

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий

кафедрой связей с общественностью,  
рекламы и дизайна

  
д.ф.н., проф. В.В. Тулупов

18.04.2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

ОПЦ.08 Компьютерная графика и мультимедиа

*Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным  
планом*

42.02.01 «Реклама»

*Код и наименование специальности*

гуманитарный

*Профиль подготовки (технический, естественнонаучный, социально-экономический,  
гуманитарный)*

специалист по рекламе

*Квалификация выпускника*

очная

*Форма обучения*

Учебный год: 2025 - 2026

Семестр(ы): 4,5

Рекомендована: \_\_\_\_\_ НМС факультета  
журналистики

*(Наименование рекомендующей структуры)*

протокол от 18.04.2024 г. № 7

Составители программы: преп. Ельшина О.И.

2024 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

стр.

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **ОПЦ.08 Компьютерная графика и мультимедиа**

Программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама", входящей в укрупненную группу специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

Программа учебной дисциплины реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

### **1.1. Область применения программы**

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, входящей в укрупненную группу специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

### **1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:**

Дисциплина ОПЦ.08 Компьютерная графика и мультимедиа входит в общепрофессиональный цикл (профессиональная подготовка)

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

#### **иметь практический опыт:**

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

#### **уметь:**

- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

#### **знать:**

- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет-рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение.

Результатом освоения программы учебной дисциплины является овладение обучающимся профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержательная часть компетенции</b>
<b>ОК 1</b>	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
<b>ОК 2</b>	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
<b>ПК.3.1.</b>	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
<b>ПК.3.2.</b>	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
<b>ПК.3.3</b>	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.
<b>ПК.4.1.</b>	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
<b>ПК.4.2</b>	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
<b>ПК.4.3</b>	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 70 часов, в том числе:  
аудиторной учебной работы обучающегося (обязательных учебных занятий) 48 час;  
внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы обучающегося 22 часа.

## **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>119</b>
<b>Аудиторная учебная работа (обязательные учебные занятия) (всего)</b>	<b>102</b>
в том числе:	
лабораторные занятия	102
<b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающегося (всего)</b>	
в том числе:	
самостоятельная работа	5
<b>Итоговая аттестация в форме экзамена</b>	<b>12</b>

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОПЦ.08 Компьютерная графика и мультимедиа

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Тема 1. Введение в компьютерную графику и мультимедиа</b>	<b>Содержание</b> 1. Определение, основные задачи компьютерной графики и мультимедиа. 2. Роль и место компьютерной графики и мультимедиа в информационных технологиях. 3. Краткая история развития компьютерной графики 4. Классификация видов компьютерной графики. 6. Сфера применения компьютерной графики. 5. Групповое задание на тему «Применение интерактивной графики в информационных системах»	4	1
			1
			1
			1
			1
			1
			2,3
<b>Тема 2. Цвет и цветовые режимы в компьютерной графике</b>	<b>Содержание</b> 1. Понятие цвета и его характеристики. 2. Цветовые модели. 3. Цветовая модель RGB. 4. Цветовая модель CMYK. 5. Цветовая модель Pantone 6. Групповое задание на тему «Сфера применения различных цветовых режимов»	4	1
			1
			1
			1
			1
			1
			2,3
<b>Тема 3. Виды компьютерной графики</b>	<b>Содержание</b> 1. Фрактальная графика. Определение, особенности, сферы применения 2. Растворная графика. Определение, особенности, сферы применения 3. Векторная графика. Определение, особенности, сферы применения 4. Индивидуальное задание на тему «Создание фрактальной графики с помощью нейросетей».	4	1
			1
			1
			1
			2,3
<b>Тема 4. Онлайн-редакторы компьютерной графики</b>	<b>Содержание</b> 1. Онлайн-редакторы-компьютерной графики. Определение, сферы применения. 2. Основные онлайн-редакторы. Достоинства и недостатки 3. Интерфейс онлайн-редактора Figma 4. Начало работы в Figma. Создание нового фрейма. Расчет необходимы размеров. 5. Панель инструментов Figma. 6. Индивидуальное задание на тему «Освоение базовой панели инструментов Figma».	10	1
			1
			1
			1
			1
			1
			2,3

