**Частное профессиональное образовательное учреждение**
**Вологодский кооперативный колледж**

**Рабочая программа учебной дисциплины**

# Информационные технологии в рекламе

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Вологда - 2020

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии информационных технологий
Протокол № *1* от *02.09.2020г.*
Председатель цикловой комиссии
_____ Т.Ф.Ковырзина

Утверждаю
Зам. директора по учебной работе
_____ А.А. Дроздова

Согласовано
Зам.директора по методической работе
_____ А.А. Русина

**Организация-разработчик:** ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

**Разработчик:** Дроздова А.А., преподаватель высшей квалификационной категории ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама»

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС СПО и потребностями рынка труда. Рекомендуется для использования в учебном процессе.

Ген.дир. ООО Корп.юнион _____ Алферьева С.А.
*место работы, должность* *подпись* *ФИО*

МП

**СОДЕРЖАНИЕ**

**1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ....4**
**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ....4**
**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ....11**
**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ....12**
**5. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ....16**
**6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ....17**

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Информационные технологии в рекламе**

**1.1. Область применения программы**

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама.**

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по программе «Фотограф».

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** входит в цикл общепрофессиональных дисциплин.

**1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- выбирать инструментальные средства и алгоритмы решения задач изученной предметной области;
- использовать возможности Интернет для решения поисковых, образовательных и исследовательских задач;
- использовать изученные прикладные программные средства в профессиональной деятельности;
- планировать рекламные кампании в сети Интернет, выбирать площадки и форматы размещения медийной рекламы, создавать объявления контекстной рекламы с учетом подбора ключевых слов, основанного на знании поведения потребителей и специфики информационного поиска.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- современное состояние и перспективы развития информационных технологий;
- технические и программные средства реализации информационных процессов;
- модели решения маркетинговых и рекламных задач;
- основные типы информационных систем и их компоненты;
- содержание основных понятий и теоретических основ рекламных коммуникаций сети Интернет.

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины**

Рабочая программа учебной дисциплины рассчитана на **288** часов максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **192** часа; самостоятельной работы обучающегося **96** часов.

# 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
|---|---|
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)** | 288 |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)** | 192 |
| в том числе: | |
| практические занятия | 120 |
| **Самостоятельная работа обучающегося (всего)** | 96 |
| **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета** | |

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Информационные технологии в рекламе

