


Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное
образовательное учреждение высшего образования
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий –
ИМСИТ»
(г. Краснодар)

Факультет менеджмента

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
Председатель НМС,
проректор по учебной работе,
профессор
Н.Н. Павелко



Б1.В.06

**СОЗДАНИЕ РЕКЛАМЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КОМПЬЮТЕРНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

рабочая программа по дисциплине
для студентов направления подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**квалификация (степень) выпускника
«БАКАЛАВР»**

Краснодар
2018

Рабочая программа дисциплины «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» разработана к.к.н., доцентом О.М. Моргун.

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от « 11 » августа 2016г. № 997.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры технологий сервиса и деловых коммуникаций протокол № 8 от 19 марта 2018г.

Составитель:
к.к.н., доцент



О.М. Моргун

Зав. кафедрой ТСиДК, к.с.н., доцент



Н.И. Севрюгина

Рабочая программа утверждена на заседании Научно-методического совета Академии «16» апреля 2018г., протокол № 8.

Согласовано:
Проректор по качеству образования,
доцент



К.В. Писаренко

Рецензенты:

Г.Н. Немец к.ф.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «КубГУ»

А.А. Луговой директор по маркетингу группы компаний «Р-класс»

Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО.....	5
3 Требования к результатам освоения содержания дисциплины.....	6
4 Содержание и структура дисциплины (модуля).....	11
4.1 Содержание разделов дисциплины.....	11
4.2 Структура дисциплины.....	14
4.3 Занятия лекционного типа	28
4.4 Занятия семинарского типа	28
4.5 Курсовой проект (курсовая работа).....	29
4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины.....	29
5 Образовательные технологии.....	31
5.1 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях.....	32
6 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	33
7 Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).....	34
7.1 Основная литература.....	34
7.2 Дополнительная литература.....	35
7.3 Периодические издания.....	35
7.4 Интернет-ресурсы.....	35
7.5 Методические указания к лабораторным занятиям	36
7.6 Методические указания к практическим занятиям	37
7.7 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы.	38
7.8 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий	38
8 Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	39
9 Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	39
Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины	39

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» - приобретение обучающимися знаний о видах, способах производства и применения, особенностях композиции и восприятия рекламной фотографии.

Дисциплина «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» входит в перечень обязательных дисциплин вариативной части образовательной программы бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина складывается из системы аудиторных лекций, лекционных занятий и практических упражнений самостоятельной работы. Дисциплиной предусмотрено формирование представлений о композиции, восприятии фотоснимка, особенностях применения фотографии в рекламе.

Дисциплина «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» нацелена на решение широкого круга задач, основными из которых являются: развитие у обучающихся практических навыков работы с рекламной фотографией, построения композиции рекламного фотоснимка и изучение особенностей восприятия фотографии.

В соответствии с учебным планом направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предусмотрены следующие виды деятельности: коммуникационная, рекламно-информационная, информационно-технологическая.

Задачи дисциплины по коммуникационному виду деятельности:

- развить у обучающихся способность читать информационное сообщение фотоизображения;
- развить у обучающихся способность передавать собственные творческие идеи через фотоизображение

Задачи дисциплины по рекламно-информационному виду деятельности:

- развить у обучающихся способности грамотного применения фотоизображений в рекламных целях, а также в умении самостоятельно превращать теоретические знания в метод профессионального творчества;
- развить у обучающихся способности организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Задачи дисциплины по информационно-технологическому виду деятельности:

- закрепить теорию практическими упражнениями по созданию и применению фотоизображений в рекламе;
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

–

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с квалификационными требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, предъявляемыми к выпускнику **объектами профессиональной деятельности** его являются государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации. В связи с этим обучающийся, освоивший содержание дисциплины должен знать, что композиция фотографии сосуществует в рамках объективных гармонических закономерностей построения композиции на плоскости и влияет на восприятие.

Изучение данной дисциплины базируется на дисциплинах: «Теория и практика массовой коммуникации», «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций»; знание дисциплины оказывает поддержку в учебно-исследовательской работе, при выполнении курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

Пороговый (входной) уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемый для формирования компетенции необходимых для освоения программы дисциплины «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» связан с дисциплинами и междисциплинарными связями, обеспечивающими формирование компетенций, необходимыми для освоения программы дисциплины «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий».

Логическая и содержательно-методическая взаимосвязь с другими частями ОПОП ВО (дисциплинами, модулями, практиками)

Наименование дисциплин	Формируемые компетенции
Теория и практика массовой коммуникации	ОПК-1; ОПК-4; ПК-7
Основы теории коммуникации	ПК-6
Психология массовых коммуникаций	ОПК-4
Учебная практика (Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	ОПК-1; ОПК-4; ПК-7; ПК-8; ПК-16
Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	ОПК-1; ОПК-4; ПК-7; ПК-8; ПК-16
Преддипломная практика	ОПК-1; ОПК-4; ПК-7; ПК-8; ПК-16

Междисциплинарные контрольные задания и материалы, необходимые для оценки порогового (входного) уровня знаний, умений и навыков, необходимых для формирования компетенции в процессе освоения программы дисциплины «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» представлены в комплекте оценочных средств по дисциплине согласно утвержденной формы.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

а) общая профессиональная компетенция

1. **ОПК-1** - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

знать:

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения;
- технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии;
- технологию создания фотоизображения;
- правила композиции и восприятия фотоизображения.

уметь:

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения;
- реализовывать творческие способности для создания рекламного образа.