	7. Выделение в онлайн-редакторе Figma.		1 1 2,3 1 1 1 1 2,3
	8. Работа с обводками и цветом в онлайн-редакторе Figma.		
	9. Работа с текстом в онлайн-редактора Figma		
	10. Индивидуальное задание на тему «Создание рекламной карточки для Telegram-канала в Figma».		
	11. Работа с фильтрами в онлайн-редактора Figma		
	12. Создание простой анимации в онлайн-редактора Figma		
	13. Индивидуальное задание на тему «Создание простой анимации в Figma».		
<b>Тема 5.1.</b>	<b>Содержание</b>		
<b>Векторная графика.</b>	1. Структура векторных файлов.		
<b>CorelDraw</b>	3. Форматы векторных файлов.		
	3. Редакторы векторной графики. Достоинства и недостатки.		
	4. ПО CorelDraw X7. История разработки. Программы входящие в пакет ПО.		
	5. ПО CorelDraw X7. Интерфейс программы.		
	6. Индивидуальное задание на тему «Настройка интерфейса программы».		
	7. ПО CorelDraw X7. Панель инструментов		
	9. Индивидуальное задание на тему «Работа с графическими примитивами».		
	10. ПО CorelDraw X7. Работа с заливками, обводками.		
	11. Индивидуальное задание на тему «Работа с цветом и прозрачностью».		
	12. ПО CorelDraw X7. Работа с текстом.		
	13. Индивидуальное задание на тему «Создание простой визитки».		
	14. ПО CorelDraw X7. Работа с интерактивными эффектами.		
	15. Индивидуальное задание на тему «Работа с интерактивными эффектами».		
	16. ПО CorelDraw X7. Инструмент PowerClip.		
	17. ПО CorelDraw X7. Генерация штрих-кода.		
	18. Индивидуальное задание на тему «Создание скидочной карты со штрих-кодом».		
<b>Тема 5.2.</b>	<b>Содержание</b>		16 1 1 1 1 1 1 2,3 1 2,3 1 2,3 1 1 1 1 2,3 1 1 1 2,3 1 1 2,3 1 2,3 1 1 1 1 2,3 1 1 1 2,3 1 1 2,3 1 2,3 1 1 1 1 2,3 1 1 1 2,3 1 1 1 1 3
<b>Векторная графика.</b>	1. ПО Adobe Illustrator История разработки.		
<b>Adobe Illustrator</b>	5. ПО Adobe Illustrator Интерфейс программы.		
	6. Индивидуальное задание на тему «Настройка интерфейса программы».		
	7. ПО Adobe Illustrator. Панель инструментов		
	9. Индивидуальное задание на тему «Работа с графическими примитивами».		
	10. ПО Adobe Illustrator. Работа с заливками, обводками.		
	11. Индивидуальное задание на тему «Работа с цветом и прозрачностью».		
	12. ПО Adobe Illustrator. Работа с текстом.		
	13. Индивидуальное задание на тему «Создание афиши».		
	14. ПО Adobe Illustrator. Работа с эффектами.		
	15. Индивидуальное задание на тему «Работа с интерактивными эффектами».		
	16. ПО Adobe Illustrator. Слои. Маски.		
	16. ПО Adobe Illustrator. Сохранение в Pdf и вывод на печать. Факторы влияющие на вес		
	15. Индивидуальное задание на тему «Создание стикер-парка. Подготовка к печати».		

<b>Тема 6.</b>	<b>Содержание</b>	
<b>Растровая графика.</b>	1.Структура растровых файлов. 3. Форматы растровых файлов. 3. Редакторы растровой графики. Достоинства и недостатки. 4. ПО Adobe Photoshop. История разработки. 5. ПО Adobe Photoshop. Интерфейс программы. 6. Индивидуальное задание на тему «Настройка интерфейса программы». 7. ПО Adobe Photoshop. Панель меню и инструментов. 9. Индивидуальное задание на тему «Работа с выделениями». 10. ПО Adobe Photoshop. Инструменты рисования и ретуши. 11. Индивидуальное задание на тему «Работа с инструментами рисования и ретуши». 12. ПО CorelDraw X7. Работа со слоями и масками. 13. Индивидуальное задание на тему «Работа со слоями и масками». 14. ПО CorelDraw X7. Работа с эффектами и инструментами коррекции фотографии. 15. Индивидуальное задание на тему «Работа с эффектами и инструментами коррекции фотографии». 16. ПО CorelDraw X7. Панель экшенов. Пакетная обработка фотографий. 17. Индивидуальное задание на тему «Пакетная коррекция фотографий». 18. Создание анимации в Adobe Photoshop. 19. Индивидуальное задание на тему «Создание рекламного экрана с анимацией».	
<b>Adobe Photoshop</b>		
		18
<b>Тема 7.</b>	<b>Содержание</b>	
<b>Издательская система</b>	1.Понятие издательской системы. Принципиальные отличия от других редакторов КГ . 5. ПО InDesing. Интерфейс программы. 6. Индивидуальное задание на тему «Настройка интерфейса программы». 7. ПО InDesing. Панель инструментов 9. Индивидуальное задание на тему «Создание сетки документа». 10. ПО Adobe InDesing. Работа с заливками, обводками. 11. Индивидуальное задание на тему «Работа с цветом, обводками и прозрачностью». 12. ПО Adobe InDesing. Работа с текстом. 13. Индивидуальное задание на тему «Верстка страницы журнала». 14. ПО Adobe Illustrator. Работа с эффектами. 15. Индивидуальное задание на тему «Работа с интерактивными эффектами». 16. Вывод на печать, в pdf.	
<b>Adobe InDesing</b>		
		8
<b>Тема 8.</b>	<b>Содержание</b>	
<b>Редактор документов</b>	1.ПО Adobe Acrobat. Назначение программы 2.ПО Adobe Acrobat. Панели инструментов 3. Индивидуальное задание на тему «Редактирование документов и отдельных элементов». 4. Индивидуальное задание на тему «Предпечатная проверка документа».	
<b>Adobe Acrobat</b>		
		4
<b>Тема 9.</b>	<b>Содержание</b>	
<b>Основы сайтостроения</b>	1.Интернет-реклама. Особенности. Достоинства и недостатки. 2.Требования к графическим материалам web-дизайна 3.Онлайн-конструктор сайтов Tilda. Специфика, история создания. 4.Интерфейс Tilda. 5.Работа с блоками в Tilda 6.Работа с текстом в Tilda.	
		10

