программных приложений в области рекламы.
17. Компьютерная мультипликация и анимация в рекламе. Обзор технологий и компьютерных приложений.
18. Компьютерные технологии в рекламных исследованиях, в планировании рекламной кампании, в содержании рекламной продукции и оценке эффективности рекламной деятельности.
19. Локальные и глобальные компьютерные сети. Применение сетевых технологий в рекламе.
20. Масштабирование изображений.
21. Модели цветов HSB, HSL.
22. Модель цветов CMYK. Применение в индустрии печатной рекламы.
23. Модель цветов RGB.
24. Основные характеристики мониторов.
25. Пакеты прикладных программ по медиапланированию.
26. Печать графических изображений. Технологии печати рекламных документов.
27. Понятие цвета в компьютерной графике.
28. Растровая компьютерная графика.
29. Реклама в Web. Баннеры и рекламные сайты.
30. Роль компьютерной графики в рекламе.
31. Роль современных информационных технологий в рекламе.
32. Сканеры. Их применение при подготовке рекламной продукции.
33. Совместно используемые (сетевые) ресурсы в области рекламы.
34. Структура web-документа. Стилизация, принципы организации web-документов.

35. Технология построения распределенных средств передачи информации клиент/сервер.
36. Трехмерные геометрические преобразования в КГ.
37. Форматы хранения графических изображений.
38. Характеристика программного обеспечения для создания бизнес-планов, презентационного сопровождения рекламной деятельности, построения рекламных приложений мультимедиа, рекламной и маркетинговой деятельности.
39. Цвет в компьютерной графике.
40. Эволюция видеоподсистем компьютера.

## **Раздел 6. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **6.1. Основная литература**

1. Молочков В.П. Работа в CorelDRAW X5 [Электронный ресурс]/ Молочков В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016.— 176 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39563>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Ларина Э.С. Создание интерактивных приложений в Adobe Flash [Электронный ресурс]/ Ларина Э.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016.— 191 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39568>.— ЭБС «IPRbooks».
3. Божко А.Н. Цифровой монтаж в Adobe Photoshop CS [Электронный ресурс]/ Божко А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016.— 351 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39573>.— ЭБС «IPRbooks».

### **6.2. Дополнительная литература**

4. Трошина Г.В. Моделирование сложных поверхностей [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Трошина Г.В.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2015.— 91 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44965>.— ЭБС «IPRbooks».
5. Забелин Л.Ю. Основы компьютерной графики и технологии трехмерного моделирования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Забелин Л.Ю., Конюкова О.Л., Диль О.В.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015.— 259 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54792>.— ЭБС «IPRbooks».
6. Забелин Л.Ю. Основы компьютерной графики и технологии трехмерного моделирования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Забелин Л.Ю., Конюкова О.Л., Диль О.В.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015.— 259 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54792>.— ЭБС «IPRbooks».

### **6.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

7. Компьютерная графика электронная библиотека - <http://iboo.ru/comr-multimedia.htm>
8. Лекции по компьютерной графике <http://www.marstu.mari.ru:8101/mmlab/home/kg/>
9. Библиотека различных алгоритмов, в том числе и по компьютерной графике <http://algolist.manual.ru/>



10. Курс лекций Московского государственного университета  
<http://graphics.cs.msu.ru/courses/cg2000b/lectures.htm>
11. Введение в компьютерную графику. Курс ВМиК МГУ  
<http://graphics.cs.msu.ru/courses/cg02b/library/index.html>
12. Курс компьютерной графики Новосибирского Государственного  
Технического Университета (НГТУ) [http://ermak.cs.nstu.ru/kg\\_rivs/](http://ermak.cs.nstu.ru/kg_rivs/)
13. Изучаем Flash <http://www.flashteacher.ru/>
14. Клуб "Флэшеров" <http://www.flasher.ru/forum/>
15. FlashKit <http://www.flashkit.com/>
16. Анатомия Adobe PhotoShop ([www.psd.ru](http://www.psd.ru))
17. Photoshop tutorials <http://photoshop.demiart.ru/>
18. Различные эффекты в Photoshop <http://1ps.ru/photoshop/>
19. Школа Photoshop <http://www.photoshopschool.ru/>

## **Раздел 7. Материально-техническая база и информационные технологии**

**Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине:**

Материально-техническое обеспечение дисциплины «Компьютерные технологии в дизайне» включает в себя учебные аудитории для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы обучающихся.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет.

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных технологий обучения. Специфика реализации дисциплины с применением дистанционных технологий обучения устанавливается дополнением к рабочей программе. В части не противоречащей специфике, изложенной в дополнении к программе, применяется настоящая рабочая программа.

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине с применением дистанционных образовательных технологий включает в себя:

Компьютерная техника, расположенная в учебном корпусе Института (ул. Качинцев, 63, кабинет Центра дистанционного обучения):

1. Intel i 3 3.4Ghz\ОЗУ 4Gb\500GB\RadeonHD5450
2. Intel PENTIUM 2.9GHz\ОЗУ 4GB\500GB
3. личные электронные устройства (компьютеры, ноутбуки, планшеты и иное), а также средства связи преподавателей и студентов.

Информационные технологии, необходимые для осуществления образовательного процесса по дисциплине с применением дистанционных образовательных технологий включают в себя:

- система дистанционного обучения (СДО) (Learning Management System) (LMS) Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment);
- электронная почта;
- система компьютерного тестирования АСТ-тест;
- электронная библиотека IPRbooks;
- система интернет-связи skype;
- телефонная связь;
- система потоковой видеотрансляции семинара с интерактивной связью в форме чата (вебинар).

