

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 20.08.2017 09:28:33

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7777af5daae90acbec87d71fc

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

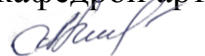
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы



А.В. Кудинова

Протокол №1 от «28» августа 2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.1.2ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ВИЗУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТАХ

Направление подготовки - 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Реклама и визуальные коммуникации

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения - очная, заочная

Краснодар
2017

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины по выбору вариативной части Блока 1 дисциплины «Информационные технологии в визуальных социальных проектах» обучающимся по очной и заочной формам обучения по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль – Реклама и визуальные коммуникации, в 4, 5 и 6 семестрах.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.04.2016 г. № 466, зарегистрированным Министерством юстиции РФ 18 мая 2016 г. № 32142 и основной образовательной программой.

Рецензенты:

Доктор филологических наук,
профессор кафедры электронных СМИ и новых
медиа Кубанского государственного
университета

Сомова Е.Г.

Кандидат педагогических наук, доцент
кафедры информатики КГИК

Турчин В.А.

Составители:

А.Ю.Куликов кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры арт-бизнеса и рекламы КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса и рекламы «28» августа 2017 г., протокол № 1.

Рабочая программа учебной дисциплины «Информационные технологии в визуальных социальных проектах» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «30» августа 2017 г., протокол № 1.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	С.4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	С. 4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	С. 5
4. Структура и содержание дисциплины	С.6-14
4.1. Структура дисциплины:	С.6-7
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	С.7-14
5. Образовательные технологии	С. 14
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	С.14-19
6.1. Контроль освоения дисциплины	С.14-15
6.2. Оценочные средства	С.15-19
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	С.19-25
7.1. Основная литература	С. 19
7.2. Дополнительная литература	С.19-20
7.3. Периодические издания	С. 20
7.4. Интернет-ресурсы	С. 20
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	С. 20-25
7.6. Программное обеспечение	С. 25
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	С. 25-26
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	С. 27

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:изучение студентами основных аспектов информационных технологий в рекламе и визуальных коммуникациях, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для визуальной информации и применения соответствующих алгоритмов с целью подготовки содержания и оформления визуальных рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению визуальных и социальных проектов, оценки эффективности.

Задачи:

- изучение основных аспектов современных компьютерных информационных технологий в визуальных и социальных проектах, требований к составу информации, ее содержанию и функциям;
- изучение основных направлений развития и совершенствования сферы информационного обеспечения визуальных коммуникаций(правовой, технической, организационный и экономический аспекты);
- изучение прикладных вопросов компьютерных и сетевых технологий, возможностей их использования в процессе визуальных коммуникаций;
- получение основ знаний о технологиях баз данных (СУБД). Знание основных архитектур баз данных, умение использовать их возможности при подготовке, разработке и реализации визуальных проектов;
- изучение теоретических основ и приобретение практических навыков работы по изучению потенциальной аудитории, обработке результатов исследования аудитории с использованием современных статистических программных продуктов;
- изучение теоретических основ и практики работы в глобальной сети Интернет, поиск актуальной информации (механизм работы поисковых серверов), изучение возможностей визуальных коммуникаций в глобальной сети;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Информационные технологии в визуальных социальных проектах»относится к дисциплинам по выбору вариативной части

Для освоения данной дисциплины необходимо предшествующее освоение дисциплин базовой части Б1.Б.18 Информационные системы и технологии. Дисциплина «Информационные технологии в визуальных социальных проектах» необходима для освоения студентами последующих дисциплин вариативной части Б1.В.ДВ.3 «Креативное проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях».

Программа адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) общепрофессиональных (ОПК): способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2);

а) профессиональных (ПК): владением навыками подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемами библиографического описания, знанием основных библиографических источников и поисковых систем (ПК-5); способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать: принципы применения современных информационных технологий в науке и предметной деятельности, основы численных методов, элементы теории математической статистики;

Уметь:

- самостоятельно работать со специализированными компьютерными приложениями, начиная от постановки задачи до решения и грамотной интерпретации результатов;

- работать в локальной сети с устройствами сетевого окружения;

- использовать для визуальных коммуникаций целей электронную почту (в том числе присоединять файлы различных форматов);

- настроить компьютер для работы в Интернет (знать основы организации Интернет и смысл IP – и URL адресов), знать и при необходимости уметь изменять настройки браузеров;

- работать с поисковыми серверами и информационными порталами; ориентироваться в технологиях и стандартах баннерной рекламы, в работе сетевых рекламных агентств и сетей баннерного обмена.

