Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа учебной дисциплины

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Вологда – 2026

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии информационных технологий
Протокол № 7 от 04.03.2026 г.
Председатель цикловой комиссии
_____ С.Н. Мариничева

Утверждаю
Зам. директора по учебно-методической работе
_____ А.А. Русина

Организация-разработчик: ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Разработчик: Оленичева Арина Альбертовна, преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

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

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 11
5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ 13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационные технологии в профессиональной деятельности

1.1. Цель и место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Цель дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности»: является формирование у студентов современного мировоззрения в сфере информационных технологий, усвоение ими основ информационной культуры, приобретение знаний и умений и формирование компетенций, необходимых для профессиональной деятельности.

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» включена в обязательную часть общепрофессионального цикла образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01	-осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности в сфере рекламы; -выбирать оптимальные программные средства (растровые, векторные, видеоредакторы, табличные процессоры, системы аналитики) для решения конкретной профессиональной задачи. -оценивать эффективность применения информационных технологий в рекламной кампании.	-основные понятия автоматизированной обработки информации, общий состав и структуру ПК и вычислительных систем; -классификацию и функциональные возможности программных средств, используемых в рекламной деятельности. -методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации в рекламном бизнесе.	
ОК 02	-использовать современные средства поиска информации для поиска референсов, нормативных документов, трендов; -применять информационные технологии для обработки текстовой, числовой, графической информации и мультимедиа; -работать с системами веб-аналитики и профессиональными рекламными платформами; -использовать облачные сервисы для совместной работы и хранения данных.	-состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий в профессиональной деятельности; -принципы работы систем веб-аналитики и профессиональных рекламных платформ; -инструменты для совместной работы: облачные хранилища, онлайн-офисы, сервисы видеоконференций; -основы информационной безопасности при работе в сети.	
ПК 4.1	-создавать рекламные баннеры, коллажи, анимированные GIF в растровом редакторе GIMP с использованием слоев, масок, цветокоррекции и ретуши; -разрабатывать логотипы, фирменные знаки, макеты листовок, инфографику, паттерны в векторном редакторе Inkscape; -создавать мультимедийные презентации для презентации концепции рекламной кампании, бренда, коммерческого предложения;	-программы для обработки изображений, их интерфейс и основные инструменты; -технологии работы в растровых редакторах: цветокоррекция, ретушь, слои, маски, анимация; -технологии работы в векторных редакторах: создание контуров, работа с текстом, подготовка макетов к печати; -основы видеомонтажа: нарезка, переходы, работа со звуком, цветокоррекция, работа с хромакеем;	-навыками разработки рекламных графических материалов различного формата; -навыками создания анимированных баннеров и анимированных логотипов; -навыками монтажа рекламных видеороликов с

	-монтировать рекламные видеоролики, тизеры, видео для VK Клипов: нарезка клипов, добавление переходов, работа со звуком, цветокоррекция, наложение титров, использование хромакея. -учитывать требования законодательства о рекламе при создании рекламных материалов.	-требования к маркировке интернет-рекламы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.	учетом требований платформ;
ПК 4.2	-создавать и оформлять медиаплан в табличном процессоре с расчетом бюджета, охватов, стоимости контакта; -выполнять расчеты ключевых метрик эффективности рекламной кампании: ROI, ROMI, CTR, CPC, CPM с использованием формул и функций табличных процессоров; -создавать базы данных клиентов, рекламных площадок, креативов в СУБД (MS Access); -выгружать данные из систем веб-аналитики и подготавливать сводные отчеты с визуализацией.	-табличные процессоры: интерфейс, возможности, основные функции; -основные метрики эффективности рекламных кампаний: ROI, ROMI, CTR, CPC, CPM, формулы их расчета; -системы веб-аналитики: Яндекс.Метрика, структура отчетов, ключевые показатели; -основы работы с базами данных: структура таблиц, типы данных, создание запросов на выборку.	-навыками визуализации данных для презентации результатов; -навыками работы с системами веб-аналитики для сбора и анализа данных; -навыками создания и ведения баз данных в профессиональных целях.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Учебные занятия	**134**
в т.ч.	
теоретическое обучение	30
практические занятия	104
Самостоятельная работа	**6**
Промежуточная аттестация	**4**
ВСЕГО	**144**

