

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 15.05.2025 12:34:47  
Уникальный программный ключ:  
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»  
Институт мировой экономики и бизнеса**  
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

#### **42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

#### **РЕКЛАМА**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2025 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Технологии производства в рекламе и связях с общественностью» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 5, 6 семестрах 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 4 разделов и 24 тем и направлена на изучение специфики производства и внедрения рекламных материалов, а также методов и инструментов производства коммуникационных продуктов в рамках рекламной и PR деятельности.

Целью освоения дисциплины является изучение базовых знаний по современным технологиям полиграфии и их применения при производстве печатной рекламы, а также мультимедийного коммуникационного продукта.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Технологии производства в рекламе и связях с общественностью» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

| Шифр  | Компетенция                                                                                                                                                                                                               | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-1 | Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;<br>ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;      |
| ОПК-2 | Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах                    | ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;<br>ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.;                                                                                       |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности                                                                                                                           | ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;<br>ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; |
| ОПК-6 | Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии                                                                                        | ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение;<br>ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;                                                                    |
| ПК-1  | Способен участвовать в реализации коммуникационных                                                                                                                                                                        | ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

| Шифр | Компетенция                                                                                                                                                                                                                              | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | кампаний, проектов и мероприятий                                                                                                                                                                                                         | общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;<br>ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;<br>ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ПК-2 | Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта                                                                                                                 | ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;<br>ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;<br>ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ПК-4 | Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании | ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.;<br>ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;<br>ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.; |

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Технологии производства в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Технологии производства в рекламе и связях с общественностью».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

| Шифр  | Наименование компетенции                                                                                                                                                                                                  | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-6 | Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии                                                                                        | Цифровая грамотность;<br>Основы дизайна;<br>Компьютерные технологии в дизайне рекламы;<br>Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам;                                                                                                                                                                                                           | Преддипломная практика;                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| ОПК-1 | Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | Основы дизайна;<br>Русский язык и культура речи;<br><i>Иностранный язык**</i> ;<br>Иностранный язык (второй) (факультатив);<br>Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам;<br><i>Иностранный язык в профессиональной деятельности**</i> ;<br><i>Русский язык в профессиональной деятельности**</i> ;<br><i>Русский язык как иностранный**</i> ; | Преддипломная практика;<br>Основы брендинга;<br>Креатив в рекламе;<br>Иностранный язык (второй) (факультатив);<br><i>Иностранный язык в профессиональной деятельности**</i> ;<br><i>Русский язык в профессиональной деятельности**</i> ;                                                                   |
| ОПК-2 | Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах                    | Основы теории коммуникации;<br>Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам;<br>Правоведение;<br>Философия;<br>Политология;                                                                                                                                                                                                                       | Преддипломная практика;<br>Креатив в рекламе;<br>Marketing Communications Trends;                                                                                                                                                                                                                          |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности                                                                                                                           | Введение в специальность;<br>Философия;<br>Основы маркетинга;<br>Русский язык и культура речи;<br>Компьютерные технологии в дизайне рекламы;<br>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;<br>Основы связей с общественностью;<br>Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам;                                                               | Преддипломная практика;<br>Основы брендинга;                                                                                                                                                                                                                                                               |
| ПК-1  | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий                                                                                                                                       | Введение в специальность;<br>История рекламы и связей с общественностью;<br>Основы менеджмента;<br>Компьютерные технологии в дизайне рекламы;<br>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;<br>Основы связей с общественностью;<br><i>PR в современном мире**</i> ;<br><i>Нестандартные рекламные и PR-технологии**</i> ;                           | Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;<br>Основы брендинга;<br>Креатив в рекламе;<br>Поведение потребителей;<br>Теория и практика продаж в рекламе;<br><i>Копирайтинг в рекламе**</i> ;<br><i>Копирайтинг в PR**</i> ;<br><i>Копирайтинг в цифровых медиа**</i> ; |