Владеть:

- специализированными приложениями на рабочем месте клиента в локальной сети;

- программами для статистической обработки результатов исследований и прогнозирования реакции аудитории (как, например, SPSS), а также находить и использовать информацию в глобальной сети Интернет.

Приобрести опыт деятельности: информационной деятельности в сфере социальной рекламы и социальных визуальных коммуникаций.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единиц (360 часов).

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	К	СР	
1	Информационные технологии в сфере визуальных коммуникаций.	4	1-18	18	18		36	4 неделя – опрос 12 неделя - опрос, обсуждение эссе зачет
2	Информационная база визуальных коммуникаций.	5	1-18	18	18	9	27	4 неделя – опрос 2 неделя - опрос, обсуждение эссе экзамен
3	Визуальные рекламные технологии в Интернет.	6	1-18	36	36	36	108	8 -17 недели анализ разрабатываемых проектов экзамен
Итого				72	72	45	171	360

По заочной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	К	СР	

1	Информационные технологии в сфере визуальных коммуникаций.	4		4	6		58	Опрос, зачет
2	Информационная база визуальных коммуникаций.	5	9 - 17	4	6		53	опрос, обсуждение эссе экзамен
3	Визуальные рекламные технологии в Интернет.	6	1- 17	6	8		193	анализ разрабатываемых проектов экзамен
Итого				14	20	22	304	360 экзамен

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

По очной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1		3	4
Раздел 1. Информационные технологии в сфере визуальных коммуникаций. (4 семестр)			
Тема 1.1 Характеристика информационных технологий в визуальных и социальных проектах	<u>Лекции:</u> Общие сведения об информационных технологиях в визуальных коммуникациях. Основные требования к информационному обеспечению социальной деятельности. Программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в визуальных исследованиях. Новые подходы к подготовке содержания и формы подачи визуальных социальных проектов с использованием современных компьютерных технологий. Современные	10	ОПК-2 ПК-5 ПК-9

	<p>графические пакеты, использование возможностей компьютерных технологий по подготовке аудио, видео фрагментов и анимации. Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности: правовые аспекты; технические и технологические аспекты; новые организационные формы.</p>		
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u> Работа с графическими редакторами с целью создания визуальных рекламных проектов.</p>	8	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме, подготовка эссе и презентаций в PowerPoint</p>	18	
<p>Тема 1.2 Исследование аудитории. Эффективность визуальных продуктов</p>	<p><u>Лекции:</u> Методы сбора информации о визуальных продуктах. Способы проведения исследований. Обработка результатов исследований с использованием современных статистических программ. Последовательность решения различных задач исследования: цель исследования потенциальной аудитории; постановка задачи исследования; используемые методы, их возможности и ограничения; получение результатов и их интерпретация. Практическое использование результатов исследования в визуальных коммуникациях. Способы оценки эффективности рекламного воздействия. Возможности повышения эффективности воздействия на основе современных информационных технологий. Анализ эффективности визуальных проектов: экспертная оценка с компьютерной обработкой результатов. Оценка согласованности мнения экспертов.</p>	8	<p><i>ОПК-2 ПК-5 ПК-9</i></p>
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Создание визуальных и социальных проектов. 2. Способы оценки эффективности визуальных социальных проектов.</p>	10	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point</p>	18	

Раздел 2. Информационные технологии во сфере визуальных коммуникаций (5 семестр).

<p>Тема 2.1. Использование баз данных в визуальных коммуникациях, основные архитектуры баз данных. Современные подходы к хранению информации.</p>	<p><u>Лекции:</u> Использование баз данных в рекламе. Понятие, виды и функции информации в рекламе. Создание и использование фонда рекламной информации. Основы технологий баз данных (БД) и использования возможностей БД в рекламной деятельности. Современные системы управления БД (СУБД). Базы данных: сбор информации, общие принципы хранения и организации информации (записи, поля, индексы). Основные архитектуры баз данных: иерархические, сетевые, реляционные, объектно-ориентированные. Преимущества и недостатки каждого вида архитектуры БД. Возможности БД по надежному хранению больших объемов информации, быстрому поиску, формированию сложных запросов. Проведение аналитической работы по подготовке рекламной кампании с использованием запросов к БД. Хранилища данных (информационные хранилища), их отличие от классических БД. Формирование и использование информационных хранилищ; компьютерные приложения, используемые для их организации. Компьютерные программы интеллектуального поиска данных (Data Mining).</p>	<p>18</p>	<p><i>ОПК-2 ПК-5 ПК-9</i></p>
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u> Создание собственной базы данных визуальной информации. Работа с файлообменниками.</p>	<p>18</p>	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point. Сбор информации проведение аналитической работы по подготовке информационных хранилища.</p>	<p>27</p>	