владеть:

- навыками создания рекламного фотоизображения;
- навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа

ОПК-5 умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Знать:

- основ психологии и конфликтологии, юриспруденции.
- основ деловой этики
- методов и технологий делового администрирования
- Знание принципов маркетинговых коммуникаций
- знание принципов и технологий взаимодействия со СМИ
- Технологий подготовки и проведения презентаций
- технологии организации мероприятий, цель которых - коммуникация

Уметь:

- Определять и анализировать среду для коммуникаций
- осуществлять тренинг спикера
- общаться с клиентами в публичных информационных системах, публичными персонами, лидерами общественного мнения

Владеть:

- навыками работы с аудиторией
- навыками организации мероприятий
- навыками публичных презентаций и выступлений
- владение техниками деловых переговоров
- навыками работы с продакшн-компаниями
- умением выстраивать коммуникацию с чиновниками

ОПК-6 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Знать: основы информационной и библиографической культуры, виды информационно-коммуникационных технологий, основы информационной безопасности

Знание базовых технологий информационной бизнес-разведки

Знание методов аналитической работы с большими объемами информации

- знание морфологии поисковых запросов

Знание методов работы с открытыми данными (госорганов, коммерч.структур, отраслевых некоммерч. организаций)

Знание принципов производственно-экономической деятельности

Знание основ маркетинга и политологии

Уметь: использовать знания основ информационной и библиографической культуры, методики информационно-коммуникационных технологий, методы информационной безопасности

- производить качественный и количественный анализ публичной информации
- готовить аналитический отчет с выводами о коммуникационных угрозах, слабых сторонах, преимуществах и возможностях во взаимодействии с целевыми аудиториями объекта коммуникации
- составлять базы данных

Кодировать информацию качественную и количественную

- умение логически мыслить

-

Владеть: навыками уместного «подчеркивания» или «ретуширования» специфических особенностей

Владение на базовом уровне программами и средствами предоставления визуализации данных.

Технологиями работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска информации и базами данных.

Технологиями работы со специализированными базами СМИ и аналитическими системами.

ПК-8 - способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

ПК-12 - способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве

Знать сущность и значение маркетинга и маркетинговых исследований в деятельности предприятий.

Уметь разрабатывать маркетинговый план и проводить маркетинговые исследования по различным направлениям.

Владеть основными стратегиями маркетинга и приемами выявления маркетинговых проблем.

ДК-1 способность использовать основные законы естественнонаучных дисциплин и современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

Знать: основные законы естественнонаучных дисциплин, применяемых в современных информационно-коммуникационных технологиях в профессиональной деятельности.

Уметь: применять знания в области естественнонаучных дисциплин для понимания процессов, происходящих при осуществлении современных информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.

Владеть: навыками применения информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

Изучение дисциплины «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» подготавливает выпускника:

к коммуникационной деятельности в области техники и технологии рекламной фотографии, к освоению ОПОП магистерского уровня;

к рекламно-информационной деятельности, направленной на развитие творческого потенциала обучающегося, как основы будущей рекламной деятельности;

к информационно-технологической деятельности, направленной на проектирование и реализацию объектов рекламы различной направленности.

Выпускник должен:

- хорошо ориентироваться в терминологическом поле профессиональной практике;
- понимать основные принципы создания и реализации рекламного образа;
- уметь аргументировано обосновать свои предложения;
- знать методологическую основу поискового процесса в рекламе;

В результате изучения дисциплины «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения;
- технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии;
- технологию создания фотоизображения;
- правила композиции и восприятия фотоизображения.

УМЕТЬ:

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения;
- реализовывать творческие способности для создания рекламного образа.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками создания рекламного фотоизображения;
- навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа

4. Содержание и структура дисциплины

4.1 Содержание разделов дисциплины

Таблица 1 — Содержание разделов дисциплины

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5
1	Введение	Роль фотографии в рекламе. Особенности рекламной фотографии. Краткая история фотографии. Зарубежная и отечественная фотография. История фотографии в рекламе.	Вопросы для устного опроса.	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-12; ПК-15; ДК-1
2	Устройство фототехники	Виды фотокамер. Объектив. Устройства и основные параметры объектива. Экспозиция. Настройки экспозиции. Фокусное расстояние. Глубина резкости. Диафрагма. Затвор.	Вопросы для устного опроса.	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-12; ПК-15;

				ДК-1
3	Изобразительные средства и выразительные возможности фотографии	Понятие композиции фотографического снимка. Построение фотографического снимка. Понятие ракурса, высоты точки съёмки, границы кадра. Геометрия фотографии. Движение в статике фотографии. Свет в фотографии	Вопросы для устного опроса.	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-12; ПК-15; ДК-1
4	Восприятие фотографии	Фотография как образ прошлого. Время и пространство фотографии. Текст и контекст. Денотация и коннотация снимка. Агенты фотописьма.	Вопросы для устного опроса.	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-12; ПК-15; ДК-1
5	Практика создания рекламной фотографии	Студийная фотография. Портрет. Предметная фотография. Социальная фотография.	Вопросы для устного опроса. Портфолио практических работ.	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-12; ПК-15; ДК-1
6	Роль фотографии в рекламе.	Интеграция фотографии в науку. Назначение фотографии в рекламе. Фотография как средство коммуникации. Фотография и маркетинг	Вопросы для устного опроса. Портфолио практических работ.	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-12; ПК-15; ДК-1

4.2 Структура дисциплины

Изучение дисциплины осуществляется студентами очной формы обучения (ОФО), ускоренной очной формы обучения (УОФО), заочной формы обучения (ЗФО), ускоренной заочной формы обучения (УЗФО) объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Таблица 2 — Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ОФО

