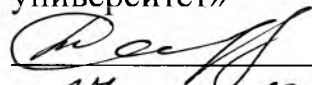


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор учреждения
образования «Белорусский
государственный экономический
университет»

 Т.В. Садовская
« 27 » 12 2023 г.

Регистрационный № УД 5752-23уч.

ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 6-05-0412-05 «Рекламная деятельность»

Учебная программа составлена на основе учебного плана учреждения высшего образования по специальности 6-05-0412-05 «Рекламная деятельность», регистрационный № 23ДМР-202 от 05.04.2023, № 23РМР-205 от 05.04.2023

СОСТАВИТЕЛЬ:

М.В. Самойлов, доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат технических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Шишкина Н.И., и.о. зав. кафедрой редакционно-издательских технологий учреждения образования «Белорусский государственный технологический университет», кандидат филологических наук, доцент;

Зеньков В.С., доцент кафедры маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат технических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 15 ноября 2023 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 4 от 27.12.2023 2023 г.).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Полноценная подготовка квалифицированных специалистов в области рекламной деятельности невозможна без знания основ технологии производства рекламной продукции, распространяемой с использованием различных каналов, средств и носителей рекламы.

Учебная дисциплина входит в модуль «Технологии разработки рекламной продукции» компонента учреждения высшего образования учебного плана специальности.

Цель учебной дисциплины – формирование знаний, умений, навыков в постановке и решении проблемы разработки, изготовления и распространения рекламной продукции.

Основные задачи учебной дисциплины:

- ознакомление с основными видами рекламной продукции, её носителями, каналами и способами распространения;
- формирование знаний о современных технологиях производства рекламной продукции;
- выработка навыков выбора эффективных приемов распространения рекламной продукции, произведенной различными технологиями;
- обучение навыкам создания рекламных продуктов на заданную тему с помощью современных компьютерных технологий.

Методология учебной дисциплины строится таким образом, чтобы студенты могли научиться связывать категории дисциплины с категориями таких дисциплин специальности, как «Графический дизайн», «Социально-экономический контекст рекламы», «Интегрированные коммуникации», «Семиотика», «Копирайтинг» и других. Тесная связь дисциплины с другими учебными дисциплинами должна способствовать формированию единого научного мировоззрения будущих специалистов в сфере рекламной деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны

знать:

- основные виды рекламной продукции и её носители, способы распространения рекламных сообщений;
- современные технические приемы разработки рекламного продукта;
- современные технологические способы производства рекламной продукции;

уметь:

- разрабатывать рекламное сообщение, соответствующее особенностям рекламируемого товара и потребительским предпочтениям;
- выбирать эффективные технологические приёмы распространения рекламной продукции.

владеть:

- теоретическими знаниями, полученными в результате изучения дисциплины;
- навыками разработки текста и графического изображения рекламного обращения с помощью современных компьютерных технологий;
- навыками создания макетов рекламных продуктов на заданную тему.

Студент должен обладать следующими *компетенциями*:

- владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации;
- быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности;
- обладать гуманистическим мировоззрением, качествами гражданственности и патриотизма.

В результате изучения учебной дисциплины формируется *специализированная компетенция*: организовывать подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

В числе эффективных педагогических *методик и технологий* преподавания учебной дисциплины, способствующих вовлечению студентов в поиск и управление знаниями, приобретению опыта самостоятельного решения разнообразных задач, следует выделить:

- технологии проблемно-модульного обучения;
- технологии учебно-исследовательской деятельности;
- коммуникативные технологии (дискуссия, пресс-конференция, «мозговой штурм», учебные дебаты и другие активные формы и методы, в том числе, дистанционные).

Аудиторная работа со студентами предполагает чтение лекций, проведение практических и лабораторных занятий.

На практических и лабораторных занятиях студенты приобретают навыки исследования технологических процессов производства рекламной продукции, а также закрепляют полученные теоретические знания.

Самостоятельная работа студентов предусматривает изучение литературы, методических пособий, нормативных и технических нормативных правовых актов, подготовку индивидуальной работы, проведение коллоквиумов и др.

Контроль знаний студентов осуществляется в результате тестирования, устного опроса, проверки решений учебных ситуаций, проведения промежуточных контрольных работ.

Для управления образовательным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности рекомендуется использовать рейтинговые, кредитно-модульные системы оценки учебной и исследовательской деятельности студентов, вариативные модели управляемой самостоятельной работы.

В соответствии с учебным планом *дневной формы получения высшего образования* учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине «Технологии производства рекламной продукции» рассчитана на 108 часов, из них аудиторных занятий – 52 часа. Распределение по видам занятий: лекций – 26 часов, практических занятий – 14 часов, лабораторных занятий – 12 часов. Форма промежуточной аттестации – экзамен в 4 семестре. Формы получения образования – очная (дневная), заочная.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в дисциплину

Объект, предмет, цель и задачи изучения дисциплины, роль в подготовке специалистов в области рекламной деятельности. Содержание дисциплины и ее связь с другими дисциплинами специальности. Методология изучения дисциплины.