Раздел 3. Визуальные рекламные технологии в Интернет. (6 семестр)

<p>Тема 3.1. Возможност и визуальной рекламы возможности сети Интернет.</p>	<p><u>Лекции:</u> Развитие и принципы организации глобальной сети Интернет: структура, средства передачи данных, система адресации. Особенности рекламной коммуникации в Интернет, адресация электронной почты, технология www – гипертекстовое представление информации, адреса URL, браузеры для просмотра Web–сайтов.</p> <p>Основные направления обеспечения информационной безопасности: правовая защита, организационная защита, инженерно-техническая защита (аппаратные, программные, криптографические средства). Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании. Использование обычных методов рекламы (off-line) и методов рекламы в сети Интернет (on-line). Ориентация средств рекламы на этапы жизненного цикла сайта. Web-сайт как "электронная витрина" компании. Реализация возможности имиджевой рекламы компании, поддерживающей рекламу товаров, рекламы при выведении на рынок новых товаров и т.п.. Использование возможностей Web-сайта для проведения пробных рекламных кампаний, изучения (тестирования) аудитории посетителей сайта.</p>	<p>20</p>	<p><i>ОПК-2 ПК-5 ПК-9</i></p>
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Web-сайт как «электронная витрина». 2. Визуальное оформление сайта. 3. Визуальный контент.</p>	<p>16</p>	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> создание собственного Web-сайт в программе блокнот.</p>	<p>78</p>	
<p>Тема 3.2. Баннерная реклама в сети Интернет</p>	<p><u>Лекции:</u> Понятие визуального баннера. Виды баннеров, выполняемые ими функции. Стандарты на графические баннеры в сети, организации, занимающиеся подготовкой и внедрением баннерных стандартов. Современные формы баннерной рекламы: использование технологии GIF-анимации, аудио и видеосредств.</p>	<p>16</p>	<p><i>ОПК-2 ПК-5 ПК-9</i></p>

	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Внедрение баннера на сайте. 2. Вирусное распространение визуальных продуктов в сети Интернет.	20	
	<u>Самостоятельная работа:</u> анализ баннерной рекламы на коммерческих сайтах г. Краснодара. Создание и подготовка баннера	30	
	Контроль	45	
	Вид итогового контроля	Экзамен	
	Всего	360	

По заочной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1		3	4
Раздел 1. Информационные технологии в сфере визуальных коммуникаций. (4 семестр)			
Тема 1.1 Характеристика информационных технологий в визуальных и социальных проектах	<u>Лекция:</u> Общие сведения об информационных технологиях в визуальных коммуникациях. Основные требования к информационному обеспечению социальной деятельности. Программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в визуальных исследованиях. Новые подходы к подготовке содержания и формы подачи визуальных социальных проектов с использованием современных компьютерных технологий. Современные графические пакеты, использование возможностей компьютерных технологий по подготовке аудио, ви-део фрагментов и анимации.	4	ОПК-2 ПК-5 ПК-9

	<p>Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности: правовые аспекты; технические и технологические аспекты; новые организационные формы.</p> <p><u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрено.</p> <p><u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме, подготовка эссе и презентаций в PowerPoint</p>	24	
<p>Тема 1.2 Исследования аудитории. Эффективность визуальных продуктов.</p>	<p>Лекция: не предусмотрена</p> <p><u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1.Создание визуальных и социальных проектов. 2.Способы оценки эффективности визуальных социальных проектов.</p> <p><u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point</p>	6	<p><i>ОПК-2</i> <i>ПК-5</i> <i>ПК-9</i></p>
		24	
	<p>Раздел 2. Информационные технологии в сфере визуальных коммуникаций (5 семестр).</p>		
<p>Тема 2.1. Использование баз данных в визуальных коммуникациях, основные архитектуры баз данных. Современные подходы к хранению информации.</p>	<p><u>Лекция:</u> Использование баз данных в рекламе. Понятие, виды и функции информации в рекламе. Создание и использование фонда рекламной информации. Основы технологий баз данных (БД) и использования возможностей БД в рекламной деятельности. Современные системы управления БД (СУБД). Базы данных: сбор информации, общие принципы хранения и организации информации (записи, поля, индексы). Основные архитектуры баз данных: иерархические, сетевые, реляционные, объектно-ориентированные. Преимущества и недостатки каждого вида архитектуры БД. Возможности БД по надежному хранению больших объемов информации, быстрому поиску, формированию сложных запросов. Проведение аналитической работы по подготовке рекламной кампании с</p>	4	<p><i>ОПК-2</i> <i>ПК-5</i> <i>ПК-9</i></p>

