

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Кафедра менеджмента

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

«Реклама и связи с общественностью в публичной и частной сферах»

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ
Б1.О.28

краткое наименование дисциплины: нет

по направлению подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

формы обучения: очная, заочная

Год набора – 2024

Авторы – составители:

доцент кафедры менеджмента
доцент кафедры менеджмента
преподаватель кафедры менеджмента
доцент кафедры менеджмента
заведующий кафедрой менеджмента
доцент кафедры менеджмента

Белая Елена Александровна
Бондаренко Ирина Викторовна
Иванова Марина Владимировна
Матюнин Владимир Михайлович
Симагина Ольга Владимировна
Филиппов Дмитрий Викторович

Цель освоения дисциплины:

Сформировать у студентов компетенции

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

План курса:

Раздел 1. Информационные технологии в рекламе

Тема 1. Особенности векторной графики и интерфейс графических программ

Суть векторной графики и ее особенности. Преимущества векторной графики и области ее использования. Ведущие программные пакеты для редактирования векторных изображений: Adobe Illustrator и Corel Draw, их отличия. WYSIWYG-интерфейс и windows-style-интерфейс. Создание, сохранение, импорт и экспорт векторных изображений, их форматы и свойства.

Тема 2. Инструменты создания графических объектов и текста

Основные инструменты создания графических объектов и их свойства. Прямоугольники, эллипсы, многоугольники, кривые, ломаные, сплайны, таблицы, художественный и простой текст. Простые и сложные объекты. Способы создания и удаления объектов. Объект как совокупность контура и заливки.

Тема 3. Инструменты управления формой графических объектов и текста

Базовые инструменты управления формой объектов – сжатие, расширение, вращение, перекося. Базовые примитивы и произвольные объекты. Свойства базовых примитивов, их редактирование. Инструмент «форма» как основной инструмент точного управления формой объекта. Необратимость трансформации примитива в произвольный объект. Опорные точки, их виды и свойства. Сложение и вычитание объектов: сложение и вычитание контуров и заливок.

Тема 4. Инструменты управления цветом графических объектов и текста

Цветовые модели LAB-color, CMY, CMYK, RGB, BW и Grayscale, их особенности. Области использования различных цветовых моделей. Цвет как свойство контура. Простые, градиентные заливки, заливки текстурами: растровыми, процедурными, EPS-текстурами. Инструмент «интерактивная заливка». Виды отображения объектов: упрощенный, средний, максимальный. Копирование и редактирование цвета объектов.

Тема 5. Инструменты управления положением графических объектов и текста

Перемещение, копирование, масштабирование, поворот объектов и групп объектов. Относительные и абсолютные значения переменных положения объектов. Выравнивание и взаимное положение объектов. Иерархия объектов и их положение на странице. «Диспетчер объектов», страницы, слои и их свойства. Визуальные эффекты и положение объектов.

Тема 6. Особенности растровой графики и интерфейс графических программ

Суть растровой графики и ее особенности. Преимущества растровой графики и области ее использования. Ведущие программные пакеты для редактирования растровых изображений: Adobe Photoshop и GIMP, их отличия. WYSIWYG-интерфейс и «оконный» интерфейс. Использование «горячих» клавиш и их настройка. Создание, сохранение, импорт и экспорт растровых изображений, их форматы и свойства.

Тема 7. Инструменты создания графических объектов и текста

Кисти и их свойства – форма, размер, область растушевки. Заливка и ее виды. Выделение области редактирования. Сохранение и модификация области выделения. «Карандаш», «Аэрограф» как специфические виды кистей. Сохранение и загрузка пресетов кистей. Создание и редактирование текста в растровых изображениях. Растрирование и закрепление текстов, использование эффектов.

Тема 8. Инструменты управления формой графических объектов и текста

Области выделения как способ управления формой объектов. Слои и их свойства. Иерархия слоев и ее влияние на конечное изображение. Прозрачность, альфа-канал, сложение и вычитание объектов и областей выделения. «Маски» объектов как инструмент и их свойства. Художественные эффекты : «тень», «размытие» и другие и форма объектов.

Тема 9. Инструменты управления цветом графических объектов и текста

Цветовые модели в растровой графике. Смена цветовой модели и изменение цветового пространства изображения. Инструменты цветокоррекции - цветовые кривые, цветовые уровни, цветовые каналы. Выборочная замена цвета, сдвиг цвета, изменения яркости, освещенности, насыщенности изображения. Затенения и осветление изображений.

Тема 10. Инструменты управления положением графических объектов и текста

Наклон, поворот, смещение и отражение объектов по осям абсцисс и ординат. Сдвиг слоя, заморозка, склейка слоев изображения, обрезка, изменение разрешения и физического размера объектов и их элементов. Копии и клоны объектов. Отображаемая и неотображаемая области объектов. Допечатная подготовка изображений растровой графики, ретушь и устранение дефектов. Сдвиг растра.