Понятие, состав, виды и содержание рекламных технологий. Факторы и уровни технологического процесса производства рекламной продукции, их общая характеристика.

Рекламное творчество как технологический процесс. Основные принципы технологизации производства в рекламной деятельности. Основные этапы создания рекламной продукции. История появления основных технологических способов производства рекламной продукции.

Тема 2. Основные технологические приёмы и средства создания и распространения рекламных сообщений

Понятие рекламной продукции, рекламного сообщения, рекламного средства, носителя рекламного сообщения. Классификация и принципы выбора рекламных средств. Принципы разработки и структурные элементы рекламного сообщения.

Классификация текстов рекламных сообщений. Элементы структуры рекламного текста и их общая характеристика. Общая характеристика технических средств художественного оформления рекламного сообщения (иллюстрации, графика, цвет, свет, звук), их особенностей воздействия на получателей рекламного сообщения.

Характерные признаки и технологические особенности рекламы в прессе, печатной рекламы, радиорекламы, телевизионной рекламы, аудиовизуальной рекламы, наружной рекламы и рекламы на транспорте, почтовой рекламы, компьютеризированной рекламы. Основные принципы выбора средств распространения рекламы. Основные этапы выбора средства распространения рекламы, их характеристика.

Тема 3. Основы технологии полиграфического изготовления рекламной продукции

Общие сведения о полиграфическом производстве. Сущность технологии полиграфического производства. Параметры полиграфической продукции и материалы для ее изготовления. Элементы структуры печатной рекламной продукции. Шрифты печатных изданий и их классификация. Изображения печатных изданий и их классификация. Оригиналы для полиграфических изданий и их характеристика.

Общая характеристика основных технологических этапов полиграфического производства. Важнейшие технологические процессы допечатной подготовки и их общая характеристика. Особенности компьютерной допечатной обработки. Основы технологии традиционной

(аналоговой) полиграфии: высокой, глубокой, плоской, трафаретной печати. Современные технологии печати в компьютерных издательских системах. Основы технологии оперативной полиграфии. Важнейшие технологические процессы послепечатной обработки и отделки. Общие сведения о печатных машинах. Общая характеристика печатной рекламной продукции. Основные виды брака в полиграфическом производстве.

Тема 4. Основы технологии производства рекламной продукции фотографическим способом

Сущность и принципы осуществления фотографических процессов. Особенности фотографии, возможности ее использования при изготовлении рекламной продукции.

Основы технологии получения фотографического изображения (аналогового и цифрового). Общая характеристика технологических процессов фотографического производства. Основы традиционной технологии получения фотографического изображения. Основы технологии цифровой фотографии: сущность, принципы осуществления, возможности использования при изготовлении рекламной продукции.

Основы технологии фотосъёмки в рекламе. Характеристика оборудования фотостудии. Устройство и характеристики цифрового зеркального фотоаппарата.

Тема 5. Основы технологии производства радиорекламы

Общие сведения о радио и радиопередачах. Возможности и особенности использования радио при производстве рекламной продукции. Основные технологические принципы и характеристика систем радиовещания.

Техническое оснащение систем радиовещания: основные элементы и оборудование радиостудии. Важнейшие принципы и элементы радиорекламы, их общая характеристика.

Общая характеристика технологического процесса создания рекламной продукции на радио.

Тема 6. Основы технологии производства телевизионной рекламы

Общие сведения о телевидении и телевизионном искусстве. Возможности и особенности использования телевидения при производстве рекламной продукции. Основные технологические принципы телевизионного вещания. Классификация систем телевидения. Устройство студийных телевизионных и видеокамер.

Способы передачи телевизионного изображения. Техническое оснащение систем телевидения: основные элементы и оборудование телевизионных центров. Технологическая схема производства телепрограммы в студии.

Общая характеристика технологического процесса создания рекламной телепродукции (предварительный, подготовительный и производственный этапы телепроекта). Характеристика участников творческой команды

телепроекты и их функций. Спецэффекты, используемые при съемке телевизионной рекламы. Виды монтажа телевизионной рекламы. Документационное обеспечение съёмки телевизионной рекламы. Смета затрат на создание телевизионной рекламы и ее структурные элементы.

Тема 7. Основы технологии производства наружной рекламы и рекламы на транспорте

Классификация и характеристика традиционных средств наружной рекламы. Ключевые цели, достоинства и недостатки наружной рекламы. Требования к средствам наружной рекламы в соответствии с отечественным законодательством.

Основы технологии производства и размещения важнейших представителей наружной рекламы. Характеристика материалов, используемых при производстве наружной рекламы.