Вид работы	6 семестр	7 семестр
	Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)	72/2
Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего	36,2	61,3
Аудиторная работа, всего:	36,2	61,3
<i>Лекции (Л)</i>	12	20
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	24	40
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	0	0
Индивидуальные консультации (ИК)	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КА)	0,2	0
Консультации перед экзаменом (Конс)	0	1
Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ)	0	0,3
Самостоятельная работа в семестре, всего:	35,8	48
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	0	0
Реферат (Р)	20	20
Самостоятельное изучение разделов	9,8	20
Контрольная работа (КР)	0	0
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	6	8
Самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)	0	34,7
Вид итогового контроля по дисциплине	зачёт	экзамен

Таблица 3 — Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ЗФО

Вид работы	4 курс сессия 1,2	5 курс сессия 1
	Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)	72/2
Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего	14,2	20,3
Аудиторная работа, всего:	14,2	20,3
<i>Лекции (Л)</i>	6	6
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	8	14
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	0	0
Индивидуальные консультации (ИК)	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КА)	0	0
Консультации перед экзаменом (Конс)	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ)	0,2	0,3
Самостоятельная работа в семестре, всего:	54	115
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	0	0
Реферат (Р)	20	40
Самостоятельное изучение разделов	20	40
Контрольная работа (КР)	0	20

Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	14	15
Самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)	3,8	8,7
Вид итогового контроля по дисциплине	зачет	экзамен

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для очной формы обучения приведено в таблице 4.

Таблица 4 - Разделы дисциплины, изучаемые в 6, 7 семестрах ОФО

№ Раздела	Наименование разделов	Контактная работа/ контактные часы					Самостоятельная работа	Контроль	
		Всего	Аудиторная работа			Конс, КАЭ			ИК, КА
			Л	ПЗ	ЛР				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Введение	14	4	10	0			10	
1.1	Роль фотографии в рекламе. Особенности рекламной фотографии.								
1.2	Краткая история фотографии.								
1.3	Зарубежная и отечественная фотография.								
1.4	История фотографии в рекламе.								
2	Устройство фототехники	16	6	10	0			10	
2.1	Виды фотокамер. Объектив. Устройства и основные параметры объектива.								
2.2	<i>Мастер-класс. Экспозиция. Настройки экспозиции. Фокусное расстояние. Глубина резкости. Диафрагма. Затвор.</i>								
3.	Изобразительные средства и выразительные возможности фотографии	14	4	10	0			14	

3.1	Понятие композиции фотографического снимка. Построение фотографического снимка.								
3.2	Понятие ракурса, высоты точки съёмки, границы кадра.								
3.3	Геометрия фотографии. Движение в статике фотографии.								
3.4	<i>Мастер-класс. Свет в фотографии</i>								
4	Восприятие фотографии	18	6	12	0			18	
4.1	Фотография как образ прошлого. Время и пространство фотографии.								
4.2	Текст и контекст. Денотация и коннотация снимка. Агенты фотописьма. <i>Коллоквиум. Анализ фотоизображения</i>								
5	Практика создания рекламной фотографии	16	6	10	0			18	
5.1	<i>Мастер-класс. Студийная фотография.</i>								
5.2	Портрет в фотографии.								
5.3	<i>Мастер-класс. Предметная фотография.</i>								
5.4	Социальная фотография								
6	Роль фотографии в рекламе.	18	6	12	0			13,8	
6.1	Интеграция фотографии в науку.								

6.2	Назначение фотографии в рекламе.								
6.3	Фотография как средство коммуникации.								
6.4	Дискуссия. Фотография и маркетинг								
	<i>Итого: 216</i>	96	32	64	0	1,3	0,2	83,8	34,7
	<i>Всего: 216</i>	96	32	64	0	1,3	0,2	83,8	34,7

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для заочной формы обучения приведено в таблице 5.

Таблица 5 - Разделы дисциплины, изучаемые на 4 и 5 курсах ЗФО

№ Раздела	Наименование разделов	Контактная работа/ контактные часы						Самостоятельная работа	Контроль
		Всего	Аудиторная работа			Конс, КАЭ	ИК, КА		
			Л	ПЗ	ЛР				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Введение	4	2	4	0			28	
1.1	Роль фотографии в рекламе. Особенности рекламной фотографии.								
1.2	Краткая история фотографии.								
1.3	Зарубежная и отечественная фотография.								
1.4	История фотографии в рекламе.								
2	Устройство фототехники	6	2	4	0			28	
2.1	Виды фотокамер. Объектив. Устройства и основные параметры объектива.								
2.2	Экспозиция. Настройки экспозиции. Фокусное расстояние. Глубина резкости. Диафрагма. Затвор.								

3.	Изобразительные средства и выразительные возможности фотографии	6	2	4	0			28	
3.1	Понятие композиции фотографического снимка. Построение фотографического снимка.								
3.2	Понятие ракурса, высоты точки съёмки, границы кадра.								
3.3	Геометрия фотографии. Движение в статике фотографии.								
3.4	<i>Мастер-класс. Свет в фотографии</i>								
4	Восприятие фотографии	6	2	4	0			28	
4.1	Фотография как образ прошлого. Время и пространство фотографии.								
4.2	Текст и контекст. Денотация и коннотация снимка. Агенты фотописьма.								
5	Практика создания рекламной фотографии	6	2	4	0			28	
5.1	<i>Мастер-класс. Студийная фотография.</i>								
5.2	Портрет в фотографии.								
5.3	Предметная фотография.								
5.4	Социальная фотография								
6	Роль фотографии в рекламе.	6	2	4	0			29	
6.1	Интеграция фотографии в науку.								