	использованием запросов к БД. Хранилища данных (информационные хранилища), их отличие от классических БД. Формирование и использование информационных хранилищ; компьютерные приложения, используемые для их организации. Компьютерные программы интеллектуального поиска данных (Data Mining).		
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1.Создание собственной базы данных визуальной информации. 2.Работа с файлообменниками.	6	
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point. Сбор информации проведение аналитической работы по подготовке информационные хранилища.	53	
Раздел 3. Визуальные рекламные технологии в Интернет (6 семестр).			
Тема 3.1. Возможност и визуальной рекламы возможности сети Интернет.	<u>Лекции:</u> Развитие и принципы организации глобальной сети Интернет: структура, средства передачи данных, система адресации. Особенности рекламной коммуникации в Интернет, адресация электронной почты, технология www – гипертекстовое представление информации, адреса URL, браузеры для просмотра Web-сайтов. Основные направления обеспечения информационной безопасности: правовая защита, организационная защита, инженерно-техническая защита (аппаратные, программные, криптографические средства). Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании. Использование обычных методов рекламы (off-line) и методов рекламы в сети Интернет (on-line). Ориентация средств рекламы на этапы жизненного цикла сайта. Web-сайт как "электронная витрина" компании. Реализация возможности имидже-	4	<i>ОПК-2 ПК-5 ПК-9</i>

	вой рекламы компании, поддерживающей рекламы товаров, рекламы при выведении на рынок новых товаров и т.п.. Использование возможностей Web-сайта для проведения пробных рекламных кампаний, изучения (тестирования) аудитории посетителей сайта.		
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Web-сайт как «электронная витрина», 2. Визуальное оформление сайта. 3. Визуальный контент.	6	
	Самостоятельная работа: создание собственного Web-сайт в программе блокнот.	101	
Тема 3.2. Баннерная реклама в сети Интернет	<u>Лекции:</u> Понятие визуального баннера. Виды баннеров, выполняемые ими функции. Стандарты на графические баннеры в сети, организации, занимающиеся подготовкой и внедрением баннерных стандартов. Современные формы баннерной рекламы: использование технологии GIF-анимации, аудио и видеосредств.	2	ОПК-2 ПК-5 ПК-9
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Внедрение баннера на сайт. 2. Вирусное распространение визуальных продуктов в сети Интернет.	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> анализ баннерной рекламы на коммерческих сайтах г. Краснодара. Создание и подготовка баннера	92	
Контроль		22	
Вид итогового контроля		экзамен	
Всего		360	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Проблемное обучение, исследовательские методы в обучении, технология проектной деятельности, мультимедийное сопровождение лекционного материала.

6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- тестирование
- подготовка презентацией в PowerPoint
- аналитические задания и обсуждение результатов их выполнения

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- устные ответы,
- оценка самостоятельно выполненных интернет проектов.

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий

1. Специальное буквенное обозначение, характеризующее часть Интернет"адреса и определяющее либо географическое место" положение сервера, либо его принадлеж" ность к тому или иному типу организации, это:

- 1 доменное имя
- 2 URL
- 3 браузер
- 4 HTML.

2. Комплекс Web"страниц, предназна" ченных для обмена сообщениями с возмож" ностью их классификации по темам и сохра" нения их для последующего использования, называется:

- 1 форумом

- 2 чатом
- 3 сайтом
- 4 порталом.

3. Совокупность Web"страниц, связан"ных единством содержания и, как правило, оформления, с возможностью навигации между этими страницами, имеющая общее доменное имя, это:

- 1 сервер
- 2 провайдер
- 3 сайт
- 4 чат.

