

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.05.2024 12:35:27

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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**

### **КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНЕ РЕКЛАМЫ**

(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):**

#### **ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Компьютерные технологии в дизайне рекламы» входит в программу бакалавриата «Цифровые маркетинговые коммуникации» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 4 разделов и 24 тем и направлена на изучение специализированных программ и инструментов для создания графических материалов, разработку дизайн-концепций и визуализаций рекламных проектов, а также на освоение практических навыков работы с компьютерными технологиями в сфере рекламы.

Целью освоения дисциплины является овладение систематизированными знаниями, умениями и навыками, формирующими индикаторы компетенций, предполагающих применение компьютерных технологий в дизайне рекламы, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах подготовки текстовых и графических материалов в электронном виде, необходимом для рекламной деятельности и применения соответствующих алгоритмов компьютерной обработки с целью оформления рекламных сообщений.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Компьютерные технологии в дизайне рекламы» 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 (в рамках данной дисциплины)
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	УК-12.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных;
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; 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	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	технические средства и информационно-коммуникационные технологии	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;
ОПК-8	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-8.1 Знает цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; ОПК-8.2 Умеет вводить и обрабатывать текстовые данные, сканировать и обрабатывать графическую информацию; использовать цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; ОПК-8.3 Владеет навыками использования цифровых технологий, методов и способов технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; владеет навыками создания и ведения информационных баз данных; навыками размещения информации в цифровом пространстве;
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; 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; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; 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.; 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; 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

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		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 «Компьютерные технологии в дизайне рекламы» 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 «Компьютерные технологии в дизайне рекламы».

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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	Компьютерные технологии и информатика;	Преддипломная практика; Информационные технологии в рекламе и PR; Менеджмент рекламного агентства **; Теория и практика рекламных кампаний **; Разработка Digital-проекта **; Управление коммуникационными проектами **; Out-of-home реклама **; Основы подготовки научно-практических работ; Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера **; Инструментальные средства бизнес-аналитики **; Аналитика социальных медиа для рекламы и PR **; сторителлинг в цифровой среде **; Influence-маркетинг **; Технологии презентации и переговоров **; IT-системы E-commerce **; Информационная безопасность **; Графический дизайн; Теория и практика PR-кампаний **; Тренды в

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<i>медиапотреблении**;</i> <i>Управление кризисами**;</i> <i>Контент-маркетинг**;</i> <i>Анализ данных и искусственный интеллект**;</i> <i>Мобильный маркетинг**;</i> Основы дизайна;
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Введение в специальность; Философия; Русский язык и культура речи; Подготовка творческих работ к конкурсам;	Преддипломная практика; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы интегрированных коммуникаций в PR; Маркетинговые исследования; Психология рекламы и PR; Основы брендинга; Оmnikanальный маркетинг; Подготовка творческих работ к конкурсам;
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Компьютерные технологии и информатика; Подготовка творческих работ к конкурсам;	Преддипломная практика; Основы дизайна; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Информационные технологии в рекламе и PR; Теория и практика массовой информации; Подготовка творческих работ к конкурсам; Графический дизайн;
ОПК-8	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Компьютерные технологии и информатика;	Основы дизайна; Информационные технологии в рекламе и PR; Основы подготовки научно-практических работ; Графический дизайн; Преддипломная практика;
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Введение в специальность; <i>PR в современном мире**;</i> <i>Нестандартные рекламные и PR-технологии**;</i> <i>Разработка рекламной идеи**;</i> <i>Реклама в современном мире**;</i> <i>Креативные коммуникации**;</i> <i>Современные технологии презентации**;</i> <i>Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**;</i> <i>Актуальные аспекты PR-деятельности**;</i>	История рекламы и связей с общественностью; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы интегрированных коммуникаций в PR; Управление человеческими ресурсами; Информационные технологии в рекламе и PR; Теория и практика массовой