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся | | Максим. кол-во часов | Обязательное кол-во часов | | Сам. работа | Уровень освоения компетенции |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Теор. | Практ. | | |
| **Тема 1. Информация и информационные технологии в рекламной деятельности** | **Содержание учебного материала:** | | | | | | |
| | 1. | Информация и информационное общество. Информация. Виды и свойства информации. Информационные процессы. Информационное общество. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 2. | Информационные технологии в рекламной деятельности, информационная система. Информационная технология. Классификация информационных технологий. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 3. | Программное обеспечение информационных технологий. Базовое программное обеспечение. Прикладное программное обеспечение. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | **Самостоятельная работа обучающихся:** выучить основные понятия и определения информационных технологий в рекламе, ответить на контрольные вопросы | | | | | | |
| **Тема 2. Основы компьютерной графики** | **Содержание учебного материала:** | | | | | | |
| | 1. | Понятие, задачи и области применения компьютерной графики. Виды компьютерной графики | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 2. | Описание цвета компьютерных изображений. Цветовые модели. Описание цвета в компьютерной графике. Ахроматические модели. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 3. | Описание цвета компьютерных изображений. Цветовые модели. Хроматические модели. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 4. | Разрешение изображения. Разрешающая способность устройств ввода и вывода графической информации. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 5. | Растровая (пиксельная) графика. Цветовые палитры. Основные редакторы растровой графики. Форматы файлов растровой графики. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 6. | Введение в растровый графический редактор Adobe Photoshop. Основные понятия. Принципы работы. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 7. | Векторная графика. Математические основы векторной графики. Типы опорных точек. Основные редакторы векторной графики. Форматы файлов векторной графики. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 8. | Введение в векторный графический редактор CorelDRAW. Основные понятия. Принципы рабо- | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ты. | | | | | |
| | 9. | Фрактальная графика. Виды фракталов. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 10. | Трехмерная (3D) графика. История трехмерной графики. Сферы применения. Моделирование объектов. Редакторы трехмерной графики. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 11. | Настольные издательские системы. Аппаратный уровень. Программный уровень. Пользовательский уровень. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 12. | Использование инфографики в рекламе. Понятие инфографики и ее виды. Обзор онлайн сервисов для создания инфографики. | 4 | 2 | 0 | 2 | 2 |
| | **Практические занятия:** | | | | | | |
| | 1. | П/Р №1. CorelDraw - основы работы с объектами. Рабочее окно программы. Рисование графических примитивов. Выполнение базовых операций с объектами. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 2. | П/Р №2. CorelDraw - взаимодействие объектов. Группировка, Объединение, Формирование. Изменение порядка расположения объектов. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 3. | П/Р №3. CorelDraw – работа с заливкой. Вспомогательные режимы. Однородная, градиентная, узорчатая и текстурная заливки. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 4. | П/Р №4. CorelDraw – работа с контуром. Ширина контура, цвет линий, тип линий, торцы линий. Каллиграфия. Углы, стрелки, масштабирование контура вместе с объектом. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 5. | П/Р №5. CorelDraw – работа с кривыми. Редактирование формы кривой. Создание изображений с использованием кривых. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 6. | П/Р №6. CorelDraw - работа с текстом. Простой и фигурный текст. Оформление текста. Создание рекламных объявлений. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 7. | П/Р №7. CorelDraw - создание буклета. Добавление новых страниц. Создание заголовков. Импорт и форматирование текста. Подготовка многостраничного документа к печати. | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 |
| | 8. | П/Р №8. Эффекты CorelDraw. Экструзия и тень. Выдавливание (экструзия). Заливка объектов с выдавливанием. Вращение экструзии. Освещение, скос. Настройка параметров тени. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 9. | П/Р №9. Эффекты CorelDraw. Деформирующие эффекты Перспектива. Копирование перспек- | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | тивы Сжатие и растяжение, застежка-молния и скрутка. | | | | | |