| Шифр | Наименование компетенции                                                                                                 | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                                                                          | <p>Разработка рекламной идеи**;<br/> Реклама в современном мире**;<br/> Креативные коммуникации**;<br/> Современные технологии презентации**;<br/> Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**;<br/> Актуальные аспекты PR-деятельности**;<br/> Основы разработки PR-проектов**;<br/> Введение в журналистику**;<br/> Креатив в дизайне**;<br/> Практические аспекты в рекламе**;<br/> Производственная (ознакомительная) практика;</p> | <p>Тренды в медиапотреблении**;<br/> Теория и практика PR-кампаний**;<br/> Out-of-home реклама**;<br/> Управление коммуникационными проектами**;<br/> Разработка Digital-проекта**;<br/> Теория и практика рекламных кампаний**;<br/> Менеджмент рекламного агентства**;<br/> Медиапланирование;<br/> Управление кризисами**;<br/> Контент-маркетинг**;<br/> Анализ данных и искусственный интеллект**;<br/> Мобильный маркетинг**;<br/> Преддипломная практика;</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| ПК-2 | Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | <p>Производственная (ознакомительная) практика;<br/> Основы маркетинга;<br/> Компьютерные технологии в дизайне рекламы;<br/> Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;<br/> Основы связей с общественностью;</p>                                                                                                                                                                                                                                  | <p>Преддипломная практика;<br/> Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;<br/> Основы брендинга;<br/> Креатив в рекламе;<br/> Поведение потребителей;<br/> Теория и практика продаж в рекламе;<br/> Современные стратегии и тактики продвижения**;<br/> Копирайтинг в рекламе**;<br/> Копирайтинг в PR**;<br/> Эффективность коммуникационных кампаний**;<br/> Innovation Marketing**;<br/> HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**;<br/> Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;<br/> Копирайтинг в цифровых медиа**;<br/> Marketing Communications Trends;<br/> Коммуникационный дизайн**;<br/> Социальный брендинг**;<br/> Медиапланирование;<br/> Медиаэкономика**;<br/> Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**;<br/> Методы коммуникационных</p> |

| Шифр | Наименование компетенции                                                                                                                                                                                                                 | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <i>исследований**;</i><br><i>Performance-маркетинг**;</i><br><i>International Marketing Communications**;</i>                                                                                                                                                                                                                |
| ПК-4 | Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании | <p>Основы дизайна;<br/>           Основы менеджмента;<br/>           Основы маркетинга;<br/>           Социология;<br/>           Компьютерные технологии в дизайне рекламы;<br/>           Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;<br/>           Основы связей с общественностью;<br/> <i>Практика мультимедийного контента**;</i><br/> <i>Продакт плейсмент**;</i><br/> <i>Знаковые системы в дизайне**;</i><br/> <i>Индустрия маркетинговых услуг**;</i><br/> <i>Практика социальной рекламы**;</i><br/> <i>Практика цифровых коммуникаций**;</i><br/> <i>Методы воздействия в массовых коммуникациях**;</i><br/> <i>Литературное редактирование медиатекстов**;</i><br/> <i>История кинематографа**;</i><br/> <i>Развитие креативного мышления**;</i><br/> <i>Имидж территорий**;</i><br/> <i>Бизнес-этикет**;</i><br/> <i>Практика медиакоммуникаций**;</i><br/> <i>Разработка коммуникационного проекта**;</i><br/> <i>Технологии создания рекламного образа**;</i><br/> <i>Введение в коучинг**;</i><br/> <i>Основы работы с общественным мнением**;</i><br/> <i>Введение в психологию коммуникаций**;</i><br/> <i>Тренды медиадизайна**;</i><br/> <i>Стереотипы и архетипы в коммуникациях**;</i><br/> <i>Введение в политические коммуникации**;</i><br/> <i>PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы**;</i><br/> <i>Сторителлинг**;</i><br/> <i>Современная инфографика**;</i><br/>           Производственная (ознакомительная) практика;<br/>           Учебная практика;</p> | <p>Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;<br/>           Основы брендинга;<br/>           Креатив в рекламе;<br/>           Поведение потребителей;<br/>           Теория и практика продаж в рекламе;<br/>           Медиапланирование;<br/>           Преддипломная практика;</p> |

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии производства в рекламе и связях с общественностью» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

| Вид учебной работы                        | ВСЕГО, ак.ч.   |            | Семестр(-ы) |    |
|-------------------------------------------|----------------|------------|-------------|----|
|                                           |                |            | 5           | 6  |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 68             |            | 34          | 34 |
| Лекции (ЛК)                               | 34             |            | 17          | 17 |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0              |            | 0           | 0  |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 34             |            | 17          | 17 |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 40             |            | 20          | 20 |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 36             |            | 18          | 18 |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>      | <b>ак.ч.</b>   | <b>144</b> | 72          | 72 |
|                                           | <b>зач.ед.</b> | <b>4</b>   | 2           | 2  |