Обучение обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется посредством применения специальных технических средств в зависимости от вида нозологии.

При проведении учебных занятий по дисциплине используются мультимедийные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся.

Лекционные аудитории оборудованы мультимедийными кафедрами, подключенными к звуковым колонкам, позволяющими усилить звук для категории слабослышащих обучающихся, а также проекционными экранами которые увеличивают изображение в несколько раз и позволяют воспринимать учебную информацию обучающимся с нарушениями зрения.

При обучении лиц с нарушениями слуха используется усилитель слуха для слабослышащих людей Super Ear модель НАР-40, помогающий обучаемым лучше воспринимать учебную информацию.

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами (программы, учебники, учебные пособия, материалы для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

**для лиц с нарушениями зрения:**

- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла;

**для лиц с нарушениями слуха:**

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;

**для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:**

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

## **Раздел 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Для успешного усвоения материала курса требуются значительное время, концентрация внимания и усилия: посещение лекционных занятий и конспектирование преподаваемого материала, работа с ним дома, самостоятельная проработка материала рекомендуемых учебников и учебных пособий при самостоятельной подготовке. Особое внимание следует обратить на выполнение лабораторных заданий, задач, тестовых вопросов. Теоретические положения лучше усваиваются при применении их к условным практическим ситуациям.

При самостоятельной работе с учебниками и учебными пособиями полезно иметь под рукой справочную литературу (словари), так как могут встречаться новые термины, понятия, которые раньше обучающиеся не знали.

В межсессионный период обучающиеся должны самостоятельно изучить темы, по которым не предусмотрены занятия в период семестра.

Перед выполнением лабораторной работы обучающиеся должны получить допуск по результатам проверки их теоретических знаний по изучаемой теме. По каждой лабораторной работе обучающиеся отчитываются преподавателю, оформляя электронный отчёт, в котором сохраняют результаты своей работы в виде файлов. Результаты лабораторных работ оцениваются с учетом теоретических знаний по соответствующим разделам дисциплины и уровнем владения практическими навыками при работе на компьютере.

Лабораторные занятия предполагают групповой формат работы с применением методов активного социального обучения в гетерогенном по гендерному признаку составе.

По окончании лабораторного практикума выполняется итоговая работа. Обучающиеся допускаются к зачету по результатам успешного выполнения лабораторных заданий.

*Рекомендации по работе с текстами, предлагаемыми для анализа на лабораторных занятиях.* Лабораторные занятия предполагают групповой формат работы с применением методов активного социального обучения в гетерогенном по гендерному признаку составе.

Прочитайте текст, чтобы получить общее представление о содержании материала и оценить, сколько времени Вам потребуется для подготовки ответа на поставленную проблему.

Прочитайте текст еще раз. Определите, что Вам необходимо сделать, в частности в каком виде лучше всего представить результат своей работы. Попытайтесь идентифицировать себя с участниками описываемого случая. Подходите к анализу ситуации непредвзято. Постарайтесь избежать предубеждений, которые могут повлиять на Ваше восприятие проблемы. Не торопитесь с выводами, не формулируйте их, пока внимательно не изучили все относящиеся к случаю материалы. Используйте метод "мозгового штурма" и рассмотрите все возможные варианты решения проблемы. Описание случая может

содержать ряд отдельных проблем, для решения которых могут потребоваться различные действия, на первый взгляд не связанные между собой и даже противоречащие друг другу.

Поищите скрытые значения и проблемы, которые могут быть на первый взгляд не видны. Однако не слишком все усложняйте. Не принимайте очевидное как должное, но в то же время не пренебрегайте простыми ответами, ведущими к удовлетворительным результатам. Отличительной чертой описания случая является то, что он обычно содержит только часть необходимой информации. Поэтому важно, во-первых, внимательно изучить все детали, данные в материале, и, во-вторых, определить, какие выводы могут быть из них сделаны. При этом у Вас может возникнуть потребность высказать определенные суждения, которые обязательно должны логически вытекать из материала и служить прояснению ситуации, а не ее усложнению.

Часто материал в описании случая намеренно представлен беспорядочно, и поэтому необходимо его систематизировать с тем, чтобы прояснить взаимосвязи, отделить причины от следствий, симптомы от сущности проблемы. Сконцентрируйтесь на наиболее важных положениях в противовес незначительным деталям, которые могут увести в сторону от реальной проблемы.

Там, где необходимо, соотнесите Ваш анализ описания случая с теоретическими знаниями или исследованиями ведущих авторов. Полезно использовать собственный практический опыт, но при этом Вы должны быть уверены, что он соответствует рассматриваемой ситуации. При этом Вы должны позаботиться о том, чтобы не произошло автоматической подгонки Вашего восприятия ситуации к Вашему личному опыту.

При анализе Вам может потребоваться сделать акцент на ключевых словах или фразах. Может быть, следует составить список действующих лиц и/или проследить хронологию развития событий и их причинно-следственную связь. Можно делать пометки на полях, выделять текст разноцветными фломастерами и т.д. - главное, сами себя не запутайте и умейте во всем этом разобраться.

Подумайте заранее, какие вопросы могут быть Вам заданы, и четко определите существующие потенциальные проблемные точки и свое отношение к ним. Если Вы остановитесь на нескольких вариантах действия, расставьте приоритеты, но при этом не забывайте о таких ограничителях, как время, затраты и личностные качества исполнителей. Постарайтесь обосновать Ваш выбор.

Учебно-методическое издание

Рабочая программа учебной дисциплины

---

## **Компьютерные технологии в рекламе**

*(Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)*

**Машихина Татьяна Петровна**

*(Фамилия, Имя, Отчество составителя)*

---