4. Компьютерная система и технология, обеспечивающая возможность создания, хранения и воспроизведения разнородной информации, включая текст, звук, видео"изображение, это:

- 1 анимация
- 2 мультимедиа
- 3 телетекст
- 4 гипертекст.

5. Какой из видов ресурсов обладает свойствами нерасходуемости, неисчерпаемости и постоянного роста объема:

- 1 стратегические ресурсы
- 2 кадровые ресурсы
- 3 информационные ресурсы
- 4 природные ресурсы

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Дайте определение информационных технологий в визуальных коммуникациях.
2. Назовите функции информационных технологий в визуальных коммуникациях.
2. Перечислите основные требования к информационному обеспечению социальной деятельности.
3. Назовите программные продукты, используемые в визуальных исследованиях.
4. Перечислите графические пакеты, использование возможностей компьютерных технологий по подготовке аудио, видео фрагментов и анимации..
- 5.Какие основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности
6. Перечислите методы сбора информации о визуальных продуктах.
7. Назовите способы проведения исследований.
9. Перечислите способы оценки эффективности рекламного воздействия.
10. Понятие, виды и функции информации в рекламе.

12. Назовите технологии баз данных и использования возможностей БД в рекламной деятельности.

6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Современные информационные технологии в рекламе.
2. Исследование рекламной аудитории: способы проведения и методы обработки результатов.
3. Возможности современных компьютерных технологий по повышению эффективности рекламы. Оценка эффективности.
4. Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности.
5. Использование технологий баз данных в рекламе.
6. Информационные хранилища и интеллектуальный анализ данных в рекламе.
7. Локальные компьютерные сети и сети intranet как основа внутрикорпоративной рекламной деятельности.
8. Использование в рекламной практике технологий глобальных компьютерных сетей.
9. Рекламные возможности сети Интернет.
10. Реклама по e-mail и в телеконференциях: основные возможности.
11. Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании.
12. Использование возможностей Web-сайта для ведения рекламной деятельности.
13. Реклама в электронной коммерции.
14. Баннерная реклама в сети Интернет.
15. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги.

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине

1. Определение и функции информационных технологиях в визуальных коммуникациях.
2. Основные требования к информационному обеспечению социальной деятельности.
3. Программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в визуальных исследованиях.
4. Современные графические пакеты, использование возможностей компьютерных технологий по подготовке аудио, ви-део фрагментов и анимации.
5. Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности
6. Методы сбора информации о визуальных продуктах.
7. Способы проведения исследований. Обработка результатов исследований с использованием современных статистических программ
8. Практическое использование результатов исследования в визуальных коммуникациях.
9. Способы оценки эффективности рекламного воздействия.
10. Анализ эффективности визуальных проектов: экспертная оценка с компьютерной обработкой результатов.

11. Понятие, виды и функции информации в рекламе.
12. Основы технологий баз данных и использования возможностей БД в рекламной деятельности.
13. Хранилища данных (информационные хранилища), их отличие от классических БД.
14. Основные архитектуры баз данных: иерархические, сетевые, реляционные, объект-но-ориентированные.
15. Формирование и использование информационных хранилищ; компьютерные приложения, используемые для их организации.
16. Базы данных: сбор информации, общие принципы хранения и организации информации.
17. Проведение аналитической работы по подготовке рекламной кампании с использованием запросов к БД.

6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности. Содержание и функции информации в рекламе;
2. Современные организационные формы и технические средства информационного обеспечения рекламы;
3. Базы данных и информационные хранилища – разработка и практическое использование в рекламе;
4. Использование компьютерно-сетевых технологий для информационного обеспечения рекламной деятельности;
5. Основные данные по аппаратному составу и прикладному программному обеспечению современного рабочего места для рекламной работы;
6. Локальные вычислительные сети. Развитие локальных сетей, основные особенности их функционирования, их возможности по обеспечению совместной работы и внутрифирменной рекламной деятельности;
7. Использование баз данных и в целях информационного обеспечения рекламной деятельности фирмы;
8. Основные архитектуры баз данных. Проведение аналитической работы по подготовке рекламной кампании с использованием запросов к БД.
9. Глобальные вычислительные сети, их возникновение и развитие. Основные принципы организации глобальных сетей, развитие глобальных средств рекламной коммуникации;
10. Электронная почта, почтовые серверы. Списки рассылки, их использование для почтовой рекламы;
11. Новостные серверы и серверы телеконференций. Правила подписки и участия в телеконференции. Возможности рекламы в телеконференциях;
12. Методы сбора и анализа информации о рекламной аудитории. Современные программы статистической обработки наблюдений;
13. Использование программ статистической обработки для выделения целевых групп, поиска взаимосвязей в данных, прогнозирования отклика на рекламные сообщения;
14. Средства для рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы и рекламные информационные службы;