6.2	Назначение фотографии в рекламе.								
6.3	Фотография как средство коммуникации.								
6.4	Дискуссия. Фотография и маркетинг								
	<i>Итого: 216</i>	34	12	22	0	0,5	0	169	12,5
	<i>Всего: 216</i>	34	12	22	0	0,5	0	169	12,5

4.3 Занятия лекционного типа

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций и иных учебных занятий, предусматривающих преимущественную передачу учебной информации научно-педагогическими работниками академии.

По дисциплине «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций.

4.4 Занятия семинарского типа

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия семинарского типа проводятся в форме: семинаров, практических занятий, практикумов, лабораторные работы, коллоквиумов.

По дисциплине «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» занятия семинарского типа проводятся в форме практических занятий

Практическое занятие — это одна из форм учебной работы, которая ориентирована на закрепление изученного теоретического материала, его более глубокое усвоение и формирование умения применять теоретические знания в практических, прикладных целях. Особое внимание на практических занятиях уделяется выработке учебных или профессиональных навыков. Такие навыки формируются в процессе выполнения конкретных заданий — упражнений, задач и т. п. — под руководством и контролем преподавателя.

4.5 Курсовой проект (курсовая работа)

Курсовая работа не предусмотрена.

4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины

Самостоятельная работа обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью имеет большое значение в формировании профессиональных компетенций будущего выпускника.

Самостоятельная работа обучающихся по курсу призвана не только закреплять и углублять знания, полученные на аудиторных занятиях, но и способствовать развитию у обучающихся творческих навыков, инициативы, умению организовывать свое время.

Для организации самостоятельной работы по изучению курса обучающимся предлагается учебная и научная литература, конспекты лекций, где изложены теоретические вопросы и фактический материал по курсу. Самостоятельная работа обучающегося предполагает качественное выполнение практических заданий по установленным преподавателем темам.

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов домашней работы – самостоятельной работы. Выделяемые часы используются для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и современных подходов к осмыслению рассматриваемых проблем.

Таблица 6 — Самостоятельное изучение разделов дисциплины по очной форме обучения

№	Вид работы	Вид контроля	ч./з.е
1	Самостоятельное изучение разделов	Контрольный опрос (устный). Индивидуальное собеседование	43,8/1,2
2	Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка практических заданий)	Просмотр и обсуждение практических заданий	40/1,1
	Итого:		83,8/2,3

Таблица 7 — Самостоятельное изучение разделов дисциплины по заочной форме обучения

№	Вид работы	Вид контроля	ч./з.е
1	Самостоятельное изучение разделов	Контрольная домашняя работа. Индивидуальное собеседование	139/3,7
2	Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка практических заданий)	Просмотр и обсуждение практических заданий	30/1
	Итого:		169/4,7

5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (тренингов, деловых игр, разбор конкретных ситуаций и т.д.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

При проведении занятий используются традиционные образовательные технологии, предполагающие прямую трансляцию знаний от преподавателя к обучающемуся (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения). Учебная деятельность обучающихся носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер. К ним относятся следующие.

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Семинар – эвристическая беседа преподавателя и обучающихся, обсуждение заранее подготовленных сообщений, проектов по каждому вопросу плана занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы.

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

Используются **технологии проблемного обучения**: проблемная лекция, практическое занятие в форме практикума и технологии проблемного обучения.

Используются **технологии проектного обучения** – организация образовательного процесса в соответствии с алгоритмом поэтапного решения проблемной задачи или выполнения учебного задания. Проект предполагает совместную учебно-познавательную деятельность группы обучающихся, направленную на выработку концепции, установление целей и задач, формулировку ожидаемых результатов, определение принципов и методик решения поставленных задач, планирование хода работы, поиск доступных и оптимальных ресурсов, поэтапную реализацию плана работы, презентацию результатов работы, их осмысление и рефлексию.

В рамках освоения содержания дисциплины «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» применяется творческий и информационный метод проектов.

В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями творческих союзов (рекламщиками, фотографами, галереистами), представителями организаций сферы дизайна и рекламы, мастер-классы экспертов и специалистов.

Основная форма проведения практических аудиторных занятий — практикум — организация учебной-познавательной задачи, требующей от обучающихся применения знания, практических навыков и активизации творческой активности.

5.1. Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

Организация образовательного процесса дисциплины «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий», предполагает активное взаимодействие педагога и обучающихся в решении учебных задач, достижение на этой основе значимого для них образовательного результата. На занятиях — лекциях используются следующие формы интерактивных технологий: лекция-беседа, лекция-дискуссия, коллективное обсуждение и т.д.

В учебный процесс дисциплины «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» включаются также формы информационно-коммуникационных образовательных технологий — организация образовательного процесса, основанная на применении специализированных программных продуктов и технических средств работы информацией.

Принципы форм учебных занятий с использованием информационно - коммуникационных технологий:

лекция-визуализация — изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах; в т.ч. иллюстративных, графических, аудио — и видеоматериалов). Наглядный материал представлен в виде презентаций и фотоматериала по изучаемым темам.

Просмотр видеоматериалов. Посещение и участие в научно-практических конференциях - Научные доклады по актуальным вопросам применения фотографии в дизайне. Привлечение специалистов-практиков для рассмотрения профессиональных вопросов работы с фотографией.

Посещение профильных специализированных выставок. Практические занятия в форме выставки или презентации — представление результатов проектной или исследовательской деятельности с использованием специализированных программных средств.