2.2. Содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Объем часов	Формируемые компетенции
Раздел 1. Автоматизированная обработка информации в рекламной деятельности			
Тема 1.1 Информация и информационные процессы в рекламе	**Содержание учебного материала**		ОК 01, ОК 02, ПК 4.1
	Понятие информации и информационных технологий. Роль информации в современной рекламной деятельности: сбор данных о целевой аудитории, анализ рынка, контроль эффективности рекламных кампаний.	2	
	Представление об автоматических и автоматизированных системах управления в рекламном бизнесе. Обзор рекламных платформ и систем автоматизации маркетинга (VK Реклама, Яндекс.Директ, МТС Ads).	2	
Тема 1.2 Технические средства информационных технологий	**Содержание учебного материала**		ОК 01, ОК 02
	Состав и структура ПЭВМ. Современное оборудование, используемое в рекламных агентствах и отделах маркетинга: графические станции, мониторы с высокой цветопередачей, принтеры для широкоформатной печати, плоттеры, сканеры. Комплектация рабочего места дизайнера, копирайтера, таргетолога, SMM-менеджера.	2	
Тема 1.3 Профессиональные информационные системы в рекламе	**Содержание учебного материала**		ОК 01, ОК 02, ПК 4.1, ПК 4.2
	Классификация и структура профессиональных автоматизированных систем. Обзор рынка ПО для рекламной деятельности: CRM-системы для рекламных агентств (Битрикс24, МойСклад), системы аналитики (Яндекс.Метрика), системы сквозной аналитики (Calltouch, CoMagic).	2	
	Практические занятия		
	П/Р №1. Поиск профессиональной информации в справочно-правовых системах (КонсультантПлюс, Гарант). Изучение ФЗ «О рекламе», требований к маркировке интернет-рекламы.	2	
	П/Р №2. Работа с системой КонсультантПлюс: поиск, анализ и сохранение документов, регламентирующих рекламную деятельность в РФ (правила наружной рекламы, требования к рекламе отдельных видов товаров).	2	
Раздел 2. Прикладное программное обеспечение в профессиональной деятельности специалиста по рекламе			
Тема 2.1 Технология обработки текстовой информации: разработка рекламных текстов и документов	**Содержание учебного материала**		ОК 01, ОК 02, ПК 4.1, ПК 4.2
	Офисные пакеты для подготовки рекламной документации: Microsoft Office, Р7-Офис, МойОфис, Яндекс Документы. Особенности интерфейса и совместимость форматов. Использование для подготовки рекламных текстов, коммерческих предложений, брифов, медиапланов.	2	
	Практические занятия		
	П/Р №3. Знакомство с интерфейсом текстового редактора. Создание шаблона «Бриф на разработку рекламной кампании». Настройка параметров страницы, колонтитулы, стили.	2	
	П/Р №4. Набор и форматирование рекламного текста (копирайтинг): работа со списками, форматирование абзацев, расстановка переносов, проверка орфографии.	2	
	П/Р №5. Создание таблицы «Медиаплан» в табличном редакторе. Вставка и форматирование таблицы, основные расчеты (бюджет, охват, стоимость контакта).	2	
	П/Р №6. Форматирование сложных таблиц. Выполнение расчетов (суммирование, поиск средних значений) для анализа эффективности рекламных каналов.	2	
	П/Р №7. Разработка дизайна «Коммерческого предложения» или «Медиакита» средствами форматирования и встроенными графическими примитивами.	2	
Тема 2.2 Технология обработки	**Содержание учебного материала**		ОК 01, ОК 02, ПК 4.1, ПК 4.2
	Табличные процессоры: Microsoft Excel, Яндекс Таблицы, Р7-Таблицы. Использование электронных таблиц для расчета бюджета рекламной кампании, прогнозирования результатов, анализа эффективности (ROI, ROMI, CTR, CPC).	2	