15. Рекламная деятельность при создании и продвижении Web-сервера компании;
16. Web-сервер как информационная витрина, возможности проведения различных рекламных мероприятий;
17. Взаимодействие с клиентом Web-сервера, работа в интерактивном режиме; рекламные средства для установления связи с посетителем;
18. Электронные магазины: изучение покупателей, проверка реакции на различные рекламные мероприятия, побуждение к совершению покупки;
19. Работа сетевых рекламных агентств. Набор оказываемых услуг, виды оплаты;
20. Сети баннерного обмена, их назначение и принципы функционирования.

6.2.6. Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

1. Гордукалова, Г.Ф. Технологии анализа и синтеза профессиональной информации: учеб.-практ. пособие / Г. Ф. Гордукалова. - СПб. : Профессия, 2015. - 543 с
2. Информатика. Базовый курс : учеб. пособие / под ред. С.В. Симоновича; [гриф МО]. - 3-е изд. - М.; СПб. [и др.] : Питер, 2016. - 637 с.;
3. Исаев Г.Н. Информационные технологии: учебное пособие. - М. : Омега-Л, 2012 // URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=79731>
4. Исакова А.И. Информационные технологии : учебное пособие. - Томск: Эль Контент, 2012 // URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=208647>;
5. Советов, Б.Я. Информационные технологии : учеб. для бакалавров: [гриф МО] / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. - 6-е изд. - М. : Юрайт, 2012. - 263 с.

7.2. Дополнительная литература

1. Зенгин, С.С. Проекты и проектная деятельность в социокультурной сфере [Текст] : учеб. пособие / С. С. Зенгин. - Краснодар : КГИК, 2016. - 171 с. - ISBN 978-5-94825-223-0
2. Отраслевые информационные ресурсы: учеб. / под ред. Р.С. Гиляревского, Т.В. Захарчук. - СПб. : Профессия, 2015. - 415 с.
3. Щетинская Н.Б. Адаптация студентов с ограниченными возможностями здоровья к условиям обучения в вузе культуры: Методические рекомендации для преподавателей. – Краснодар: КГИК, 2016. – 42 с.
4. Щетинская Н.Б. Развитие коммуникативной компетенции студентов с ограниченными возможностями здоровья: Методические рекомендации для студентов. – Краснодар: КГИК, 2016. – 28 с.

5. Руськин В. И. Социокультурная реабилитация студентов-инвалидов средствами искусства в процессе педагогической деятельности: Методические рекомендации. – Краснодар: КГИК, 2016. – 22 с.

7.3. Периодические издания

1. Реклама. Теория и практика
2. Рекламные Технологии

7.4. Интернет-ресурсы

URL: <http://www.Advertology.ru>;

URL: <http://www.Sostav.ru>

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно-экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций. Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;
- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

Методические указания к выполнению реферативной работы

Реферат - краткое письменное изложение материала по определенной теме, выполняется с целью привития студентам навыков самостоятельного поиска и анализа информации, формирования умения подбора и изучения литературных источников, используя при этом дополнительную научную, методическую и периодическую литературу.

Реферат - это самостоятельная учебно-исследовательская работа учащегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.

Этапы работы над рефератом:

1. Формулирование темы. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но оригинальной, интересной по содержанию.

Тема реферата выбирается по желанию студента из списка, предлагаемого преподавателем. Выбранная тема согласовывается с преподавателем. После

выбора темы требуется подобрать, изучить необходимую для ее разработки информацию. Тема может быть сформулирована студентом самостоятельно.

2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 8-10).

3. Составление библиографии.

4. Обработка и систематизация информации.

5. Разработка плана реферата.

6. Написание реферата.

7. Публичное выступление с результатами исследования на семинарском занятии, заседании предметного кружка, студенческой научно-практической конференции.)

Содержание работы должно отражать знание современного состояния проблемы, обоснование выбранной темы, использование известных результатов и фактов, полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой; актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

План реферата должен включать в себя: введение, основной текст и заключение. Во введении аргументируется актуальность выбранной темы, указываются цели и задачи исследования. В нем же можно отразить методику исследования и структуру работы. Основная часть работы предполагает освещение материала в соответствии с планом. Основной текст желательно разбивать на главы и параграфы. В заключении излагаются основные выводы и рекомендации по теме исследования.