Презентация портфолио – целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные и творческие достижения в данной дисциплине. Просмотр собранного материала по темам дисциплины, выполненных фотографических композиций, выполнение творческих заданий и презентацию замыслов и результатов работы, их осмысление и рефлексию.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, как указывает ФГОС ВО, должен составлять не менее 20% аудиторных занятий.

Интерактивные занятия для ОФО

Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
ПР	<i>Мастер-класс. Экспозиция. Настройки экспозиции. Фокусное расстояние. Глубина резкости. Диафрагма. Затвор.</i>	2
ПР	<i>Мастер-класс. Свет в фотографии</i>	2
ПР	<i>Коллоквиум. Анализ фотоизображения</i>	2
ПР	<i>Мастер-класс. Студийная фотография.</i>	4
ПР	<i>Мастер-класс. Предметная фотография.</i>	4
ПР	<i>Дискуссия. Фотография и маркетинг</i>	2
ИТОГО в 4 семестре		16

Интерактивные занятия для ЗФО

Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
ПР	<i>Мастер-класс. Свет в фотографии</i>	2
ПР	<i>Дискуссия. Фотография и маркетинг</i>	2
ИТОГО в 4 семестре		4

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Для организации контроля знаний обучающихся используется комплект оценочных средств, включающий в себя:

1. Перечень вопросов для подготовки к зачёту/экзамену.
2. Практические аудиторные и самостоятельные задания по темам дисциплины.

Формами диагностического контроля лекционной части данной дисциплины могут являться устные опросы и собеседования, просмотры выполненных работ и т.д.

Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения обучающихся в изучении материала, а с другой стороны – показать эффективность выбранных средств и методов обучения.

Формы контроля могут варьироваться в зависимости от содержания раздела текущего контроля могут являться коллоквиумы, выставки практических заданий, просмотр выполненных работ с проведением коллективной рефлексии-обсуждения, анализ конкретных профессиональных ситуаций, мониторинг результатов семинарских и практических занятий и др. Формы такого контроля выполняют одновременно и обучающую функцию.

Промежуточная аттестация зачёт (в 4 семестре ОФО, 4семестре ЗФО) — направлен на определение уровня сформированности компетенций по дисциплине в целом. Фонд оценочных средств согласно установленного порядка прилагается.

Перечень видов и форм контроля дисциплины:

- выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе практических занятий;
- работа и анализ аналогового ряда;
- контрольный опрос (устный);
- презентация портфолио.

Оценочные средства по дисциплине размещены в электронной образовательной среде академии. Комплект оценочных средств по дисциплине согласно утвержденной форме прилагается.

Вопросы для проведения зачета по дисциплине «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» для студентов направления подготовки

1. Первые фотографические опыты. Тальботипия и Дагеротипия
2. Пикториальная фотография
3. Фотография и Живопись.
4. Фотография как самостоятельный жанр
5. Уличная фотография
6. Творчество Анра Картье-Брессона.
7. Решающий момент.
8. Творчество Альфреда Стиглица
9. Дух эпохи в фотографиях Доротеи Ланж,
10. Творчество Анселя Адамса.
11. Особенности советской фотографии.
12. Пролетарская фотография.
13. Творчество Аркадия Шейхета

14. Творчество Семёна Фридланда.
15. Фоторепортаж как жанр фотографии
16. Военный фоторепортаж.
17. Творчество Роберта Капы
18. Творчество Макса Альперта
19. Авангард в фотографии
20. Творчество Александра Родченко.
21. Эксперименты в фотографии.
22. Творчество Ман Рея,
23. Творчество Андрея Чежина.
24. Современные фотографы
25. Современные фотографические творческие объединения.
26. Современные жанры фотографии
27. Область применения современной фотографии
28. Параметры экспозиции
29. Понятие композиции фотографического снимка.
30. Понятие ракурса
31. Высоты точки съёмки
32. Границы кадра
33. Знак и символ в фотографии
34. Кадрирование
35. Свет в фотографии
36. Золотое сечение
37. Содержание фотографии
38. Текст и контекст
39. Агенты фотописьма (по Р. Барту)
40. Визуальный язык фотографии
41. Передача времени в фотографии
42. Порядок чтения фотографии
43. "Лобовой" и "Косой" углы в фотографии
44. Диагонали в композиции фотографии
45. Портрет в фотографии
46. Самоидентификация через портрет в фотографии
47. Фотография как идеализатор поведения
48. Визуальная самопрезентация
49. Особенности классического портрета
50. Жарновыи портрет
51. Портрет в среде
52. Роль фотографии в науке.
53. Создание фотографии в целях исследования.
54. Фотография как инструмент исследования
55. Фотография как объект исследования
56. Методы исследования при помощи фотографии.
57. Визуальные методы обратной связи: Фотовыявление
58. Визуальные методы обратной связи: Фотоотклик.
59. Фотография как средство коммуникации.
60. Фотография и маркетинг.
61. Фотография в рекламе

Таблица 8 — Этапы формирования компетенций

№ Раздела, темы	Раздел дисциплины, темы*	Виды работ		Код компетенции	Конкретизация компетенций (знания, умения, навыки)
		Контактная (аудиторная)	СРС		
1	Введение	Лекции	Проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка практических работ	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-12; ПК-15; ДК-1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; - технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения; - технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии; - технологию создания фотоизображения; - правила композиции и восприятия фотоизображения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения; - реализовывать творческие способности для создания рекламного образа. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания рекламного фотоизображения; - навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа
2	Устройство фототехники	Лекции практические занятия	Проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-12; ПК-15; ДК-1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; - технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения; - технические и программные средства для компьютерной