числовой информации: аналитика и бюджетирование	Системы веб-аналитики: Яндекс.Метрика, VK Реклама Статистика. Основные метрики эффективности рекламы, работа с отчетами.	2	
	Базы данных в рекламной деятельности. Понятие базы данных клиентов, рекламных площадок, креативов. Основы работы с СУБД (MS Access, инструменты CRM-систем).	2	
	Практические занятия		
	П/Р №8. Создание «Бюджета рекламной кампании» в табличном процессоре. Абсолютные и относительные ссылки для расчета распределения бюджета по каналам.	2	
	П/Р №9. Расчет прогнозируемых показателей эффективности (охват, лиды, стоимость лида) с использованием ссылок на исходные данные.	2	
	П/Р №10. Ведение «Журнала учета рекламных размещений». Сортировка и фильтрация данных по датам, каналам, стоимости.	2	
	П/Р №11. Анализ эффективности рекламных каналов: создание диаграммы распределения бюджета и графика динамики заявок.	2	
	П/Р №12. Использование математических и статистических функций (СУММ, СРЗНАЧ, СЧЁТЕСЛИ) для расчета метрик эффективности. Условное форматирование для контроля превышения бюджета.	2	
	П/Р №13. Знакомство с интерфейсом системы веб-аналитики (Яндекс.Метрика). Изучение основных отчетов: источники трафика, посещаемость, конверсии, достижение целей.	2	
	П/Р №14. Выгрузка данных из системы аналитики и подготовка сводного отчета в табличном редакторе с визуализацией (сводные таблицы, срезы).	2	
	П/Р №15. Создание простой базы данных «Клиенты рекламного агентства» в MS Access: определение полей (типы данных), ввод данных, создание простых запросов на выборку.	2	
Тема 2.3 Технология обработки графической информации и мультимедиа	**Содержание учебного материала**		ОК 01, ОК 02, ПК 4.1, ПК 4.2
	Программы для обработки изображений: Adobe Photoshop, GIMP, Фоторика. Создание и редактирование рекламных макетов, баннеров, изображений для соцсетей. Понятие цветокоррекции, ретуши, работы со слоями и масками.	2	
	Онлайн-платформы для графического дизайна: SUPA, Граформа, Canva, Flyvi. Использование готовых шаблонов и библиотек для быстрого создания рекламной графики.	2	
	Создание мультимедийных презентаций: Microsoft PowerPoint, Яндекс Презентации, Р7-Презентации, Google Презентации. Презентация концепции рекламной кампании, бренда, коммерческого предложения.	2	
	Практические занятия		
	П/Р №16. Работа в растровом редакторе GIMP: цветокоррекция и кадрирование рекламного изображения, удаление фона (вырезание объекта) для размещения на баннере.	2	
	П/Р №17. Работа в растровом редакторе GIMP: создание простого рекламного баннера. Работа со слоями, текстом, масками. Сохранение в форматах JPEG/PNG.	2	
	П/Р №18. Работа в растровом редакторе GIMP: ретушь фотографий товаров для каталога/карточек маркетплейсов, удаление дефектов, тонирование, повышение резкости.	2	
	П/Р №19. Работа в растровом редакторе GIMP: создание коллажа из нескольких изображений для рекламного макета.	2	
	П/Р №20. Работа в растровом редакторе GIMP: создание анимированного баннера (GIF). Анимация из нескольких кадров. Настройка длительности кадров, зацикливания.	2	
	П/Р №21. Работа в растровом редакторе GIMP: разработка серии баннеров для медийной рекламы. Создание баннеров разных размеров в едином стиле.	2	
	П/Р №22. Работа в растровом редакторе GIMP: создание фирменного шаблона для VK Клипов. Разработка фона, размещение мест для текста и изображения. Сохранение шаблона.	2	