Тема 11. Блоги как инструмент коммуникации

Определение блога, разновидности блогов. Ведущие блог-платформы: LiveJournal, BlogSpot. Другие сервисы блогов. Форматы блогов. Преимущества и недостатки stand-alone блога. Что такое хороший блог, отличительные признаки. Блог как инструмент PR. Целевая аудитория блогосферы, лидеры мнений. Блог или СМИ? Монетизация блога и возможные проблемы.

Тема 12. Социальные сети как инструмент коммуникации

Понятие социальной сети. Виды социальных сетей, их специализация. Аудитории ведущих сервисов - социальных сетей: Вконтакте, Фейсбук, Одноклассники, Инстаграм, Твиттер. Реклама и PR в социальных сетях. Таргетирование, работа с отзывами, работа с негативом, преодоление коммуникативных барьеров. Раскрутка персональных аккаунтов и сообществ. Продвижение мероприятий в социальных сетях. Тренды развития социальных сетей.

Тема 13. Электронные энциклопедии как инструмент коммуникации

Электронные энциклопедии – история вопроса, виды и типология электронных энциклопедий. Интернет 1.0 и интернет 2.0 энциклопедии как PR инструмент. Манипулирование аудиторией с помощью электронных энциклопедий. Проблема достоверности данных. Аудитория электронных энциклопедий, структура данных и структура администрирования электронных энциклопедий. Создание и размещение авторского контента в электронных энциклопедиях.

Тема 14. Статичные сайты как инструмент коммуникации

HTML как основа разметки страниц и сайтов в интернет. Синтаксис и возможности HTML. Принцип WYSIWYG-редактирования страниц и сайтов. Первые браузеры и их совместимость. Статичные сайты, их преимущества и недостатки как инструмента коммуникации. SEO-оптимизация статичных страниц и сайтов.

Тема 15. Динамические сайты как инструмент коммуникации

Суть разделения сайтов и страниц на фреймы, шаблоны и собственно контент. Настройка шаблонов и фреймов. Преимущества и недостатки динамических сайтов (страниц) по сравнению со статичными. Наиболее распространенные редакторы динамических сайтов – Vix, WordPress, другие редакторы. Настройки прав доступа к контенту. SEO-оптимизация динамических страниц.

Тема 16. Flash - сайты как инструмент коммуникации

Что такое Flash? История разработки языка и среды Flash. Войны браузеров, ограничения языка HTML. Преимущества и недостатки Flash-технологии. Flash и мобильные приложения, требовательность Flash к скорости доступа и стоимости трафика. Примеры сайтов и страниц, выполненных по технологии Flash. Сложность и комплексность Flash-приложений, их возможности как PR инструмента.

Тема 17. Ajax - сайты как инструмент коммуникации

Суть технологии AJAX. Примеры реализации сайтов, выполненных с использованием AJAX: сервисы социальных сетей, ГИС-системы, новостные ленты, e-mail-сервисы. AJAX и мобильные приложения. Когда и кому нужен AJAX? Преимущества и недостатки технологии AJAX, возможные ниши для сайтов и страниц, выполненных по технологии AJAX.

Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
<i>Блок теоретического обучения</i>	
Раздел 1. Информационные технологии в рекламе	
Особенности векторной графики и интерфейс графических программ	Решение кейсов
Инструменты создания графических объектов и текста	Решение кейсов
Инструменты управления формой графических объектов и текста	Решение кейсов
Инструменты управления цветом графических объектов и текста	Решение кейсов
Инструменты управления положением графических объектов и текста	Решение кейсов
Особенности растровой графики и интерфейс графических программ	Решение кейсов
Инструменты создания графических объектов и текста	Решение кейсов

Инструменты управления формой графических объектов и текста	Решение кейсов
Инструменты управления цветом графических объектов и текста	Решение кейсов
Инструменты управления положением графических объектов и текста	Решение кейсов
Блоги как инструмент коммуникации	Решение кейсов
Социальные сети как инструмент коммуникации	Решение кейсов
Электронные энциклопедии как инструмент коммуникации	Решение кейсов
Статичные сайты как инструмент коммуникации	Решение кейсов
Динамические сайты как инструмент коммуникации	Решение кейсов
Flash - сайты как инструмент коммуникации	Решение кейсов
Ajax - сайты как инструмент коммуникации	Решение кейсов

Основная литература:

1. PR-технологии : сб. публ. лекций для оч. формы обучения по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью / сост. Е. А. Сазонов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - фил. РАНХиГС. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2015. - 173 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2021). – Загл. с экрана.
2. Баранов, Д. Е. PR. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко. — Электрон. дан. — Москва : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. — 352 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/17007.html>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2021). - Загл. с экрана.
3. Березняков, Д. В. Средства массовой информации и PR-технологии : учеб. пособие для дистанц. обучения и самостоят. работы студентов / Д. В. Березняков ; Рос. акад. гос. службы при Президенте РФ, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск, 2007. - 185 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2021). - Загл. с экрана.
4. Козлов, С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью): учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению 031600.62 – Реклама и связи с общественностью : [в 2 ч.]. Ч. 2: Технологии интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. – Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. – 215 с. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2021). – Загл. с экрана.