Классификация и характеристика важнейших представителей рекламы на транспорте и основы технологии ее производства и размещения. Требования к содержанию рекламной информации и размещению рекламы на транспорте. Функции, достоинства и недостатки рекламы на транспорте.

Особенности технологии производства транспортной рекламы.

Сущность и понятие наружной рекламы. Современные формы наружной рекламы и рекламы на транспорте. Основные типы наружной рекламы и технологические способы ее изготовления. Основные типы рекламы на транспорте и технологические способы ее изготовления. Экономическая эффективность применения средств наружной рекламы и рекламы на транспорте.

Тема 8. Инновационные технологии производства рекламной продукции

Современные технологии и рекламные средства для выставочной деятельности. Классификация выставочного оборудования и рекламно-выставочного инвентаря. Технологические этапы создания выставочного стенда. Особенности важнейших представителей современных технологий и средств рекламирования: технология Indoor TV и ее технические элементы; мультимедийные технологии и оборудование; интерьерные проекционные технологии и установки; технология X3D video; технология Free Format Projection.

Нетрадиционная наружная реклама: наземные панно, объемно-пространственные рекламные конструкции, рекламные пневмоконструкции, рекламные сетки на лесах объектов строительства или ограждениях, тонкие световые панели, бегущая строка (LED-строка), электронное табло (видеопанель). Современные технологии в наружной рекламе: технология Ambient Media; технология медиафасада; экстерьерные проекционные технологии и установки (технология Air TV); технология лазерной рекламы.

Направления использования 3D- и 5D-технологии в рекламе: печать, сканирование, проецирование. Технология получения динамичных 3D-проекций в воздухе с помощью голографических вентиляторов. Устройство голографического вентилятора.

Прогрессивные технологии интерактивной рекламы: особенности, достоинства и недостатки. Классификация и характеристика представителей интерактивной офлайн-рекламы: витрина, стена, интерактивный щит; проекция на пол, стену, потолок; промоутер; зеркало; сенсорный Shelf-TV дисплей. Технология интерактивного взаимодействия Just Touch. Технология Ground FX (интерактивный видеомэппинг).

Направления использования VR-, AR- и MR-, AI-технологии в производстве рекламной продукции. Сущность технологии виртуальной реальности и характеристика ее технических элементов. Технология взаимодействия пользователя с рекламируемым объектом в системе виртуальной реальности. Достоинства и недостатки VR-технологии. Сущность технологии дополненной реальности и характеристика ее разновидностей. Достоинства и недостатки AR-технологии. Сущность технологии смешанной (гибридной) реальности и характеристика ее особенностей. Достоинства и недостатки MR-технологии. Сущность и особенности использования искусственного интеллекта (AI-технологии) и технологии метавселенной в рекламной деятельности.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

для очной (дневной) формы получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						лекции	ПЗ (СЗ)		
1	Введение в дисциплину	2	2					[1-5, 9,10]	Опрос
2	Основные технологические приёмы и средства создания и распространения рекламных сообщений	4	2					[1-8, 10]	Опрос, дискуссия
3	Основы технологии полиграфического изготовления рекламной продукции	4	2		4			[1-4, 6-8]	Контрольная работа
4	Основы технологии производства рекламной продукции фотографическим способом	2	1		2			[1-5, 10]	Практическая работа
5	Основы технологии производства радиорекламы	2	1					[1-4, 8]	Опрос
6	Основы технологии производства телевизионной рекламы	4	2					[1-5, 10]	Контрольная работа
7	Основы технологии производства наружной рекламы и рекламы на транспорте	4	2		4			[1-4, 1\9]	Отчет по лаб. работам
8	Инновационные технологии производства рекламной продукции	4	2		2			[1-5]	Контрольная работа
	Всего часов	26	14		12				Экзамен

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Литература	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						лекции			ПЗ (СЗ)
1	Введение в дисциплину	2					[1-5, 9,10]	Практическая работа	
2	Основные технологические приёмы и средства создания и распространения рекламных сообщений		2				[1-8, 10]	Опрос, дискуссия	
3	Основы технологии полиграфического изготовления рекламной продукции	2			4		[1-4, 6-8]	Отчет по лаб. работе	
4	Основы технологии производства рекламной продукции фотографическим способом						[1-5, 10]	Практическая работа	
5	Основы технологии производства радиорекламы	1					[1-4, 8]	Практическая работа	
6	Основы технологии производства телевизионной рекламы	1					[1-5, 10]	Практическая работа	
7	Основы технологии производства наружной рекламы и рекламы на транспорте						[1-4, 1\9]	Практическая работа	
8	Инновационные технологии производства рекламной продукции	2					[1-5]	Опрос	
	Всего часов	6	2		4			Экзамен	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Технологии производства рекламной продукции»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2÷2,5 часа на двухчасовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим и лабораторным занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, коллоквиумы, контрольные работы и т.п.);
- подготовка к экзамену.