	П/Р №23. Работа в растровом редакторе GIMP: создание мудборда для нового бренда. Подбор референсов, цветовой гаммы, шрифтов. Оформление коллажа.	2	
	П/Р №24. Работа в растровом редакторе GIMP: работа с масками и векторными формами. Создание сложных выделений с помощью масок, использование векторных контуров.	2	
	П/Р №25. Работа в растровом редакторе GIMP: разработка комплекта креативов для таргета в VK. Создание 3-4 форматов объявлений в едином стиле.	2	
	П/Р №26. Работа в растровом редакторе GIMP: создание «оживающего» постера с помощью анимированного текста.	2	
	П/Р №27. Работа в растровом редакторе GIMP: ретушь портретных фото для коммерческого использования. Сложная ретушь.	2	
	П/Р №28. Работа в растровом редакторе GIMP: создание 3D-упаковки.	2	
	П/Р №29. Работа в векторном редакторе Inkscape: создание простого логотипа из геометрических фигур. Работа с контурами и заливками.	2	
	П/Р №30. Работа в векторном редакторе Inkscape: разработка фирменного знака для социальных сетей. Использование инструментов «Контуры» и «Текст». Экспорт в растровые форматы.	2	
	П/Р №31. Работа в векторном редакторе Inkscape: создание макета листовки/флаера. Компоновка текста и графики. Работа с направляющими, выравнивание.	2	
	П/Р №32. Работа в векторном редакторе Inkscape: разработка инфографики для презентации или поста. Создание графических примитивов для визуализации статистических данных.	2	
	П/Р №33. Работа в векторном редакторе Inkscape: разработка фирменного паттерна для бренда. Создание повторяющегося узора на основе элементов фирменного стиля.	2	
	П/Р №34. Работа в векторном редакторе Inkscape: создание динамической инфографики. Разработка анимированных графиков и цифр для презентации или видео.	2	
	П/Р №35. Работа в векторном редакторе Inkscape: подготовка макета для печати. Создание макета листовки/флаера с учетом вылетов под обрез, цветовая модель CMYK, разрешение. Сохранение в PDF.	2	
	П/Р №36. Работа в векторном редакторе Inkscape: создание набора стикеров для ВКонтакте.	2	
	П/Р №37. Работа в векторном редакторе Inkscape: разработка многостраничного документа (брошюры/буклета).	2	
	П/Р №38. Работа в векторном редакторе Inkscape: Создание динамического шаблона с переменными данными.	2	
	П/Р №39. Оформление слайдов презентации: работа с текстом, изображениями, импортированными векторными элементами.	2	
	П/Р №40. Разработка интерактивной презентации с гиперссылками.	2	
	П/Р №41. Создание презентации «Концепция рекламной кампании» в PowerPoint с использованием экспортированных изображений из GIMP и Inkscape.	2	
	П/Р №42. Создание рекламного видеоролика с использованием видеоредактора. Нарезка клипов, добавление переходов.	2	
	П/Р №43. Работа со звуком в видеоредакторе: наложение фоновой музыки, запись голоса за кадром, регулировка громкости дорожек.	2	
	П/Р №44. Создание видео для VK Клипов: вертикальный формат, динамичный монтаж, использование трендовой музыки, добавление текста.	2	
	П/Р №45. Создание заставки и титров для видео в GIMP и видеоредакторе.	2	
	П/Р №46. Профессиональная цветокоррекция видеоролика.	2	
	П/Р №47. Создание рекламного ролика с элементами стоп-моушн анимации.	2	
	П/Р №48. Создание видео-презентации продукта с использованием хромакея.	2	

	П/Р №49. Разработка анимированного логотипа в Inkscape и GIMP: создание векторного логотипа в Inkscape, покадровая анимация его появления в GIMP.	2	
	П/Р №50. Создание тизера к мероприятию: разработка короткого динамичного ролика с использованием видео- и фото-материалов, обработанных в GIMP.	2	
	П/Р №51. Комплексная работа: презентация бренда. Разработка полной презентации, включающей логотип, фирменные элементы, мудборд и рекламные макеты.	2	
	П/Р №52. Комплексная итоговая работа: полный пакет рекламных материалов. Разработка для бренда: логотип, серия баннеров, макет наружной рекламы, презентация бренда. Защита проекта.	2	
Раздел 3. Сетевые технологии и информационная безопасность			
Тема 3.1 Информационная безопасность	**Содержание учебного материала**		ОК 01, ОК 02, ПК 4.1, ПК 4.2
	Информационная безопасность рекламного агентства/отдела маркетинга. Защита персональных данных клиентов, коммерческой тайны.	2	
	Программно-технические средства защиты: антивирусные программы, межсетевые экраны. Резервное копирование данных рекламных кампаний, креативов, баз клиентов. Организация безопасной работы в сети.	2	
Тема 3.2 Компьютерные сети и интернет-технологии	**Содержание учебного материала**		
	Локальные сети в организации. Использование сетевых ресурсов для совместной работы. Глобальная сеть Интернет как среда для размещения и распространения рекламы.	2	
	Работа с браузерами и поисковыми системами. Инструменты для совместной работы: облачные хранилища, онлайн-офисы, сервисы видеоконференций.	2	
Самостоятельная работа. Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы; выполнение заданий по поиску информации.		**6**	
Промежуточная аттестация		**4**	
	Всего:	**144**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Общепрофессиональных дисциплин и МДК».