	7.Работа с изображениями в Tilda. 8.Построение сайта по сетке. 9. Индивидуальное задание на тему «Создание лендинга».		1 1 2,3
<b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении программы.</b> Работа с учебным материалом. Заданиями для самостоятельной работы: - Изучение требований к изображениям социальных сетей. - Изучение требований к видео социальных сетей. - Изучение тех. требований к макетам типографий, сувенирных производств. Подготовка к групповым заданиям. Подготовка к промежуточной аттестации – экзамен (в 5 семестре.)	5	2,3	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств (*Индивидуально дополняется составителем*));
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством (*Индивидуально дополняется составителем*))
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач (*Индивидуально дополняется составителем*))

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение**

Учебная аудитория. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244\*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244\*244, интерактивная доска Promethean.

Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 115, 126

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

При реализации дисциплины используются различные типы лекций (вводная, обзорная и т.д.), семинарские задания (проблемные, дискуссионные и т.д.), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

#### **Основные источники:**

1. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке.  
– URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684193> (дата обращения: 16.02.2021). – ISBN 978-5-394-04207-2. – Текст : электронный.
2. Молочков, В. П. Основы фотографии : [12+] / В. П. Молочков. – 2-е изд., испр. – Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. – 401с. : ил.– Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429069> (дата обращения: 16.02.2021). – Текст : электронный.
3. Реклама и связи с общественностью: теория и практика : / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015 .— 370 с.

#### **Дополнительные источники:**

1. Годин А. М., Дашков И. К. «Брендинг: учебное пособие» 2013
2. Шарков Ф. И., Дашков И. К. «Интегрированные коммуникации: правовое

- регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике. Учебное пособие, 2014
3. Гаймакова Б.Д., Макарова С.К., Новикова В.И., Оссовская М.П. Мастерство эфирного выступления: Учеб.пособие. – М.: Аспект Пресс, 2004. (Серия «Телевизионный мастер-класс»). – 283 с. \*\*\*
  4. Коханенко А.И. Имидж рекламных персонажей. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д.: Издательский центр «МарТ», 2004. – 143 с. \*\*\*
  5. Ляшенко Б. Как надо и как не надо говорить в эфире/ Программы фонда независимого радио М. 2000. - С. 110.\*\*\*
  6. Митта А. Н. Кино между адом и раем : Кино по Эйзенштейну, Чехову, Шекспиру, Курсаве, Феллинни, Хичкоку, Тарковскому / А. Митта. – М. : Подкова, 2000. – 471 с. \*\*\*
  7. Муратов С. А. Пристрастная камера : учеб. пособие для студ. вузов / С. А. Муратов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 185 с. \*\*\*
  8. Шарков Ф.И., Гостенина В.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: Учеб. пособие. Под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М.: ИТК Дашков и К, 2007. – 340 с. \*\*\*
  9. Шубина И.Б. Основы драматургии и режиссуры рекламного видео: Творческая мастерская рекламиста. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д.: Издательский центр «МарТ», 2004. – 320 с. \*\*\*
  10. Баластов А. В. Практическое применение информационных технологий при обучении взрослых профессионально ориентированному иноязычному общению в условиях неязыкового вуза // Вестн. Том. гос. пед. ун-та. – 2012. – № 4. – С. 167-170.
  11. Гончарик Н. Г. Цифровые мультимедийные технологии – смысловые средства передачи информационного содержания // Проблемы создания информационных технологий : сб. науч. тр. – 2012. – Вып. 21. – С. 74-76.
  12. Джашитов В. Э. Мультимедийные информационно-компьютерные технологии в научно-образовательных курсах лекций и экспресс- контроле знаний по точным наукам / В. Э. Джашитов, В. М. Панкратов, А. В. Голиков // Информ. технологии. – 2011. – № 1. – С. 44-48.
  13. Информационные технологии в культуре : курс лекций / Е. С. Толмачева, С. Л. Замковец, Ю. В. Виланский, Н. Л. Гончарова. – Минск : Соврем. знания, 2010. – 264 с. \*\*\*
  14. Карп Е. И. Роль интерактивных мультимедийных систем в вопросе информационного обеспечения деятельности управлеченческих структур // Вестн. акад. права и упр. – 2010. – № 21. – С. 159-165. \*\*\*
  15. Лобanova Ю. В. От телевидения к интернету: открытая стратегия коммуникации // Упр. мегаполисом. – 2011. – № 2. – С. 129-132.
  16. Мухлаев В. А. Использование информационных технологий в развитии познавательной активности учащихся // Образование и саморазвитие. – 2012. – Т. 1, № 29. – С. 50-55.
  17. Попова И. Н. Технология формирования профессиональной компетентности студентов инженерных специальностей в области технологий мультимедиа // Соврем. проблемы науки и образования. – 2013. – № 2. – С. 249.
  18. Стяблина А. В. Электронные технологии в формировании информационной среды // Вестн. Тамбов. ун-та. Сер.: Гуманитар. науки. – 2011. – Т. 103, № 11. – С. 207-211.
  19. Холин А. Н. Ситуационные центры: перспективы цифровых технологий. Площадка для апробации цифровых технологий // Науч. периодика: проблемы и решения. – 2011. – № 6. – С. 6-9.

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения теоретических занятий, практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий (рисунков и т.п.)

Итоговый контроль - экзамен

**Критерии оценки экзамена по итогам освоения дисциплины:**

- **отлично:** знание основного материала дисциплины, умение самостоятельно использовать его для решения прикладных задач, успешное выполнение тестов;
- **хорошо:** знание большей части материала дисциплины и методов его использования, умение решать типовые задачи, успешное выполнение тестов;
- **удовлетворительно:** наличие представления об основных положениях материала дисциплины, умение использовать его для решения простейших задач, неполное выполнение тестов;
- **неудовлетворительно:** отсутствие практических навыков при слабом представлении о содержании дисциплины, невыполнение тестов.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата
<p><b>иметь практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;</li><li>- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;</li><li>- подготовки к производству рекламного продукта;</li><li>- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</li></ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</li><li>- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;</li></ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</li></ul>	умение выбирать инструмент и оборудование в соответствии с поставленной задачей; владение навыками работы с пакетами ПО для обработки графики и мультимедийной информации; - умение создавать Интернет-рекламу различных видов.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- технологию создания Интернет-рекламы;</li> <li>- аппаратное и программное обеспечение.</li> </ul>	
--	--

<b>Результаты обучения (освоенные ОК и ПК)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>
Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	Самостоятельный выбор студента своей будущей профессии в сфере журналистики, проявление к ней устойчивого интереса. Верное определение задач будущей профессии и методов их осуществления.
Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;
Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	знать:
Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	- технологию создания Интернет-рекламы;
Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	- аппаратное и программное обеспечение.
Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	

## **ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ**

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Специальность \_\_\_\_\_  
*шифр и наименование специальности*

Дисциплина \_\_\_\_\_  
код и наименование дисциплины

# Профиль подготовки \_\_\_\_\_ в соответствии с Учебным планом

Форма обучения \_\_\_\_\_

Учебный год \_\_\_\_\_

## Ответственный составитель

должность, подразделение \_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_ . 20 \_\_\_\_\_

## Составители

\_\_\_\_\_ . 20 \_\_\_\_\_

*должность, подразделение*      *подпись*      *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО

## Куратор Union CIO

## по специальности

*подпись расшифровка подписи*

Зав. отделом обслуживания ЗНБ \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_\_  
подпись расшифровка подписи

РЕКОМЕНДОВАНА НМС

(наименование факультета, структурного подразделения)

протокол от \_\_\_.\_\_.20\_\_ № \_\_\_\_\_