Нормативные правовые акты

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года: с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 года, 17 октября 2004 года и 27 февраля 2022 г. — Минск: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2022. — 80 с.

2. Закон Республики Беларусь от 10 мая 2007г. № 225-З «О рекламе» (в ред. Законов Республики Беларусь от 17.07.2008 № 427-З, от 05.08.2008 № 428-З, от 09.11.2009 № 55-З, от 28.12.2009 № 95-З, от 03.01.2013 № 15-З, от 23.04.2014 № 132-З, от 10.07.2015 № 285-З), от 11.05.2016 № 362-З, от 17.07.2017 № 52-З, от 04.01.2021 № 82-З. — [Электронный ресурс / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь], - Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10700225>.

3. О мерах по реализации Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 июля 2021 г. №395 // Нац. Реестр правовых актов Респ. Беларусь [Электронный ресурс], - Режим доступа: <http://pravo.by>.

4. Средства наружной рекламы. Общие технические требования и правила размещения: СТБ 1581-2008. — Введ. 01.04.2009. — Минск: Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2008. — 10 с.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Самойлов, М. В. Основы технологии производства рекламной продукции: курс лекций / М. В. Самойлов, Е. В. Перминов. — Минск: БГЭУ, 2006. — 152 с.

2. Смотровая, Т. И. Разработка и технология производства рекламной продукции: учебное пособие / Т. И. Смотровая, Н. В. Слинькова. — М.: Русайнс, 2023. — 112 с.

3. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 272 с.

4. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: практ. пособие / П. А. Кузнецов. — М.: Дашков и К^о, 2018. — 296 с.: ил.

5. Дударева, Д. Д. Технологии в рекламе: [конспект лекций для студентов] / Д. Д. Дударева; УО "ВГТУ". - Витебск, 2023. - 80 с.

Дополнительная:

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 502 с.

2. Шарков, Ф. И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник для студентов вузов, обуч. по спец. "Реклама" / под общ. ред. Ф. И. Шаркова; Международная академия бизнеса и управления, Ин-т

современных коммуникационных систем и технологий. - 5-е изд. - М.: Дашков и К^о, 2012. - 406 с.

3. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / [Л. М. Дмитриева и др.]; ред. Л. М. Дмитриева. – М.: Экономистъ, 2008. – 639 с.

4. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учебное пособие для студентов вузов, обуч. по спец. 032401 "Реклама" / под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 334 с.

5. Щепакин, М. Б. Разработка и технологии производства в рекламе / М. Б. Щепакин, В. И. Петровский, И. И. Фролов, А. Н. Капитонов. – М.: Изд-во Международного института рекламы, 2001. – 272 с.

6. Кутыркина, Л. В. Рекламная деятельность и рекламный бизнес: история, теория и технологии: сборник статей / Л. В. Кутыркина. – М.: Русайнс, 2021. – 154 с.

7. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 19-е изд., стер. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2023. - 538 с. - ISBN 978-5-394-05172-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083278> (дата обращения: 16.11.2023). – Режим доступа: по подписке.

8. Рекламная деятельность: учебник для студентов высших учебных заведений / Ф. Г. Панкратов [и др.]. – М.: ИКЦ «Маркетинг», 2008. – 364 с.

9. Шарков, Ф. И. Разработка и технологии производства рекламного продукта / Ф. И. Шарков, В. И. Гостенина. – М.: Дашков и К^о, 2007. – 338 с.

10. Феличи, Дж., Типографика: шрифт, верстка, дизайн / Пер. с англ. и коммент. С. И. Пономаренко. – СПб.: ВHV, 2007. – 470 с.

11. Шнейдеров, В. С. Фотография, реклама, дизайн на компьютере / В. С. Шнейдеров. - 3-е изд. – СПб: Питер, 2006. – 349 с.

12. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. – 272 с. - ISBN 978-5-9558-0155-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1195622> (дата обращения: 16.11.2023). – Режим доступа: по подписке.

13. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П. А. Кузнецов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2018. – 296 с. - ISBN 978-5-394-01068-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091796> (дата обращения: 16.11.2023). – Режим доступа: по подписке.

Интернет–источники

1. president.gov.by – официальный сайт Президента Республики Беларусь.

2. government.gov.by – официальный сайт Совета министров Республики Беларусь.

3. belarus.by – официальный сайт Республики Беларусь.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Социально-экономический контекст рекламы	Промышленного маркетинга и коммуникаций	нет	Согласовано протокол № <u>5</u> от <u>15.11.2023</u> г.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 20 / 20 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой
промышленного маркетинга
и коммуникаций



В.С. Протасеня

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
маркетинга и логистики

С.Н. Лапина