			практически х работ		<p>обработки фотографии;</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологию создания фотоизображения; - правила композиции и восприятия фотоизображения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения; - реализовывать творческие способности для создания рекламного образа. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания рекламного фотоизображения; - навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа
3	Изобразительные средства и выразительные возможности и фотографии	Лекции практические занятия	Проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка практически х работ	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-12; ПК-15; ДК-1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; - технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения; - технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии; - технологию создания фотоизображения; - правила композиции и восприятия фотоизображения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения; - реализовывать творческие

					<p>способности для создания рекламного образа.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания рекламного фотоизображения; - навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа
4	Восприятие фотографии	Лекции практически занятия (семинары)	Проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка практически работ	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-12; ПК-15; ДК-1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; - технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения; - технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии; - технологию создания фотоизображения; - правила композиции и восприятия фотоизображения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения; - реализовывать творческие способности для создания рекламного образа. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания рекламного фотоизображения; - навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа

5	Практика создания рекламной фотографии	Лекции практически е занятия (семинары)	Проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка практически х работ	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-12; ПК-15; ДК-1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; - технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения; - технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии; - технологию создания фотоизображения; - правила композиции и восприятия фотоизображения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения; - реализовывать творческие способности для создания рекламного образа. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания рекламного фотоизображения; - навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа
6	Роль фотографии в рекламе.	Лекции практически е занятия (семинары)	Проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка практически х работ	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-12; ПК-15; ДК-1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; - технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения; - технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии; - технологию создания фотоизображения; - правила композиции и восприятия фотоизображения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять фотосъемку для

					<p>производства рекламного продукта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения; - реализовывать творческие способности для создания рекламного образа. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания рекламного фотоизображения; - навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа
--	--	--	--	--	--

Таблица 9 — Критерии оценки промежуточной аттестации студентов по дисциплине «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий»

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Шкалы оценивания			Критерии оценивания
		Традиционная	Баллы		
Знает	<ul style="list-style-type: none"> – технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; – - технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения; – - технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии; – - технологию создания фотоизображения; – - правила композиции и восприятия фотоизображения. 	Отлично	Зачтено	90-100	теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы на высоком профессиональном уровне, все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному
Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта: – - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; – - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения; – - реализовывать творческие способности для создания рекламного образа. 				

Владеет	<ul style="list-style-type: none"> – навыками создания рекламного фотоизображения; – навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа 				
Знает	<ul style="list-style-type: none"> – технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; – - технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения; – - технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии; – - технологию создания фотоизображения; – - правила композиции и восприятия фотоизображения. 	Хо ро шо	Зачт е но	70- 89	теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов; практические навыки работы сформированы на необходимом уровне, все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками
Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта: – - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; – - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения; – - реализовывать творческие способности для создания рекламного образа. 				
Владеет	<ul style="list-style-type: none"> – навыками создания рекламного фотоизображения; – навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа 				
Знает	<ul style="list-style-type: none"> – технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; – - технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения; – - технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии; – - технологию создания фотоизображения; – - правила композиции и восприятия фотоизображения. 	Удов летв орит ельн о шо	Зачт е но	50- 69	теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, предусмотренные рабочей
Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – осуществлять фотосъемку для производства рекламного 				

	<p>продукта:</p> <ul style="list-style-type: none"> – - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; – - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения; – - реализовывать творческие способности для создания рекламного образа. 				<p>программой дисциплины задания выполнено на удовлетворительном уровне, некоторые из выполненных заданий содержат существенные ошибки</p>
Владеет	<ul style="list-style-type: none"> – навыками создания рекламного фотоизображения; – навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа 				
Знает	<ul style="list-style-type: none"> – технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; – - технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения; – - технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии; – - технологию создания фотоизображения; – - правила композиции и восприятия фотоизображения. 	Не удов летв орит ельн о шо	Не зачт е но	0 - 49	<p>теоретическое содержание дисциплины не освоено полностью; необходимые практические навыки работы не сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены с грубыми ошибками либо совсем не выполнены, качество их выполнения оценено минимальным количеством баллов.</p>
Умеет	<p>осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта:</p> <ul style="list-style-type: none"> – - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; – - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения; – - реализовывать творческие способности для создания рекламного образа. 				
Владеет	<ul style="list-style-type: none"> – навыками создания рекламного фотоизображения; – навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа 				

Вид оценки	Критерии оценки зачёта
Оценка «отлично»	Студент показывает не только высокий уровень теоретических знаний по дисциплине, но и прослеживает междисциплинарные связи, умеет связывать знания, полученные при изучении различных дисциплин, анализировать практические ситуации, принимать соответствующие решения. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, аргументировано, уместно используется информационный и иллюстративный материал (примеры из практики). На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
Оценка «хорошо»	Студент показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, профессиональными терминами, имеет представление о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается ясно, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы, задаваемые преподавателем, не вызывают существенных затруднений.
Оценка «удовлетворительно»	Студент показывает недостаточный уровень знаний учебного и лекционного материала, не в полном объеме владеет практическими навыками, чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются неубедительные. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает не достаточно глубокие знания.
Оценка «не удовлетворительно»	Студент показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на поставленные вопросы или затрудняется с ответом.