| | 10. | П/Р №10. Эффекты CorelDraw. Интерактивное перетекание и Оконтуривание. Элементы управления переходами. Контрольные точки, траектория переходов. Ускорение цветов и размеров. Отображение переходов. Оконтуривание – создание и применение для эффекта заливки объекта. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 11. | П/Р №11. CorelDraw – работа с растровыми изображениями. Преобразование векторных объектов в растровые. Растровые эффекты. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 12. | П/Р №12. Inkscape – изучение интерфейса программы. Работа с объектами. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 13. | П/Р №13. Inkscape – работа с контурами и заливками. Построение изображений. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 14. | П/Р №14. Использование инструментов Inkscape для создания сложных изображений | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 15. | П/Р №15. Adobe PhotoShop – изучение интерфейса программы. Работа с инструментами, вспомогательными панелями. Просмотр изображения. Разрешение изображения. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 16. | П/Р №16. Adobe PhotoShop - выделение областей. Использование различных инструментов выделения. Перемещение и изменение границы выделения. Преобразования над выделенной областью. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 17. | П/Р №17. Adobe PhotoShop - тоновая коррекция. Цветовая коррекция. График распределения яркостей. Гистограмма светлого, темного и тусклого изображений. Команды тоновой коррекции. Команды цветовой коррекции. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 18. | П/Р №18. Adobe PhotoShop - ретуширование фотографий. Методы устранения дефектов с фотографий. Осветление и затемнение фрагментов изображений вручную. Повышение резкости изображения. Пятна, царапины, трещины, красные глаза. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 19. | П/Р №19. Adobe PhotoShop - многослойные документы. Понятие слоя. Палитра Слои. Операции над слоями: удаление, перемещение, масштабирование, вращение, зеркальное отражение, объединение. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 20. | П/Р №20. Adobe PhotoShop - создание коллажа. Особенности создания компьютерного коллажа. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Использование слоев для создания коллажа. | | | | | |
| | 21. | П/Р №21. Adobe PhotoShop - работа с текстом. Ввод текста. Параметры текста. Изменение формы текста. Эффекты. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 22. | П/Р №22. Adobe PhotoShop - фильтры. Использование фильтров для коррекции изображений. Применение художественных фильтров. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 23. | П/Р №23. Adobe PhotoShop - обработка цифровых фотографий. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 24. | П/Р №24. Gimp – изучение интерфейса программы. Внешний вид окна программы и первичные настройки. Изменение размеров холста и изображения. Инструменты рисования. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 25. | П/Р №25. Gimp – создание коллажа. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 26. | П/Р №26. Gimp – создание фоновых изображений. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 27. | П/Р №27. Создание фрактальных изображений | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 28. | П/Р №28. Создание фрактальных изображений | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 29. | П/Р №29. Scribus – изучение интерфейса программы. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 30. | П/Р №30. Scribus – работа с текстом. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 31. | П/Р №31. Scribus – создание публикаций | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 32. | П/Р №32. Scribus – работа с мастер-страницами | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 33. | П/Р №33. Построение 3D моделей в Blender. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 34. | П/Р №34. Построение 3D моделей в Blender. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 35. | П/Р №35. Построение 3D моделей в Blender. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | **Самостоятельная работа обучающихся:** выучить основные понятия и определения, ответить на контрольные вопросы, выполнить контрольные задания по теме. | | | | | | |
| **Тема 3. Мультимедийные технологии в рекламе** | **Содержание учебного материала:** | | | | | | |
| | 1. | Понятие презентации. Мультимедийные презентации. Программные средства мультимедийных презентаций. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 2. | Основы анимации. Виды анимации. Программные средства создания анимации. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 3. | Основы цифрового видео. Программные средства создания видеороликов. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 4. | Использование онлайн сервисов для создания мультимедийных презентаций и видеороликов. | 4 | 2 | 0 | 2 | 2 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Практические занятия:** | | | | | | |
| | 1. | П/Р №36. Создание слайдов мультимедийной презентации. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 2. | П/Р №37. Настройка мультимедийной презентации. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 3. | П/Р №38. Рисование: контур, обводка, заливка. Создание статических изображений. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 4. | П/Р №39. Создание анимации. Анимационные эффекты. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 5. | П/Р №40. Создание анимации. Анимационные эффекты. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 6. | П/Р №41. Создание интерактивной презентации. | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 |
| | 7. | П/Р №42. Создание видеоролика. | 3 | 0 | 2 | 1 | 3 |
| | **Самостоятельная работа обучающихся:** выучить основные понятия, ответить на контрольные вопросы, выполнить контрольные задания. | | | | | | |
| **Тема 4. Информационные технологии обработки рекламной информации** | **Содержание учебного материала:** | | | | | | |
| | 1. | Обработка результатов исследований рекламной аудитории с использованием специализированного программного обеспечения. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 2. | Использование баз данных в рекламе. Архитектуры современных баз данных. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 3. | Использование баз данных в рекламе. Современные системы управления базами данных. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 4. | Современные подходы к хранению информации. Хранилища данных. Компьютерные программы интеллектуального поиска данных. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | **Практические занятия:** | | | | | | |
