

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.16 Информационные технологии в рекламе

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

42.03.01.31 Рекламный маркетинг

Форма обучения

очная

Год набора

2019

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

Кандидат педагогических наук, Доцент, Мыльникова Елена

Валентиновна

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью преподавания дисциплины является формирование у студентов базовых знаний в области применения информационных технологий в рекламе и маркетинге, использовании компьютерных технологий в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области рекламы и маркетинге, ознакомление студентов с современными подходами к Интернету как коммуникативной среде, получение ими практических навыков в области создания рекламных и маркетинговых проектов в Интернете.

1.2 Задачи изучения дисциплины

- изучение основных направлений развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности;
- изучение прикладных вопросов сетевых технологий, возможностей их использования в процессе деятельности эффективному продвижению на рынке;
- получение основ знаний о технологиях баз данных (СУБД). Знание основных архитектур баз данных, умение использовать их возможности при подготовке, разработке и реализации рекламных и маркетинговых мероприятий;
- изучение теоретических основ и приобретение практических навыков работы по изучению целевой аудитории, обработке результатов исследования целевых групп воздействия с использованием современных статистических программных продуктов и онлайн-сервисов;
- изучение теоретических основ и практики рекламной деятельности в глобальной сети Интернет, поиск актуальной информации (механизм работы поисковых серверов), изучение возможностей проведения рекламной и маркетинговой деятельности в глобальной сети.

Студенты должны знать:

- современные тенденции в области использования компьютерных и телекоммуникационных технологий в рекламе;
- основы дизайна и принципы разработки рекламных материалов с использованием современных графических программных продуктов;
- возможности использования современных платформ распределенных Web-приложений в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области рекламы и связях с общественностью;
- понятия документа и документооборота фирмы и применение систем электронного документооборота;
- основы дизайна, принципов разработки и продвижения информационных ресурсов сети Интернет.

Студенты должны уметь:

- использовать современные программные средства планирования рабочего времени, обработки компьютерной графики, макетирования и верстки документов и печатных изданий;
- ставить и решать задачи по поиску и использованию информации из информационно-справочных систем и из глобальной сети Интернет;
- проектировать, создавать, рекламировать и использовать Интернет-ресурсы;
- применять средства защиты информации от несанкционированного доступа.

Иметь навыки:

- работы с информационно-справочными системами, а также системами управления содержимым web-ресурса;
- коллективной работы над проектами в распределенных web-приложениях;
- работы с электронными органайзерами, планирования и управления контактами адресной книги.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
	ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=8436>.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Сем естр	
		1	2
Контактная работа с преподавателем:	3,22 (116)		
занятия лекционного типа	1,39 (50)		
практические занятия	1,83 (66)		
Самостоятельная работа обучающихся:	3,78 (136)		
курсовое проектирование (КП)	Нет		
курсовая работа (КР)	Нет		
Промежуточная аттестация (Зачёт) (Экзамен)	1 (36)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
						Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
				Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Информационные технологии в рекламной деятельности											
		1. Характеристика информационных технологий в рекламе.		2							
		2. Применение ППП в рекламной деятельности.		4							
		3. Использование баз данных в рекламе.		4							
		4. Основные архитектуры баз данных. Современные подходы к хранению информации.		4							
		5. Исследование рекламной аудитории. Эффективность рекламы.		4							
		6. Развитие информационных технологий в рекламе.		2							
		7. Характеристика информационных технологий в рекламе. (А)				2					
		8. Применение ППП в рекламной деятельности. (А)				4					
		9. Использование баз данных в рекламе. (А)				4					
		10. Основные архитектуры баз данных. (А)				4					

11. Современные подходы к хранению информации. (А)			4					
12. Исследование рекламной аудитории. Эффективность рекламы. (А)			4					
13. Развитие информационных технологий в рекламе. (А)			4					
14.							20	
2. Технологии разработки рекламы в графических редакторах.								
1. Современные средства и методы разработки и создания графических изображений. Обзор современных графических пакетов.	8							
2. Особенности создания графических изображений средствами векторных графических редакторов	4							
3. Особенности создания графических изображений средствами растровых графических редакторов	2							
4. Современные средства и методы разработки и создания графических изображений. Обзор современных графических пакетов. (А)			2					
5. Технологии создания графических изображений средствами векторных графических редакторов(А)			14					
6. Технологии создания графических изображений средствами растровых графических редакторов(А)			14					
7.							20	
3. Сетевые технологии и Интернет в рекламе								
1. Глобальные, локальные сети и intranet.	2							
2. Рекламные возможности сети Интернет.	4							
3. Реклама в сообщениях e-mail и телеконференциях.	4							

4. Web-сайт как объект и субъект рекламы. Баннерная реклама в сети Интернет.	4							
5. Реклама в электронной коммерции. Сетевые рекламные агентства	2							
6. Глобальные, локальные сети и intranet. (А)			2					
7. Рекламные возможности сети Интернет. Реклама в сообщениях e-mail и телеконференциях. (А)			2					
8. Web-сайт как объект и субъект рекламы. Баннерная реклама в сети Интернет. (А)			2					
9. Реклама в электронной коммерции. Сетевые рекламные агентства(А)			4					
10.							60	
11.							36	
Всего	50		66				136	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Карпузова В. И., Скрипченко Э. Н., Чернышева К. В., Карпузова Н. В. Информационные технологии в менеджменте: Учебное пособие (Москва: Вузовский учебник).
2. Мыльникова Е.В. Информационные технологии в рекламе и PR: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...42.03.01.01 - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере](Красноярск: СФУ).
3. Федотова Е. Л. Информационные технологии и системы: учеб. пособие для студентов вузов(Москва: Форум).
4. Акперов И. Г., Коноплева И. А., Сметанин А. В. Информационные технологии в менеджменте: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
5. Немцова Т. И., Казанкова Т. В., Шнякин А. В. Компьютерная графика и web-дизайн: Учебное пособие(Москва: Издательский Дом "ФОРУМ").

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. ОС Windows
2. Winrar или Winzip
3. Ms.Office
4. Adobe Photoshop
5. Corel Draw
6. Statistica

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. • справочно-правовая система «Консультант+» - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>;
2. • информационно-правовой портал «Гарант» - Режим доступа: <http://www.garant.ru/> .

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Реализация данной учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных программой учебной дисциплины и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам:

- мультимедийные компьютерные классы с доступом к сети Интернет.