

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

 В.Н.Шимов

« 30 » 10 2017 г.

Регистрационный № УД 3230-17/уч.

## **КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ**

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

### **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 № 14 от «31» 05. 2017);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от «21» 06. 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 программных 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. Импортное изображение. 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               |                 |                                   |
| 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]            |                                   |
|                     | <b>Всего часов</b>  | <b>26</b>                   | <b>10</b>            |                     | <b>16</b>            |                      |                 | <b>Зачет</b>                      |

\* 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 УСР |       |                       |                                   |
|                     |   |                             |                      |                     |                      | 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]                  |                                   |
|                     | <b>Всего часов</b>  | <b>6</b>                    | <b>2</b>             |                     | <b>6</b>             |                      |       |                       | <b>Зачет</b>                      |

\* 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]            |                                   |
|                     | <b>Всего часов</b>  | <b>6</b>                    | <b>2</b>             |                     | <b>4</b>             |                      |                 | <b>Зачет</b>                      |

\* в разделе Иное записывается литература в квадратных скобках.

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### *Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Компьютерные технологии в рекламе»*

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 1,5-2 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

— первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;

— ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной 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 лабораторным занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;

— подготовка к выполнению диагностических форм контроля (реферат, контрольные задания на компьютере, презентация);

— подготовка к зачету.

### Литература

#### *Основная:*

1 Одинцов, Б.Е. Информационные системы управления эффективностью бизнеса: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Б.Е. Одинцов / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – М.: Юрайт, 2015. – 206 с.

2 Силантьев, Р.В. Информационные технологии в рекламе: методические указания к лабораторным работам /Р.В. Силантьев. – Владивосток: Издательский дом Дальневосточного федерального университета, 2013. – 52 с.

3 Ткаченко, О.Н. Дизайн и рекламные технологии: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. техн. ун-т (ОмГТУ). – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2014. – 174 с.

4 Радомский, В.М. Информационные системы и технологии в изобретательской деятельности и рекламе / В.М. Радомский. – Самара: СГАСУ, 2015. – 220 с.

*Дополнительная:*

5 Курицына, Г.В. Компьютерные технологии в рекламе. Работа в графическом редакторе CorelDRAW: Учебно-методическое пособие. Издание второе, дополненное и переработанное / Г.В. Курицына. - Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2011. – 89 с.

6 Филинова, О.Е. Информационные технологии в рекламе: учебное пособие для вузов по спец. "Реклама" / О.Е. Филинова. – М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2006. – 238 с.

7 Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для студентов вузов, обуч. по спец. 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама" / Р.Ю. Овчинникова; под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 238 с.

8 Третьяк, Т.М. Photoshop. Творческая мастерская компьютерной графики / Т.М. Третьяк. – М.: СОЛОН-ПРЕСС, 2008. – 165 с.

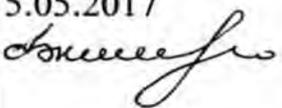
9 Дунаев, В.В. Photoshop CS4: понятный самоучитель / В.В. Дунаев. – СПб. [и др.]: Питер, 2009. – 206 с.

10 Гурский, Ю. CorelDRAW X4. Трюки и эффекты / Ю. Гурский. – СПб. [и др.]: Питер, 2008. – 494 с.

11 Тимофеев, Г.С. Графический дизайн. Серия «Учебный курс» / Г.С. Тимофеев, Е.В. Тимофеева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 320 с.

12 Яцюк, О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий / О. Яцюк. – СПб.: БХВ\_Петербург, 2004. – 240 с.

## 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) <sup>1</sup>  |
|---|---------------------------|---|---|
| Компьютерные информационные технологии                        | Экономической информатики | Нет   | Протокол №9 от 5.05.2017<br> |

<sup>1</sup> При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы УВО.

## ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на \_\_\_\_ / \_\_\_\_ учебный год

| №<br>п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|----------|------------------------|-----------|
|          |                        |           |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
промышленного маркетинга и коммуникаций (протокол №\_\_ от \_\_\_\_ 20\_\_ г.)

Заведующий кафедрой

К.Э.Н., доцент \_\_\_\_\_

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

В.С. Протасеня

(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан ФМК

К.Э.Н., доцент \_\_\_\_\_

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

А.А. Цыганков

(И.О.Фамилия)