На зачёте учитывается полнота и качественное выполнение портфолио практических и самостоятельных работ. Для комплексного планирования и осуществления всех форм учебной работы и контроля рекомендуется использовать портфолио и балльно-рейтинговую систему (БРС). Балльно-рейтинговая система (БРС) наиболее эффективна для дисциплин, где формой промежуточной аттестации является экзамен. Любой элемент учебного процесса (от посещения лекции до выполнения письменных заданий) может быть соотнесен с определенным количеством баллов, обучающийся же получает возможность «накапливать» оценочные баллы в ходе изучения дисциплины.

Порядок реализации балльно-рейтинговой системы в Академии ИМСИТ реализуется отдельным локальным актом.

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)

Дисциплина «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» обеспечивается необходимой учебной, учебно-методической и специализированной литературой.

7.1 Основная литература

1. Ткаченко О.Н. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. проф. Л.М. Дмитриевой. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 176 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=891020>
2. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=484840>
3. Мудров А.Н. Реклама: глубинные смыслы / А.Н. Мудров - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 101 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=510844>
4. Федотова Е.Л. Информационные технологии и системы: Учебное пособие / Е.Л. Федотова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2014. - 352 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429113>

7.2 Дополнительная литература

1. Черников Б.В. Информационные технологии управления : учебник / Б.В. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. — 368 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=545268>
2. Федотова Е.Л. Прикладные информационные технологии: Учебное пособие / Е.Л. Федотова, Е.М. Портнов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=392462>
3. Немцова Т.И. Компьютерная графика и web-дизайн: Учебное пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 400 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=894969>
4. Немцова Т.И. Практикум по информатике. Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие / Т.И. Немцова, Ю.В. Назарова ; под ред. Л.Г. Гагариной. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. — 288 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=899497>

7.3 Периодические издания

Статьи по темам и разделам курса в профессиональных журналах:

1. «Digital Photo» - российский ежемесячный журнал о цифровой фотографии и фототехнике.»
2. «Reponses Photo» - известный французский журнал о фотографии
3. «Professional Photographer» - британский журнал по фотографии.
4. «Photo Passion» - французский журнал. Каждый выпуск журнала стремится помочь читателю повысить его профессиональный уровень фотографирования, поделится секретами фотографирования различных сюжетов, постобработки снимков в графическом редакторе.
5. «Фотомастерская» - издание по пост-фотографии.
6. «Photography Monthly» - Широко известный журнал британский журнал для цифровых и пленочных фотографов всех уровней
7. «Amateur Photographer» Английский журнал о фотографии, фототехнике и обработке изображений.
8. «Aperture» - некоммерческий фонд, направлен на продвижение фотографии
9. «Black & White Magazine» - Журнал о черно-белой фотографии.
10. «British Journal of Photography» - Британское периодическое издание о фотографии, основано в 1854 году.
11. «FOAM» - Специализированный журнал по фотографии, ежеквартально издаваемый Музеем фотографии и компанией «Vandejong Communications» в Амстердаме
12. «Popular Photography» - Ведущий американский журнал о фотографии, фототехнике и обработке изображений.

7.4 Интернет – ресурсы

1. Photographer.ru
2. Takefoto.ru
3. Prophotos.ru
4. Photo-element.ru
5. Photoword.ru
6. Photo-monster.ru
7. Fujifilmru.livejournal.com
8. 500px.com
9. Fototips.ru

Электронные библиотечные системы

1. ИНИОН – <http://www.inion.ru>
2. Российская государственная библиотека – <http://www.rsl.ru>
3. Библиотека М. Мошкова – <http://www.lib.ru>
4. Московский научный общественный фонд – <http://www.mpst.org>
5. Национальная электронная библиотека - <http://nel.nns.ru>
6. Библиографическая поисковая система «Букинист» - <http://bukinist.agava.ru>
7. Предметно-ориентированная логическая библиотечная сеть – <http://www.libweb.ru>
8. Научная электронная библиотека- www.elibrary.ru

7.5 Методические указания к лабораторным занятиям

Лабораторные занятия по данной дисциплине не предусмотрены.

7.6 Методические указания к практическим занятиям

Учебный материал по дисциплине «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» разделен на логически завершённые части (модули), после изучения которых предусматривается опрос и просмотр практических работ. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого из обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность, решение поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему.

Дисциплина «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» – входит в вариативный блок профессиональных знаний и навыков, на основе которых будет формироваться творческий аппарат обучающихся. Без успешного освоения этой дисциплины невозможно качественная профессиональная подготовка по спецдисциплинам. Формируемый арсенал знаний и навыков нацелен на успешную самостоятельную творческую деятельность в сфере дизайна. Немаловажным в процессе освоения знаний и навыков по дисциплине «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» является ознакомление обучающегося с мировой проектной практикой и опыт признанных мастеров дизайна и фотографии.

Дисциплина «Создание рекламы с использованием компьютерных технологий» осваивается практически на примерах и заданиях, сориентированных на решение творческих задач. Выдаваемые на занятиях задания сопровождаются вводным инструктированием, в котором излагаются методические и технологические требования к выполнению работы. Обучающихся знакомят с аналогами и прототипами, характерными особенностями композиционных решений в конкретных случаях, определяются цели, ставится учебная задача. Перед выполнением работы обучающиеся получают необходимую дополнительную информацию: перечень специальной и справочной литературы, визуальный материал на цифровых носителях, нормы и стандарты, технические условия и т. д.

Форма текущего контроля знаний – контроль выполнения работы обучающихся на практическом занятии. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – зачёт и экзамен.

7.7 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены.

7.8 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и программными продуктами. Содержание представлено в локальной сети вуза. Предполагается использование доступных интернет-ресурсов через поисковые системы: Яндекс, Google.

Для освоения современных компьютерных средств дизайнерской деятельности используются пакеты программных продуктов 2-х мерной графики (векторной и растровой): Corel Draw, Photoshop.

