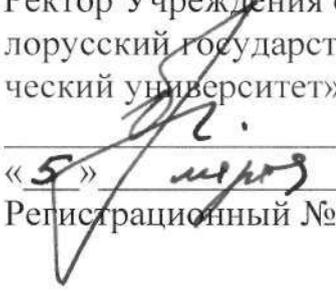


Учреждение образования
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»


_____ В.Н. Шимов

«5» марта 2010 г.

Регистрационный № УД-443-101 баз.

Компьютерные технологии в рекламе

Учебная программа для специальности
1-26 02 03 «Маркетинг»

СОСТАВИТЕЛИ:

В.С. Протасеня, заведующий кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций Учреждения образования "Белорусский государственный экономический университет", кандидат экономических наук, доцент.

Р. В. Галицина, ассистент кафедры информационных технологий Учреждения образования "Белорусский государственный экономический университет".

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

М.А. Зильберглейт, заведующий кафедрой редакционно-издательских технологий Учреждения образования "Белорусский государственный технологический университет", доктор химических наук, профессор;

А. М. Седун, заведующий кафедрой информационных технологий 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 № 7 от 28.01.2010 г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования "Белорусский государственный экономический университет" (протокол № 3 от 17 . 02 . 2010 г.).

Ответственный за выпуск: Галицина Р.В.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Одним из требований, предъявляемых к специалистам в любой сфере нашей жизни, является умение использовать современные информационные технологии в профессиональной деятельности. Подготовка специалиста должна включать в себя как овладение теоретическими знаниями, так и получение практических навыков в работе с современной вычислительной техникой и программным обеспечением.

Учебная дисциплина «Компьютерные технологии в рекламе» (КТР) занимает важное место в системе подготовки специалистов по маркетингу, формируя у студентов представления о месте компьютерных технологий в современной рекламной деятельности, первичные навыки по созданию различных рекламных продуктов с их помощью.

При изучении курса принимаются во внимание знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении ими цикла курсов по информационным технологиям.

Целью данного курса является изучение студентами основных аспектов компьютерных информационных технологий в рекламе, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации и применения соответствующих алгоритмов с целью подготовки и оформления рекламных продуктов.

В процессе изучения дисциплины студенты получают теоретические знания по основным аспектам современных информационных технологий в рекламе, требованиям к составу информации, ее содержанию и функциям; направлениям развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности (технический, программный, организационный, правовой и экономический аспекты); направлениям, видам компьютерной графики; графическим пакетам, применяемым рекламными фирмами при изготовлении рекламного продукта; прикладным вопросам компьютерных и сетевых технологий, возможностям их использования в процессе рекламной деятельности.

В результате изучения дисциплины студенты должны

ЗНАТЬ:

- основные методы получения, обработки и анализа информации;
- информационные системы, технологии и область их применения в рекламной деятельности;

- современные подходы к сбору, хранению и использованию информации в сфере бизнеса;
- современное состояние технического обеспечения компьютерной техники и динамику его развития;
- прикладное программное обеспечение офисного назначения, используемое рекламной деятельностью;
- основы теории компьютерной графики;
- технологию создания рекламного продукта с использованием компьютерных графических средств. Основные графические пакеты;
- область применения мультимедийных технологий в создании рекламного продукта;
- использование в рекламной практике сетевых технологий, поисковых серверов. Создание рекламных носителей в Интернет.

УМЕТЬ на практике:

- работать с программами офисного назначения для представления в требуемом виде данных, статистической обработки результатов исследований и прогнозирования реакции рекламной аудитории;
- находить и использовать рекламную информацию в глобальной сети Интернет;
- создавать рекламный продукт с использованием графических пакетов

Изучение каждой темы курса, помимо приведенных в базовой программе литературных источников, предполагает использование материалов тематической печати, а также информационных ресурсов сети Интернет. Для закрепления теоретических знаний и практических навыков, приобретаемых на занятиях, необходимо выполнение студентами индивидуальных внеаудиторных заданий.

Всего часов по дисциплине 84, из них всего часов аудиторных 52, в том числе 14 часов – лекций, 34 часа – лабораторные занятия, 4 часа – практические занятия. Рекомендуемая форма контроля - зачет.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование темы	Количество часов		
	лек- ций	лабо- ратор- ных заня- тий	прак- тиче- ские заня- тия
Тема 1. Информационное обеспечение рекламной деятельности	2		
Тема 2. Информационные системы и технологии в рекламной деятельности	2		
Тема 3. Прикладное программное обеспечение рекламной деятельности	6	34	
Тема 4. Сетевые технологии и Интернет в рекламе	4		4
ИТОГО	14	34	4

Примечание. Распределение часов по темам дисциплины может быть изменено в соответствии с решениями учебно-методических советов вузов.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Информационное обеспечение рекламной деятельности

Роль, место и задачи курса в комплексе специальных дисциплин. Информационное обеспечение рекламы: информация и ее свойства; понятия, виды и функции информации в рекламе. Правовые аспекты информатизации в РБ.

Тема 2. Информационные системы и технологии в рекламной деятельности

Определения ИС и ИТ. Их классификация. Задачи рекламы. АРМ специалиста. Применение ИТ в рекламной деятельности и их развитие.

Современные подходы к сбору, хранению и использованию информации в сфере бизнеса (Data Mining).

Тема 3. Прикладное программное обеспечение рекламной деятельности

Прикладные программы офисного назначения. Интегрированный ППП Microsoft Office: Word, Excel, Power Point. Его расширенные возможности.

Графические редакторы. Основные понятия графики (растровая, векторная, фрактальная графика). Основные форматы графических файлов. Обзор программ. Особенности комплексного использования компьютерных графических средств в рекламе.

Настольные издательские системы. Характеристики издательских систем. Обзор программ для верстки.

Компьютерная анимация. Преимущества анимации в рекламе. Двухмерная (2D) и трехмерная (3D) анимация. Обзор программ.

Мультимедийные технологии в рекламе. Основные определения. Области применения мультимедийных технологий в создании рекламного продукта.

ПО для рекламных исследований. Исследование рекламной аудитории, эффективность рекламы.

Тема 4. Сетевые технологии и Интернет в рекламе

Возможности локальных и глобальных вычислительных сетей для обеспечения рекламной деятельности. Использование в рекламной практике сетевых технологий: Telnet, FTP, Usenet, WWW. Поисковые серверы и коммерческие информационные службы. Реклама в сообщениях e-mail и телеконференциях, в электронной коммерции, баннерная реклама и сетевые рекламные агентства.

ЛИТЕРАТУРА**Основная**

1. Филинова О.Е. Информационные технологии в рекламе. Учебное пособие – М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2006
2. Информационные технологии в маркетинге: Учеб. для вузов / Под ред. проф. Г.А. Титоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001
3. Федорова А. В. CorelDRAW X3. Экспресс-курс. Петербург, 2006.
4. Миронов Д. Ф. Основы Photoshop CS2. Учебный курс. — СПб.: Питер, 2006
5. Миронов Д., Компьютерная графика в дизайне. Изд. BHV. 2008.

Дополнительная

6. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий (+ CD-ROM). – СПб.: BHV , 2004.
7. В. Курушин, Дизайн и реклама. Самоучитель. Изд. ДМК, 2006.
8. Рожкова Н.Г. Графический дизайн и реклама на компьютере : краткое руководство. - Москва ; Санкт-Петербург ; Киев : Вильямс, 2006.
9. Шнейдеров В.С. Фотография, реклама, дизайн на компьютере / Шнейдеров Виталий Семенович. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2006.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>