| | 1. | П/Р №43. Использование возможностей MS Excel при обработке результатов исследования рекламной аудитории. Создание анкеты. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 2. | П/Р №44. Использование возможностей MS Excel при обработке результатов исследования рекламной аудитории. Обработка данных анкеты. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 3. | П/Р №45. MS Access - работа с таблицами данных. Формирование структуры таблиц. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 4. | П/Р №46. MS Access - технологии поиска, сортировки, фильтрации записей базы данных. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 5. | П/Р №47. MS Access - построение запросов к базе данных. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 6. | П/Р №48. MS Access - разработка пользовательских форм. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 7. | П/Р №49. MS Access - разработка отчетов вывода данных. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | **Самостоятельная работа обучающих-** | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **ся:** выучить основные понятия, ответить на контрольные вопросы, выполнить контрольные задания. | | | | | | |
| **Тема 5. Основы Internet-рекламы** | **Содержание учебного материала:** | | | | | | |
| | 1. | Рекламные возможности сети Internet. Основные понятия сети Internet. Адресация электронной почты, технология WWW, адреса URL, браузеры. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 2. | Реклама в сообщениях e-mail. Реклама с помощью почтовой рассылки. Списки рассылки: покупка, аренда, формирование собственного списка лояльных потребителей, преимущества и недостатки каждого подхода. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 3. | Реклама в группах новостей и телеконференциях: особенности ведения диалога, правила поведения, особенности участия в модерируемых телеконференциях. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 4. | Web-сайт как объект и субъект рекламы. Понятие, виды web-сайтов. Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании. Использование обычных методов рекламы и методов рекламы в сети Internet. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 5. | Web-сайт как «электронная витрина» компании. Реализация возможности имиджевой рекламы компании, поддерживающей рекламы товаров, рекламы при выведении на рынок новых товаров и т.д. Использование возможностей web-сайта для проведения пробных рекламных кампаний, изучения аудитории посетителей сайта. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 6. | Контекстная реклама. Понятие и виды контекстной (поисковой) рекламы. Обзор основных систем контекстной рекламы. Создание и управление контекстными рекламными кампаниями. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 7. | Банерная реклама. Понятие рекламного банера. Виды банеров, выполняемые ими функции. Стандарты на рекламные банеры в сети, организации, занимающиеся подготовкой и внедрением банерных стандартов. Современные формы банерной рекламы. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 8. | Стратегия размещения рекламных банеров. Использование для показа банеров web-сайтов и электронных торговых площадок. Показ банеров на поисковых серверах. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 9. | Сетевые рекламные агентства. Стоимость показа банеров в сети, | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | основные схемы оплаты. Сети банерного обмена. | | | | | |
| | 10. | Электронные магазины – разработка рекламных концепций при их организации, реклама в сети в процессе их развития и функционирования. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | 11. | Исследование различных видов рекламного воздействия на посетителей электронных магазинов и на принятие ими решений о покупке. | 3 | 2 | 0 | 1 | 2 |
| | **Практические занятия:** | | | | | | |
| | 1. | П/Р №50. Создание логотипа для сайта с использованием графических редакторов. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 2. | П/Р №51. Создание иконок и кнопок для сайта с использованием графических редакторов. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 3. | П/Р №52. Создание панели навигации и меню для сайта с использованием графических редакторов. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 4. | П/Р №53. Создание макета сайта с использованием графических редакторов. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 5. | П/Р №54. Создание web-страниц. Структура HTML – документа. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 6. | П/Р №55. Создание web-страниц. Вставка графики в HTML – документ. Создание гиперссылок | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 7. | П/Р №56. Создание web-страниц. Вставка таблиц в HTML-документ. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 8. | П/Р №57. Создание простейшего web-сайта. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 9. | П/Р №58. Создание простейшего web-сайта. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 10. | П/Р №59. Создание простейшего одностраничного web-сайта с использованием онлайн сервисов. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 11. | П/Р №60. Создание анимационного рекламного баннера. | 3 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | **Самостоятельная работа обучающихся:** выучить основные понятия, ответить на контрольные вопросы, выполнить контрольные задания. | | | | | | |
| **Промежуточная аттестация:** дифференцированный зачет | | | **4** | **4** | | | |
| **Всего:** | | | **288** | **72** | **120** | **96** | |

