

УЧЕБНО-ПРОГРАММНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

_____ В.Н.Шимов
«____» _____ 2017 г.

Регистрационный № УД _____/уч.

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность»¹

2017

¹ Утвержденный оригинал учебной программы хранится на кафедре промышленного маркетинга и коммуникаций

СОСТАВИТЕЛЬ:

Синявская О.А., доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Лукашевич М.М., доцент кафедры электронных вычислительных машин учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат технических наук;

Булова А.Д., доцент кафедры экономической информатики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор технических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № __ от « » _____ 2017);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № __ от « » _____ 2017).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель преподавания учебной дисциплины «Компьютерные технологии в рекламе» – 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.

Задачи учебной дисциплины «Компьютерные технологии в рекламе»:

- изучение принципов получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации;
- развитие навыков по работе с растровыми и векторными изображениями;
- освоение технологий компьютерной графики для создания рекламных продуктов.

Выпускник должен обладать следующими академическими компетенциями, быть способным:

- АК-2. Владеть инструментарием системного, сравнительного и функционально-стоимостного анализа.
- АК-3. Владеть исследовательскими навыками.
- АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.
- АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.
- АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

Выпускник должен обладать следующими социально-личностными компетенциями, быть способным:

- СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.
- СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.
- СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями, быть способным:

- ПК-2. Организовывать работу малых коллективов для достижения поставленных целей.
- ПК-4. Анализировать и оценивать собранные данные.
- ПК-6. Готовить доклады, материалы к презентациям.
- ПК-7. Пользоваться глобальными информационными ресурсами.
- ПК-8. Владеть современными средствами коммуникаций.

В результате изучения учебной 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;

– прикладное программное обеспечение, используемое в рекламной деятельности;

– основы компьютерной графики;

– технологию создания рекламного продукта с использованием компьютерных графических средств;

– область применения мультимедийных технологий в создании рекламного продукта;

уметь:

– работать с программными продуктами 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 технологий компьютерной графики;

иметь навыки:

– обработки растровых и векторных изображений;

– создания рекламных продуктов с помощью компьютерных технологий.

Учебная дисциплина «Компьютерные технологии в рекламе» тесно связана с учебной дисциплиной «Компьютерные информационные технологии», расширяет и дополняет ее в части технологий создания рекламных продуктов с помощью средств компьютерной графики.

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

Самостоятельная работа предполагает изучение теоретического материала на основе списка источников, приведенного в данной программе, а также подготовку к лабораторным работам и практическим занятиям.

Всего часов по учебной дисциплине – 104, из них:

– на дневной форме обучения всего часов аудиторных – 52, в том числе 26 часов – лекции, 16 часов – лабораторные занятия, 10 часов – практические занятия;

– на заочной форме обучения (полный срок обучения) всего часов аудиторных – 14, в том числе 6 часов – лекции, 6 часов – лабораторные занятия, 2 часа – практические занятия;

– на заочной форме обучения (сокращенный срок обучения) всего часов аудиторных – 12, в том числе 6 часов – лекции, 4 часа – лабораторные занятия, 2 часа – практические занятия.

Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Роль, место и задачи курса в комплексе учебных дисциплин специальности «Рекламная деятельность». Современные подходы к сбору, хранению и использованию информации.

Визуальные средства рекламы. Фирменный стиль. Товарный знак. Логотип. Принципы создания логотипов. Особенности различных видов печатной рекламной продукции.

Тема 2. ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ ГРАФИКИ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Программные продукты для работы с различными видами компьютерной графики. Графические редакторы. Основные понятия графики (растровая, векторная, фрактальная графика). Основные форматы графических файлов. Особенности комплексного использования компьютерных графических средств в рекламе.

Технические требования к рекламным материалам в компьютерных форматах. Требования к файлам в растровом формате. Векторизация растрового изображения.

Тема 3. ВЕКТОРНАЯ ГРАФИКА

Особенности векторной графики. Математические основы векторной графики. Кривые Безье. Программы для работы с векторной графикой. Работа с графическими объектами. Построение прямоугольников, эллипсов, многоугольников. Абрис и заливка. Градиентные заливки. Заполнение объектов узорами и текстурами. Операции над группами объектов. Копирование, дублирование и клонирование объектов. Логические операции. Операции с текстом. Вставка графических объектов в текстовый блок. Позиционирование объектов. Модификация формы объектов. Создание визиток и наклеек. Создание логотипов. Создание текстовых масок. Создание рекламных продуктов с помощью технологий обработки векторной графики.

Тема 4. РАСТРОВАЯ ГРАФИКА

Особенности растровой графики. Программы для работы с растровой графикой. Импортирование точечных изображений. Редактирование содержимого растровой графики. Размещение объекта в контейнер. Трассировка растровых изображений. Настройка цвета. Точечные эффекты. Эффект оболочки. Фигурная обрезка точечных изображений. Создание рекламных продуктов с помощью технологий обработки растровой графики.

Тема 5. АНИМАЦИЯ И МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

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.

Тема 6. WEB-САЙТЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Принципы использования Web-сайта как инструмента рекламы. Структура сайта. Типы страниц. Особенности отображения текста, цвета. Формирование образа сайта. Оптимизация фотографии для размещения в интернет. Особенности сохранения Web-графики. Создание баннеров. Перспективы развития Web-сайтов как инструментов рекламной деятельности.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ»

ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	Информационное обеспечение рекламной деятельности	4	2					[1, 6]	
2	Общие принципы использования технологий компьютерной графики в рекламной деятельности	4	4					[2-4,7]	Реферат
3	Векторная графика	6			4			[3, 5, 10, 11]	Контрольное задание на компьютере
4	Растровая графика	4			4			[3-5, 8, 9, 11]	
5	Анимация и мультимедийные технологии в рекламной деятельности	4	4		4			[2, 6]	Презентация выполненного задания
6	Web-сайты как инструменты рекламной деятельности	4			4			[12]	
	Всего часов	26	10		16				Зачет

* в разделе Иное записывается литература в квадратных скобках.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ»

ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (полный срок обучения)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	Информационное обеспечение рекламной деятельности	1						[1, 6]	
2	Общие принципы использования технологий компьютерной графики в рекламной деятельности	1	2					[2-4,7]	Реферат
3	Векторная графика	1			2			[3, 5, 10, 11]	Контрольное задание на компьютере
4	Растровая графика	1			2			[3-5, 8, 9, 11]	
5	Анимация и мультимедийные технологии в рекламной деятельности	1			2			[2, 6]	Презентация выполненного задания
6	Web-сайты как инструменты рекламной деятельности	1						[12]	
	Всего часов	6	2		6				Зачет

* в разделе Иное записывается литература в квадратных скобках.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ»

ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (сокращенный срок обучения)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР		
						Лекции		
1	Информационное обеспечение рекламной деятельности	1					[1, 6]	
2	Общие принципы использования технологий компьютерной графики в рекламной деятельности	1	2				[2-4,7]	Реферат
3	Векторная графика	1			2		[3, 5, 10, 11]	Контрольное задание на компьютере
4	Растровая графика	1					[3-5, 8, 9, 11]	
5	Анимация и мультимедийные технологии в рекламной деятельности	1			2		[2, 6]	Презентация выполненного задания
6	Web-сайты как инструменты рекламной деятельности	1					[12]	
	Всего часов	6	2		4			Зачет

* в разделе Иное записывается литература в квадратных скобках.