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучающихся; персональными компьютерами (по числу обучающихся) с выходом в Интернет, специализированным программным обеспечением, мультимедийными пособиями; рабочее место преподавателя, оборудованное персональным компьютером с лицензионным или свободным программным обеспечением, соответствующим разделам программы и подключенным к сети Интернет и средствами вывода звуковой информации; комплект учебно-наглядных пособий «Информационные технологии в профессиональной деятельности».

Технические средства обучения: мультимедиапроектор.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии: учебник для среднего профессионального образования / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 319 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20333-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/560669

2. Информационные технологии в экономике и управлении: учебник для среднего профессионального образования / ответственный редактор В. В. Трофимов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 556 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18677-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/568904

3. Информационные технологии: учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. Кияев, Е. В. Трофимова; ответственный редактор В. В. Трофимов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 546 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18341-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/568882

4. Нетесова, О. Ю. Информационные системы в экономике: учебник для среднего профессионального образования / О. Ю. Нетесова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 152 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20212-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/562512

5. Советов, Б. Я. Информационные технологии: учебник для среднего профессионального образования / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. — 8-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 414 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20053-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/560670

3.2.2. Дополнительные источники

1. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для среднего профессионального образования / под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/562487

2. Куприянов, Д. В. Информационное обеспечение профессиональной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. В. Куприянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 236 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20826-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/558828

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоенности компетенций	Методы оценки
знает: -основные понятия автоматизированной обработки информации, общий состав и структуру ПК и вычислительных систем; -классификацию и функциональные возможности программных средств, используемых в рекламной деятельности; -методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации в рекламном бизнесе; -состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий в профессиональной деятельности; -принципы работы систем веб-аналитики и профессиональных рекламных платформ; -инструменты для совместной работы: облачные хранилища, онлайн-офисы, сервисы видеоконференций; -основы информационной безопасности при работе в сети; -программы для обработки изображений, их интерфейс и основные инструменты; -технологии работы в растровых редакторах: цветокоррекция, ретушь, слои, маски, анимация; -технологии работы в векторных редакторах: создание контуров, работа с текстом, подготовка макетов к печати; -основы видеомонтажа: нарезка, переходы, работа со звуком, цветокоррекция, работа с хромакеем; -требования к маркировке интернет-рекламы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность; -табличные процессоры: интерфейс, возможности, основные функции; -основные метрики эффективности рекламных кампаний: ROI, ROMI, CTR, CPC, CPM, формулы их расчета; -системы веб-аналитики: Яндекс.Метрика, структура отчетов, ключевые показатели; -основы работы с базами данных: структура таблиц, типы данных, создание запросов на выборку	-ориентируется в источниках информации и ресурсах для решения задач в профессиональном и социальном контексте; -способен сформулировать алгоритм выполнения работ в профессиональной и смежных областях; -демонстрирует знания о том, как представлять результаты поиска информации; -понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; -участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; -четко различает назначение текстового редактора, электронных таблиц и специализированных программ для решения конкретных задач; -демонстрирует понимание угроз и способов защиты применительно к данным предприятия; -четко различает назначение растровых и векторных редакторов, видеоредакторов и выбирает подходящий инструмент в зависимости от задачи; -грамотно подбирает параметры экспорта в соответствии с носителем; -ориентируется в требованиях платформ к размерам, весу и длительности графических и видео-материалов; -демонстрирует понимание угроз информационной безопасности при передаче коммерческих макетов и видео-контента.	-наблюдение за выполнением заданий на практических занятиях; -выполнение и защита практических работ; -тестирование по теоретическим основам графического дизайна и видеопроизводства. -защита комплексных итоговых проектов: презентация полного пакета рекламных материалов и видео-визитки бренда.