## 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия лаборатории «Информационных и коммуникационных технологий».

**Оборудование лаборатории:** посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя, оборудованное персональным компьютером с лицензионным или свободным программным обеспечением, соответствующим разделам программы и подключенным к сети

Internet и средствами вывода звуковой информации; комплект учебно-наглядных пособий «Информационные технологии в рекламе» , принтер.

**Технические средства обучения:** мультимедиапроектор или интерактивная доска.

**3.2. Информационное обеспечение обучения**

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

**Основные источники**

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Юрайт, 2020. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/452841
2. Информационные технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 1 : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.] ; под редакцией В. В. Трофимова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 269 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09137-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/456063
3. Информационные технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 2 : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.] ; под редакцией В. В. Трофимова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 245 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09139-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/456064
4. Советов, Б. Я. Информационные технологии : учебник для среднего профессионального образования / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 327 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06399-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450686

**Дополнительные источники**

1. Нетёсова, О. Ю. Информационные технологии в экономике : учебное пособие для среднего профессионального образования / О. Ю. Нетёсова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 178 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09107-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/452872

**Internet – ресурсы**

| № п/п | Наименование ресурса | Электронный адрес |
|---|---|---|
| 1 | Каталог библиотеки учебных курсов MSDM | http://msdn.microsoft.com/ru-ru/gg638594 |
| 2 | Федеральные образовательные ресурсы | http://www.edu.ru |

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

| **Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)** | **Формы и методы контроля и оценки результатов обучения** |
|---|---|
| **Умения:** | |
| выбирать инструментальные средства и алгоритмы решения задачи изученной предметной области | тестовый контроль, практические занятия, выполнение контрольных заданий |
| проводить необходимые расчеты и прогнозы в рамках построенных моделей и анализировать результаты | тестовый контроль, практические занятия, выполнение контрольных заданий |
| использовать возможности Интернет для решения поисковых, образовательных и исследовательских задач | тестовый контроль, практические занятия, выполнение контрольных заданий |
| использовать изученные прикладные программные средства | тестовый контроль, практические занятия, выполнение контрольных заданий |
| планировать рекламные кампании в сети Интернет, выбирать площадки и форматы размещения медийной рекламы, создавать объявления контекстной рекламы с учетом подбора ключевых слов, основанного на знании поведения потребителей и специфики информационного поиска | тестовый контроль, практические занятия, выполнение контрольных заданий |
| **Знания:** | |
| современное состояние и перспективы развития информационных технологий | тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, домашняя работа |
| технические и программные средства реализации информационных процессов | тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, домашняя работа |
| модели решения маркетинговых и рекламных задач | тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, домашняя работа |
| основные типы информационных систем и их компоненты | тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, домашняя работа |
| содержание основных понятий и теоретических основ рекламных коммуникаций сети Интернет | тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, домашняя работа |

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся сформированность профессиональных компетенций.

| **Результаты (освоенные профессиональные компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | **Формы и методы контроля и оценки** |
|---|---|---|
| ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты. | – умение использовать возможности прикладного программного обеспечения для разработки рекламных проектов. | Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |
| ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. | – умение использовать возможности прикладного программного обеспечения для составления и оформления текстов рекламных объявлений. | Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |
| ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями. | – умение использовать возможности прикладного программного обеспечения для составления визуальных рекламных образов. | Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |
| ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. | – умение исполнять оригиналы или отельные элементы проекта в материале. | Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

| **Результаты (освоенные общие компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | **Формы и методы контроля и оценки** |
|---|---|---|
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | – проявление устойчивого интереса к будущей профессии;<br>– понимание сущности и социальной значимости будущей профессии | Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | – организация собственной деятельности<br>– выбор методов и способов выполнения профессиональных задач<br>– умение оценить эффективность и качество решаемых профессиональных задач | Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |
| ОК 5. Использовать информационно - коммуникационные технологии в профессиональной деятельности | – использование информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности | Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |
| ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | – умение работать в коллективе и команде,<br>– умение эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий | – умение брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных),<br>– умение брать на себя ответственность за результат выполнения заданий. | Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профес- | – умение самостоятельно определять задачи профессионального и лично- | Наблюдение за выполнением |

| | | |
|---|---|---|
| сионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | стного развития,<br>– умение заниматься самообразованием,<br>– умение осознанно планировать повышение квалификации. | заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | – умение ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |
| ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности | – знание норм законодательства о рекламе в стране и в мире,<br>– умение ориентироваться в ситуации в стране и в отрасли | Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |
| ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке. | – использование различных источников информации,<br>– соотношение понятий и слов иностранного происхождения | Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.<br><br>Выполнение и защита практических работ. |

## 5. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ

| Код | Наименование результата обучения |
|---|---|
| ОК 1. | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. |
| ОК 2. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. |
| ОК 5. | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. |
| ОК 6. | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. |
| ОК 7. | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. |
| ОК 8. | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, |

| | |
|---|---|
| | заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. |
| ОК 9. | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. |
| ОК 10. | Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. |
| ОК 11. | Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке. |
| ПК 1.3. | Разрабатывать авторские рекламные проекты. |
| ПК 1.4. | Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. |
| ПК 1.5. | Создавать визуальные образы с рекламными функциями. |
| ПК 2.3. | Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. |

## 6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Промежуточный контроль знаний по дисциплине проводится в форме дифференцированного зачета, проводится за счет времени, отведенного на изучение дисциплины (на последнем занятии, четыре академических часа).