Критерии оценки реферата:

- **знание и понимание проблемы;**

- умение систематизировать и анализировать материал, четко и обоснованно формулировать выводы;

- «трудозатратность» (объем изученной литературы, добросовестное отношение к анализу проблемы);

- самостоятельность, способность к определению собственной позиции по проблеме и к практической адаптации материала, недопустимость прямого плагиата;

- выполнение необходимых формальностей (точность в цитировании и указании источника текстового фрагмента, аккуратность оформления).

Рекомендации к подготовке мультимедиа-презентаций и докладов

1. Доклад - это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

2. Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия.

3. Материалы при его подготовке должны соответствовать научно-методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.

4. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

5. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

6. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить обсуждение.

7. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

8. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

9. Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем и в установленный срок.

Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. В докладе необходимо: сообщать новую информацию, использовать технические средства, знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара), уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы, четко выполнять установленный регламент, иметь представление о композиционной структуре доклада.

Выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение. Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название презентации (доклада), сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, акцентирование оригинальности подхода

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.

Заключение - это ясное четкое обобщение и краткие выводы.

Методические указания для подготовки к семинарским занятиям

Семинарские занятия проводятся в форме дискуссии, на которых проходит обсуждение конкретных экономических ситуаций. Обсуждения направлены на освоение научных основ, эффективных методов и приемов решения конкретных практических задач, на развитие способностей к творческому использованию получаемых знаний и навыков. Основная цель проведения семинара заключается в закреплении знаний полученных в ходе прослушивания лекционного материала. Семинар проводится в форме устного опроса студентов по вопросам семинарских занятий, а также в виде решения практических задач или моделирования практической ситуации.

В ходе подготовки к семинару студенту следует просмотреть материалы лекции, а затем начать изучение учебной литературы. Следует знать, что освещение того или иного вопроса в литературе часто является личным мнением

автора, построенного на анализе различных источников, поэтому следует не ограничиваться одним учебником или монографией, а рассмотреть как можно больше материала по интересующей теме.

Обязательным условием подготовки к семинару является изучение нормативной базы. Для этого следует обратиться к любой правовой системе сети Интернет. В данном вопросе не следует полагаться на книги, так как законодательство претерпевает постоянные изменения и в учебниках и учебных пособиях могут находиться устаревшие данные.

В ходе самостоятельной работы студенту для необходимы отслеживать научные статьи в специализированных изданиях, а также изучать статистические материалы, соответствующей каждой теме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
4. Выполнить домашнее задание;
5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

Методические указания к анализу кейсов – практических ситуаций

Кейс (в переводе с англ. - случай) представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения.

Обычно кейс содержит схематическое словесное описание ситуации, статистические данные, а также мнения и суждения о ситуациях, которые трудно предсказать или измерить. Кейс, охватывает такие виды речевой деятельности как чтение, говорение и письмо.

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Данный материал необходим для обсуждения предлагаемых тем, направленных на развитие навыков общения и повышения профессиональной компетенции.

Зачастую в кейсах нет ясного решения проблемы и достаточного количества информации.

Типы кейсов:

- Структурированный (highly structured) кейс, в котором дается минимальное количество дополнительной информации.
- Маленькие наброски (short vignettes) содержащие, как правило, 1-10 страниц текста.
- Большие неструктурированные кейсы (long unstructured cases) объемом до 50 страниц.

Способы организации разбора кейса:

- ведет преподаватель;
- ведет студент;
- группы студентов представляют свои варианты решения;
- письменная домашняя работа.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов: используйте знания, полученные в процессе лекционного курса, внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами, не смешивайте предположения с фактами.

Анализ кейса должен осуществляться в определенной последовательности:

1. Выделение проблемы.
2. Поиск фактов по данной проблеме.
3. Рассмотрение альтернативных решений.
4. Выбор обоснованного решения.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – WindowsXP, Windows 7; пакет прикладных программ MSOffice 2007;

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;

- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____;

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и
рекомендованы на заседании кафедры _____

(наименование)

Протокол № _____ от «___» _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)

_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)

Заведующий кафедрой

_____/_____/_____/_____
(наименование кафедры) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)