умеет: -осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности в сфере рекламы; -выбирать оптимальные программные средства (растровые, векторные, видеоредакторы, табличные процессоры, системы аналитики) для решения конкретной профессиональной задачи; -оценивать эффективность применения информационных технологий в рекламной кампании; -использовать современные средства поиска информации для поиска референсов, нормативных документов, трендов; -применять информационные технологии для обработки текстовой, числовой, графической информации и мультимедиа; -работать с системами веб-аналитики и профессиональными рекламными платформами; -использовать облачные сервисы для совместной работы и хранения данных; -создавать рекламные баннеры, коллажи, анимированные GIF в растровом редакторе GIMP с использованием слоев, масок, цветокоррекции и ретуши; -разрабатывать логотипы, фирменные знаки, макеты листовок, инфографику, паттерны в векторном редакторе Inkscape; -создавать мультимедийные презентации для презентации концепции рекламной кампании, бренда, коммерческого предложения; -монтировать рекламные видеоролики, тизеры, видео для VK Клипов: нарезка клипов, добавление переходов, работа со звуком, цветокоррекция, наложение титров, использование хромакея; -учитывать требования законодательства о рекламе при создании рекламных материалов; -создавать и оформлять медиаплан в табличном процессоре с расчетом бюджета, охватов, стоимости контакта; -выполнять расчеты ключевых метрик эффективности рекламной кампании: ROI, ROMI, CTR, CPC, CPM с использованием формул и функций табличных процессоров; -создавать базы данных клиентов, рекламных площадок, креативов в СУБД (MS Access); -выгружать данные из систем веб-аналитики и подготавливать сводные отчеты с визуализацией.	-определяет задачу в профессиональном и/или социальном контексте; -осуществляет поиск и отбор информации, необходимой для решения задачи; -определяет ресурсы для решения задачи; -планирует процесс поиска информации и осуществлять выбор необходимых источников; -понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; -уверенно работает с принтером, сканером. Подключает периферийные устройства; -создает и оформляет документы в MS Word; -выполняет расчеты в MS Excel с использованием формул и функций. Строит диаграммы. -создает и редактирует базы данных в MS Access; -создает и обрабатывает графические изображения; -разрабатывает презентации для портфолио; -осуществляет поиск информации в Интернете и справочных системах. Работает с электронной почтой для взаимодействия с заказчиками. Понимает принципы работы с облачными хранилищами; -выполняет проверку носителей антивирусом, устанавливает пароли на документы, понимает важность резервного копирования баз данных; -создает и редактирует рекламные баннеры, анимированные GIF, коллажи в GIMP с использованием слоев, масок, цветокоррекции и ретуши; -разрабатывает векторные логотипы, фирменные знаки, инфографику, макеты для печати и паттерны в Inkscape; -выполняет монтаж рекламных видеороликов, тизеров, клипов для VK: нарезка, переходы, работа со звуком, цветокоррекция, наложение титров, удаление фона; -создает комплексные презентации бренда, включающие экспортированные из GIMP и Inkscape изображения, анимированные логотипы и видеовставки; -осуществляет поиск референсов, стоковых фото/видео, шрифтов и LUT-таблиц в сети; грамотно использует облачные хранилища для обмена макетами с заказчиком.	

	Выполняет проверку загружаемых файлов антивирусом, понимает необходимость резервного копирования исходников.	

5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Промежуточная аттестация по дисциплине проходит в форме дифференцированного зачета. Дифференцированная зачетная работа состоит из 6 вариантов. Вариант зачетной работы состоит из 5 заданий, все задания выполняются с использованием персонального компьютера и специализированного программного обеспечения.

Примерный перечень теоретических вопросов

1. Дайте определение понятия «информация». Охарактеризуйте основные информационные процессы в рекламной деятельности.
2. Дайте определение понятия «информационная технология». Приведите классификацию информационных технологий, используемых в рекламе.
3. Дайте понятие автоматизированного рабочего места специалиста. Опишите состав АРМ дизайнера, SMM-менеджера, таргетолога.
4. Опишите общие принципы работы и характеристику основных компонентов персонального компьютера для графической работы.
5. Опишите принципы работы и характеристику устройств ввода-вывода информации, используемых в рекламных агентствах.
6. Опишите принципы работы и характеристику устройств хранения информации. Дайте рекомендации по организации резервного копирования проектов дизайнера.
7. Опишите принципы работы и характеристику аппаратных средств мультимедиа технологий.
8. Дайте понятие программного обеспечения. Приведите классификацию программных средств для рекламной деятельности.
9. Дайте понятие системного программного обеспечения, операционной системы. Охарактеризуйте совместимость ПО для графического дизайна с различными ОС.
10. Дайте понятие прикладного программного обеспечения. Охарактеризуйте пакеты прикладных программ, используемых в профессиональной деятельности специалиста по рекламе.
11. Опишите основные понятия растровой графики: пиксель, разрешение, цветовая модель, форматы файлов. Области применения.
12. Опишите основные понятия векторной графики: контур, опорная точка, заливка, обводка, цветовая модель, форматы файлов. Области применения.
13. Опишите технологию работы со слоями и масками в растровом редакторе. Приведите примеры использования в рекламном макете.
14. Опишите процесс создания анимированного баннера в GIMP. Параметры анимации: количество кадров, длительность, зацикливание.
15. Опишите требования к подготовке макетов для печати: цветовая модель CMYK, разрешение, вылеты под обрез, формат PDF.
16. Опишите основные метрики эффективности рекламных кампаний: ROI, ROMI, CTR, CPC, CPM. Формулы расчета и интерпретация.
17. Опишите принципы работы систем веб-аналитики. Какие отчеты используются для анализа эффективности рекламы?