В качестве задания для зачетной работы студентам предлагается разработать буклет по одному из вопросов теории. Буклет разрабатывается студентами в среде графических редакторов или настольных издательских систем.

Каждый студент публично защищает получившийся у него буклет. Оценка за дифференцированный зачет выставляется на основании разработанного буклета и его защиты.

**Примерный перечень теоретических вопросов для дифференцированного зачета**

1. Дайте понятие медийной рекламы.
2. Опишите особенности выбора рекламных площадок для размещения баннеров.
3. Дайте краткую характеристику контекстной рекламы.
4. Опишите рекламу на форумах.
5. Опишите рекламу в блогах.
6. Опишите рекламу в социальных сетях.
7. Дайте краткую характеристику особенностям использования креатива в контекстной рекламе.
8. Опишите особенности рекламных заставок и всплывающих окон.
9. Опишите рекламу с использованием коммуникаций малых групп.
10. Опишите использование в рекламной практике технологий глобальных компьютерных сетей.
11. Опишите рекламные возможности сети Internet.
12. Опишите рекламную поддержку при создании и продвижении web-сайта.
13. Опишите использование возможностей web-сайта для ведения рекламной деятельности.
14. Опишите особенности создания текста для сайта с учетом методологии SEO-копирайтинга.
15. Опишите рекламные рассылки.

**Критерии оценки результатов**

Теоретические задания зачетной работы оцениваются по критериям, представленным в таблице. Максимальное количество баллов за теоретическое задание 5.

| Критерий | Максимальный балл |
|---|---|
| Студент полно и правильно изложил теоретический вопрос, привел собственные примеры | 5 |
| Студент правильно изложил теоретический вопрос, но недостаточно полно или допустил незначительные неточности | 3 |
| Студент недостаточно полно изложил теоретический вопрос и допустил существенные неточности | 1 |
| Студент не представил теоретический вопрос или изложил вопрос не соответствующий заданию | 0 |

**Примерный перечень практических заданий для дифференцированного зачета**

1. Разработайте презентационный буклет кратко и доступно рассказывающий о медийной рекламе.

   Для разработки буклета используйте персональный компьютер, периферийные устройства, специализированное программное обеспечение, мультимедийное оборудование, выход в Internet.

– Минимальное количество страниц буклета – 8. Оформите все страницы буклета в едином стиле.
– Для разнообразия представляемой информации используйте на страницах буклета текст, графику, схемы, таблицы.
– Выполните форматирование текстовой части буклета, задайте гарнитуру шрифта, размер, начертание, выравнивание абзацев.
– Рисунки, размещаемые на страницах буклета, отредактируйте с помощью графических редакторов.

2. Выполните защиту разработанного буклета.

– Укажите название буклета.
– Приведите основные положения теоретической части буклета.
– Обоснуйте выбранные для представления информации средства.

Практическое задание зачетной работы выполняется с использованием персонального компьютера и необходимого оборудования. Практическое задание зачетной работы оценивается по критериям, представленным в таблице. Максимальное количество баллов за практическое задание 10.

| Критерий | Максимальный балл |
|---|---|
| Грамотность и культура речи | 1 |
| Логичность содержания | 1 |
| Дизайн | 5 |
| Использование возможностей информационных технологий | 3 |

**Шкала оценивания:**

| Шкала в процентах | Шкала в баллах | Оценка | Вербальный аналог |
|---|---|---|---|
| 100-86 | 15-13 | 5 | Отлично |
| 85-71 | 12-11 | 4 | Хорошо |
| 70-60 | 10-9 | 3 | Удовлетворительно |
| менее 60 | менее 9 | 2 | Неудовлетворительно |

**Критерии оценивания дифференцированного зачета**

Оценка 2 «Неудовлетворительно» ставится, если при выполнении теоретического и практического заданий студент набрал менее 9 баллов.

Оценка 3 «Удовлетворительно» ставится, если при выполнении теоретического и практического заданий студент набрал от 9 до 10 баллов.

Оценка 4 «Хорошо» ставится, если при выполнении теоретического и практического заданий студент набрал от 11 до 12 баллов.

Оценка 5 «Отлично» ставится, если при выполнении теоретического и практического заданий студент набрал от 13 до 15 баллов.