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины                 | Содержание раздела (темы) |                                                                                                                                                                                                   | Вид учебной работы* |
|---------------|-------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Раздел 1      | Введение в полиграфию                           | 1.1                       | Полиграфия и печатная реклама. Печатная форма и способы печати.                                                                                                                                   | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 1.2                       | Технологии печати. Технология цифровой печати.                                                                                                                                                    | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 1.3                       | Цвет. Параметры цвета. Модели цвета (RGB, CMYK, CIE Lab). Цвет в полиграфии. Растривание. Баланс по серому.                                                                                       | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 1.4                       | Бумага и картон. Параметры, печатные свойства и применение в полиграфии.                                                                                                                          | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 1.5                       | Печатные краски и другие материалы, применяемые в полиграфии.                                                                                                                                     | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 1.6                       | Листовые и рулонные печатные машины: структура и области применения.                                                                                                                              | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 1.7                       | Лаки и лакирование. Лак в печатной рекламе. Лаки и лакирование. Лак в печатной рекламе.                                                                                                           | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 1.8                       | Цвет на оригинале, мониторе и оттиске.                                                                                                                                                            | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 1.9                       | Типографика. Шрифты. Разновидности и элементы. Простая красота букв.                                                                                                                              | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Технологии полиграфического производства        | 2.1                       | Оригиналы в полиграфии и их подготовка к изготовлению тиража. Технологии сканирования, цветоделения, растривания, градиционные преобразования при изготовлении фотоформ (пленок) и печатных форм. | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 2.2                       | Технологии изготовления листовых изданий, буклетов, брошюр, журналов и книг.                                                                                                                      | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 2.3                       | Отделочные процессы в полиграфии (тиснение, высечка, ламинирование, термоподъемка, лакирование, нумерация и др.) и печатной рекламе.                                                              | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 2.4                       | Системы измерения в полиграфии. Оптическая плотность. Измерительные приборы: денситометры.                                                                                                        | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 2.5                       | Производство упаковки. Производство этикетки. Разновидности и производство печатной рекламы.                                                                                                      | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 2.6                       | Использование полиграфических технологий для создания уникальной продукции печатной рекламы. Ч. 1-2.                                                                                              | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 2.7                       | Направления развития полиграфии и печатной рекламы.                                                                                                                                               | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 2.8                       | Цифровые оригиналы и полиграфия: не устоявшиеся взаимоотношения.                                                                                                                                  | ЛК, СЗ              |
| Раздел 3      | Мультимедийные технологии в рекламе             | 3.1                       | Использование графики и анимации в рекламных продуктах                                                                                                                                            | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 3.2                       | Интерактивные рекламные форматы и их производство                                                                                                                                                 | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 3.3                       | Виртуальная и дополненная реальность в рекламе                                                                                                                                                    | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 3.4                       | Процессы производства рекламных роликов и видеоматериалов                                                                                                                                         | ЛК, СЗ              |
| Раздел 4      | Производство звуковых материалов в рекламе и PR | 4.1                       | Звуковое оформление видеороликов и рекламных роликов                                                                                                                                              | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 4.2                       | Создание аудиорекламы для радио и интернета                                                                                                                                                       | ЛК, СЗ              |
|               |                                                 | 4.3                       | Подбор и создание аудиоэффектов в рекламной деятельности                                                                                                                                          | ЛК, СЗ              |

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории              | Оснащение аудитории                                                                                                                                                                                                                           | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекционная                 | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.                                                                       |                                                                                                                  |
| Семинарская                | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. |                                                                                                                  |
| Для самостоятельной работы | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.                                  |                                                                                                                  |

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература:*

1. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с. - ISBN 978-5-394-02549-5.  
[http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn\\_FindDoc&id=475571&idb=0](http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=475571&idb=0)

2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6: 220.00.  
<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

*Дополнительная литература:*

1. Барабаш В.В. Теория и практика PR [Текст/электронный ресурс]: Учебно-методический комплекс. - Электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2013. - 111 с. - ISBN 978-5-209-05026-1: 180.83.

2. Гольман И. Рекламная деятельность: планирование, технологии, организация. - М.: Гелла-принт, 2002. - 632 с

3. Гуляев С. А., Тихонов В. Л. Офсетная печать. - М.: МИПК, 2009. - 224 с.
4. Дмитриева Л.М. Разработка и технология производства рекламного продукта: Учебник для вузов / Под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: Экономистъ, 2008. - 639 с.
5. Каган Б., Стефанов С. Толковый словарь терминов полиграфии и издательского дела. - М.: Репроцентр М, 2005. - 456 с.
6. Карпова С.В. Рекламное дело [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров. - 2-е изд., перераб. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: Юрайт, 2013. - 431 с.
7. Марогулова Н., Стефанов С. Расходные материалы для офсетной печати. - М.: Русский университет, 2002. - 240 с.
8. Стефанов С. Полиграфия от А до Я: энциклопедия. М.: URSS, 2015. 560 с.
9. Стефанов С. Технологии производства печатной рекламы. Ч. 1. - М.: Издательство МосГУ, 2006. – 266 с.
10. Стефанов С. Технологии производства печатной рекламы. Ч. 2. - М.: Издательство МосГУ, 2006. – 250 с.
11. Стефанов С. Технологии производства печатной рекламы. Ч. 3. - М.: Издательство МосГУ, 2007. – 120 с.

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Технологии производства в рекламе и связях с общественностью».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Осмоловская Анна

Васильевна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

*Должность БУП*

*Подпись*

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой

*Должность, БУП*

*Подпись*

Трубникова Нина

Вадимовна

*Фамилия И.О.*