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>Основы разработки PR-проектов**;</i>  <i>Введение в журналистику**;</i>  <i>Креатив в дизайне**;</i>  <i>Практические аспекты в рекламе**;</i></p>	<p>информации;  Психология рекламы и PR;  Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;  Основы брендинга;  Оmnikanальный маркетинг;  Креативные технологии в цифровой среде;  Управление лояльностью;  Основы продвижения на маркет-плейсах;  <i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**;</i>  <i>Организация работы отделов рекламы**;</i>  <i>Организация работы PR-отделов**;</i>  <i>Копирайтинг в рекламе**;</i>  <i>Копирайтинг в PR**;</i>  <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i>  <i>Копирайтинг в цифровых медиа**;</i>  <i>Тренды в медиапотреблении**;</i>  <i>Теория и практика PR-кампаний**;</i>  <i>Out-of-home реклама**;</i>  Управление коммуникационными проектами**;  <i>Разработка Digital-проекта**;</i>  <i>Теория и практика рекламных кампаний**;</i>  <i>Менеджмент рекламного агентства**;</i>  Медиапланирование;  <i>Управление кризисами**;</i>  <i>Контент-маркетинг**;</i>  <i>Анализ данных и искусственный интеллект**;</i>  <i>Мобильный маркетинг**;</i>  2-я производственная практика;  1-я производственная практика;  Преддипломная практика;</p>
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта		<p>2-я производственная практика;  1-я производственная практика;  Преддипломная практика;  Технологии производства в рекламе и связях с</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<p>общественностью;          Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;          Основы интегрированных коммуникаций в PR;          Информационные технологии в рекламе и PR;          Маркетинговые исследования;          Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;          Основы брендинга;          Омниканальный маркетинг;          Креативные технологии в цифровой среде;          Управление лояльностью;          Основы продвижения на маркет-плейсах;  <i>Событийный маркетинг**;</i>  <i>Разработка нового продукта**;</i>  <i>Креативные стратегии**;</i>  <i>Бренд-коммуникации**;</i>  <i>Современные стратегии и тактики продвижения**;</i>  <i>Организация работы отделов рекламы**;</i>  <i>Организация работы PR-отделов**;</i>  <i>Копирайтинг в рекламе**;</i>  <i>Копирайтинг в PR**;</i>  <i>Спичрайтинг**;</i>  <i>Эффективность коммуникационных кампаний**;</i>  <i>Innovation Marketing**;</i>  <i>HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**;</i>  <i>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;</i>  <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i>  <i>Индустрия цифровых коммуникаций**;</i>  <i>Копирайтинг в цифровых медиа**;</i>          International Marketing Communications;          Коммуникационный дизайн**;          Социальный брендинг**;          Медиапланирование;          Креатив в маркетинге**;          Визуальная коммуникация бренда**;          Спонсорство и</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<p><i>партнерство**;</i>  <i>Культурно-креативные индустрии**;</i>  <i>Медиаэкономика**;</i>  <i>Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**;</i>  <i>Методы коммуникационных исследований**;</i>  <i>Performance-маркетинг**;</i></p>
ПК-4	<p>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>	<p>Социология;  Учебная практика;</p>	<p><i>Практика мультимедийного контента**;</i>  <i>Продакт плейсмент**;</i>  <i>Знаковые системы в дизайне**;</i>  <i>Индустрия маркетинговых услуг**;</i>  <i>Практика социальной рекламы**;</i>  <i>Практика цифровых коммуникаций**;</i>  <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i>  <i>Разработка коммуникационного проекта**;</i>  <i>Технологии создания рекламного образа**;</i>  <i>Медиапланирование;</i>  <i>Введение в политические коммуникации**;</i>  <i>PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы**;</i>  <i>Сторителлинг**;</i>  <i>Современная инфографика**;</i>  Основа дизайна;  Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;  Основа интегрированных коммуникаций в рекламе;  Основа интегрированных коммуникаций в PR;  Управление человеческими ресурсами;  Информационные технологии в рекламе и PR;  Теория и практика массовой информации;  Психология рекламы и PR;  Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;  Основа брендинга;  Оmnikanальный маркетинг;  Креативные технологии в цифровой среде;</p>



Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			Управление лояльностью; Основы продвижения на маркет-плейсах; <i>Организация работы отделов рекламы**;</i> <i>Организация работы PR-отделов**;</i> 2-я производственная практика; 1-я производственная практика; Преддипломная практика;

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

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

Общая трудоемкость дисциплины «Компьютерные технологии в дизайне рекламы» 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)
			3
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	51		51
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	34		34
Практические/семинарские занятия (СЗ)	0		0
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	66		66
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	27		27
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