Таблица 10 - ВОЗМОЖНОСТЬ ДОСТУПА ОБУЧАЮЩИХСЯ К ЭЛЕКТРОННЫМ РЕСУРСАМ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИХ ДОКУМЕНТОВ

№	Наименование электронного ресурса	Принадлежность	Ссылка на ресурс	Наименование организации-владельца, реквизиты договора на использование	Доступность
1	2	3	4	5	6
1.	Web-ресурс «Электронная образовательная среда»	собственный	http://185.18.111.102/moodle/index.php	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
2.	Коллекция CD и DVD в фонде научной библиотеке Академии ИМСИТ	собственный	Компакт-диски (CD-ROM и DVD-ROM)	НАН ЧОУ ВПО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий»	Полная коллекция - в электронном читальном зале научной библиотеки
3.	«Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM»	сторонний	http://znanium.com	ООО «Научно-издательский центр «ИНФРА-М». Договор № 2500 эбс от -25.09.2017 г. Срок действия - до 25.09.2018 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
4.	ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru»	сторонний	http://ibooks.ru/	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г. Срок действия - до 25.01.2019 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
5.	Электронные Периодические издания	сторонний	http://elibrary.ru	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет
6.	Справочно-правовая база «Консультант Плюс»	сторонний	Локальная сеть Академии ИМСИТ	Консультант-Плюс в г. Краснодаре Договор о сотрудничестве № ИП-2 от 24.05.2007 г. действует по настоящее время	С компьютеров академии

7.	Web-ресурс «Официальный сайт Академии ИМСИТ»	собственный	http://imsit.ru	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет
8.	Учебно-методические компьютерные комплексы «Диполь» (12 МОДУЛЕЙ)	собственный	Локальная сеть академии PSS:\DIPOL\	Корпорация «Диполь» ЗАО, Договор №24/М от 31 марта 2015 года от поставке учебно-методических компьютерных комплексов	С компьютеров локальной сети академии

8. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы, ее визуальный характер, предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха.

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, имеется наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и лифтов.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов по следующим видам нарушения здоровья: опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещения». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для инвалидов вследствие сердечно-сосудистых заболеваний, оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), имеется система климат-контроля.

По необходимости для инвалидов лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики, обучающиеся обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально – техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер или ноутбук, оборудование мульти-медиа (проектор), доска). Мультимедиа-проектор необходим для демонстрации электронных презентаций по разделам дисциплины.

Перечень электронных ресурсов необходимых для изучения дисциплины представлен в таблице 11.

Таблица 11 - Перечень электронно-библиотечных систем

№	Наименование ресурса	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
1	ЭБС Znanium	ООО «ЗНАНИУМ». Договор № 2500 эбс от 25.09.2017 г.	с 25.09.2017 г. по 24.09.2018 г.
2	Научная электронная библиотека eLibrary (ринц)	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	бессрочно
3	ЭБС IBooks	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г.	с 25.01.2018 по 25.01.2019 г.
4	ЭБС Book.ru	ООО «КноРус медиа». Договор №18491866 от 26 апреля 2018 г.	Срок действия до 26 апреля 2019 г.

Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине

Перечень лицензионного программного обеспечения, реквизиты подтверждающего документа
<p>1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>2. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>3. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice, Mozilla Firefox</p>

Перечень средств материально-технического обеспечения для обучения по дисциплине представлен в таблице 13.

Таблица 13 - Перечень средств материально-техническое обеспечение для обучения по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
Аудитории для проведения занятий лекционного типа (Л)		
404, 301-303, 202, 206, 212, 210, 225, 227, 230, 232, 236, 237, 238, 113-115, 119-123.	мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями	Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice.
Аудитории для проведения занятий семинарского типа (СТ), курсовых работ (курсовых проектов) (КР), групповых (ГКонс) и индивидуальных консультаций (ИКонс), текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА)		
401,402, 403, 410,412,113-115, 119-123.	мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями	Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice.
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерный класс ауд. 114	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 20 компьютеров с выходом в интернет	1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. 2. 1С:Предприятие 8. Комплект для

		<p>обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>6. Microsoft SQL Server 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft SQL Server Management Studio 2017. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>10. CorelDRAW Graphics Suite X5 (15+1шт) Corel License Sertificate № 4090614 от 15.03.2012.</p> <p>11. Microsoft Office стандартный 2010 (20шт). Microsoft Open License №48587685 от 27.05.2011.</p> <p>12. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome,</p>
--	--	--

		<p>Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>13. Autodesk 3ds Max 2016. Письмо от 19.08.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>14. Autodesk AutoCAD 2016 — Русский (Russian). Письмо от 19.06.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>15. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>16. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>17. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p>
<p>Компьютерный класс</p> <p>ауд. 114а</p>	<p>16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 16 компьютеров с выходом в интернет, проектор, проекционный экран, сетевая академия CISCO.</p>	<p>1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017,</p>

		<p>Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>6. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>9. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>10. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>11. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p>
Читальный зал	16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 17 компьютеров с выходом в интернет	<p>1. ОС – Windows XP Professional RUS. (Коробочная версия Vista Business Starter (17шт.) и Vista Business Russian Upgrade Academic Open (17шт) - Лицензионный сертификат № 42762122 от 21.09.2007.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017,</p>

		<p>Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Office 2007 Russian. Лицензионный сертификат № 42373687 от 27.06.2007</p> <p>6. Microsoft Project профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visio профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Microsoft Visual Studio 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, StarUML V1.</p>
--	--	---