18. Опишите этапы создания рекламного видеоролика: препродакшн, продакшн, постпродакшн.

19. Опишите технологию работы с хромакеем при создании видео-презентаций. Какие инструменты используются в видеоредакторах?

20. Дайте понятие информационной безопасности. Опишите основные угрозы для рекламного агентства и способы защиты персональных данных клиентов.

Примерный перечень практических заданий

1. Создайте рекламный баннер в GIMP заданного размера: выполните цветокоррекцию предоставленного изображения, добавьте текст, сохраните в форматах JPEG и PNG.

2. Выполните ретушь фотографии товара для маркетплейса в GIMP: удалите дефекты, выполните тонирование, повысьте резкость.

3. Создайте анимированный баннер в GIMP из 3–4 кадров с изменяющимся текстом или изображением.

4. Разработайте логотип для бренда в Inkscape с использованием геометрических фигур и текста. Экспортируйте в PNG.

5. Создайте макет листовки/флаера в Inkscape с учетом вылетов под обрез и цветовой модели CMYK. Сохраните в PDF.

6. Разработайте инфографику для презентации в Inkscape: визуализируйте статистические данные.

7. Создайте презентацию «Концепция рекламной кампании», используя экспортированные изображения из GIMP и Inkscape.

8. Выполните монтаж короткого рекламного видеоролика: нарезка клипов, добавление переходов, наложение фоновой музыки.

9. Создайте видео для VK Клипов: динамичный монтаж, добавление текста, использование трендовой музыки.

10. Создайте базу данных «Клиенты рекламного агентства» в MS Access: определите поля, введите данные, создайте запрос на выборку клиентов по заданному критерию.

11. В табличном процессоре рассчитайте бюджет рекламной кампании по каналам, используя абсолютные и относительные ссылки. Постройте диаграмму распределения бюджета.

12. В системе Яндекс.Метрика проанализируйте предоставленный отчет: определите источники трафика, рассчитайте конверсию, сформулируйте выводы.

13. В справочно-правовой системе КонсультантПлюс найдите актуальную редакцию ФЗ «О рекламе». Выпишите требования к маркировке интернет-рекламы.

14. Создайте в Inkscape фирменный паттерн на основе элементов фирменного стиля.

15. Выполните цветокоррекцию видеоролика: примените LUT-таблицу, откорректируйте экспозицию и баланс белого.

Задание зачетной работы оценивается по критериям, представленным в таблице. Максимальное количество баллов за каждое задание 5.

Критерий	Максимальный балл
Задание выполнено в полном объеме, студент представил выполнение задания без погрешностей и замечаний, на все вопросы при защите задания дал правильные ответы	5
Задание выполнено в полном объеме, студент представил выполнение задания с небольшими погрешностями, на защите задания затруднялся при ответах на некоторые вопросы, нуждался в уточняющих вопросах и подсказках со стороны преподавателя	3
Задание выполнено в соответствии с требованиями, студент представил выполнение задания с существенными погрешностями, неспособен правильно интерпретировать полученные результаты, на защите затруднялся и/или не ответил на большинство вопросов, нуждался в уточняющих вопросах и подсказках со стороны преподавателя	1
Студент не выполнил задание, неспособен пояснить выполнение задания, не ответил ни на один контрольный вопрос на защите	0

Критерии оценивания результатов дифференцированного зачета

Оценка 5 (отлично) ставится, если при выполнении зачетной работы студент набрал от 22 до 25 баллов.

Оценка 4 (хорошо) ставится, если при выполнении зачетной работы студент набрал от 18 до 21 баллов.

Оценка 3 (удовлетворительно) ставится, если при выполнении зачетной работы студент набрал от 15 до 17 баллов.

Оценка 2 (неудовлетворительно) ставится, если при выполнении заданий зачетной работы студент набрал менее 15 баллов.