## 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	Основы компьютерной графики	1.1	Способы представления изображения средствами компьютера. Растровые и векторные изображения. Основные характеристики битовой карты изображения. Разрешение растровых изображений и размер файла	ЛК, ЛР
		1.2	Цветовые модели. Психофизиологическое представление цвета. Цветовой охват. Аддитивная и субтрактивная цветовые модели. Особенности полиграфической модели СМΥК. Цветовая модель HSV. Цветовая модель LAB.	ЛК, ЛР
		1.3	Форматы растровой графики: TIFF, JPEG, GIF, PNG, FlashPix, Photo CD.	ЛК, ЛР
		1.4	Векторная графика. Основные примитивы и атрибуты. Основные свойства и недостатки векторной графики. Кривые Безье. Свойства и методы построения.	ЛК, ЛР
		1.5	Форматы векторной графики DXF, EPS, PDF.	ЛК, ЛР
Раздел 2	Компьютерные шрифты	2.1	Растровые компьютерные шрифты. Единицы измерения шрифта.	ЛК, ЛР
		2.2	Векторные компьютерные шрифты. Контурные компьютерные шрифты. Единицы измерения шрифта, группы шрифтов, гарнитуры.	ЛК, ЛР
		2.3	Кодировки шрифтов. Однобайтовые и двухбайтовые кодировки. Стандарт кодирования Unicode.	ЛК, ЛР
		2.4	Особенности построения контурных шрифтов (True Type и Type 1). Система управления шрифтами Type 1 – Adobe Type Manager. Критерии качества контурных шрифтов.	ЛК, ЛР
		2.5	Шрифтовые программы. Разработчики шрифтов.	ЛК, ЛР
Раздел 3	Цифровая обработка изображений	3.1	Подбор разрешений при сканировании	ЛК, ЛР
		3.2	Проблемы возникновения муара: причины и условия. Методы подавления муара.	ЛК, ЛР
		3.3	Цветокоррекция и оптимизация яркости и контраста.	ЛК, ЛР
		3.4	Цифровые фильтры.	ЛК, ЛР
		3.5	Методы ретуши и коррекции цифровых изображений.	ЛК, ЛР
		3.6	Проблемы конфликта сеток при цветоделении. Виды розеток. Углы наклона растра.	ЛК, ЛР
		3.7	Причины появления меланжа в цифровых фотографиях. Методы коррекции.	ЛК, ЛР
Раздел 4	Основы допечатной подготовки публикаций	4.1	Основные элементы публикации: полоса, формат полосы набора, формат издания, обрезной формат, обрез страницы, колонтитулы и поля.	ЛК, ЛР
		4.2	Виды печатных документов: информационные, рекламные, идентификационные, обучающие, документы деловой переписки. Буклет, листовка, брошюра, книга, журнал.	ЛК, ЛР
		4.3	Единицы измерения авторской и печатной продукции: авторский лист, учетно-издательский лист, печатный лист.	ЛК, ЛР
		4.4	Планирование публикации. Определение круга читателей публикации (целевой аудитории).	ЛК, ЛР

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
			Бюджет издания. Концепция издания. Утверждение плана издания.	
		4.5	Выбор исполнителей (художник-дизайнер, наборщик, корректор, верстальщик, типография и сервис-бюро [принт-бюро]) Типографии. Типы печати (высокая, глубокая, плоская печать, цифровая печать, электрографическая печать, шелкография и тампопечать, тиснение, струйная печать). Технические параметры оригинал-макета (обрезной формат, цветность - триадные краски Pantone, линиятура раstra, параметры треппинга, учет растаскивания точек, тип изображения на фотоформе). Выбор бумаги (впитывание краски, тип бумаги, цвет бумаги, вес и размер листов, непрозрачность, волокна). Сервис, предоставляемый принт-бюро (форма представления оригинал-макета, форматы файлов для верстки, шрифты, формат фотонаборного автомата, услуга высококачественного сканирования, цветопробы с пленок).	ЛК, ЛР
		4.6	Верстка. Подготовка компонентов публикации. Определение структуры публикации. Компоновка текста и графики - доводка, специальные эффекты, цветовое оформление. Создание оглавления и предметного указателя. Вывод подписной корректуры.	ЛК, ЛР
		4.7	Предпечатная подготовка (допечатная подготовка, prepress). Высококачественное сканирование. Треппинг. Цветоделение. Спуск полос (компьютерный).	ЛК, ЛР

\* - 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.	
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве [Параметр] шт.), доской	

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	(экраном) 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. Романычева Э.Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство: справочное пособие / Э. Т. Романычева, О. Г. Яцюк. — Москва: ДМК Пресс, 2006. — 432 с. — ISBN 5-89818-034-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/1102>

### Дополнительная литература:

1. Анашкина Н.А. Практическая подготовка студентов направления «Реклама и связи с общественностью»: учебное пособие / Н. А. Анашкина, О. Н. Ткаченко, М. В. Шматко. — Омск: ОмГТУ, 2020. — 156 с. — ISBN 978-5-8149-3179-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/186905>

2. Костина Н.Г. Фирменный стиль и дизайн : учебное пособие / Н. Г. Костина, С. Ю. Баранец. — Кемерово : КемГУ, 2014. — 97 с. — ISBN 978-5-89289-847-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93556>

3. Скрипачева И.А. Современные процессы развития дизайна, науки и техники: учебное пособие / И. А. Скрипачева. — Тольятти : ТГУ, 2018. — 78 с. — ISBN 978-5-8259-1263-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/139744>

### 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.elsevier.com/locate/0167-4169>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Компьютерные технологии в дизайне рекламы».

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

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Компьютерные технологии в дизайне рекламы» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

**РАЗРАБОТЧИКИ:**

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	Малыгина Ольга Петровна <hr/> <i>Фамилия И.О.</i>
<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	Осмоловская Анна Васильевна <hr/> <i>Фамилия И.О.</i>

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой <hr/> <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	Трубникова Нина Вадимовна <hr/> <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	---

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой <hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	Трубникова Нина Вадимовна <hr/> <i>Фамилия И.О.</i>
--	----------------------	---