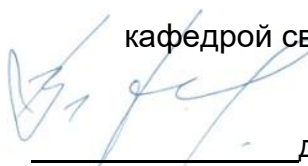


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий

кафедрой связей с общественностью,
рекламы и дизайна



д.ф.н., проф. В.В. Тулупов

17.04.2025 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: 2026 – 2027

Семестр(ы): 4,5

2027 - 2028

Рекомендована: _____ НМС факультета
журналистики _____

(Наименование рекомендующей структуры)

протокол от 17.04.2025 г. № 7

Составители программы: преп. Сушкова Т.В.

2025 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:

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

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

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
Тема 1. Введение в компьютерную графику и мультимедиа	Содержание	4	
	1. Определение, основные задачи компьютерной графики и мультимедиа.		1
	2. Роль и место компьютерной графики и мультимедиа в информационных технологиях.		1
	3. Краткая история развития компьютерной графики		1
	4. Классификация видов компьютерной графики.		1
	6. Сферы применения компьютерной графики.		1
5. Групповое задание на тему «Применение интерактивной графики в информационных системах»	2,3		
Тема 2. Цвет и цветовые режимы в компьютерной графике	Содержание	4	
	1.Понятие цвета и его характеристики.		1
	2. Цветовые модели.		1
	3. Цветовая модель RGB.		1
	4. Цветовая модель CMYK.		1
	5. Цветовая модель Pantone		1
6.Групповое задание на тему «Сферы применения различных цветовых режимов»	2,3		
Тема 3. Виды компьютерной графики	Содержание	4	
	1.Фрактальная графика. Определение, особенности, сферы применения		1
	2.Растровая графика. Определение, особенности, сферы применения		1
	3.Векторная графика. Определение, особенности, сферы применения		1
4.Индивидуальное задание на тему «Создание фрактальной графики с помощью нейросетей».	2,3		
Тема 4. Онлайн-редакторы компьютерной графики	Содержание	10	
	1.Онлайн-редакторы-компьютерной графики. Определение, сферы применения.		1
	2.Основные онлайн-редакторы. Достоинства и недостатки		1
	3. Интерфейс онлайн-редактора Figma		1
	4.Начало работы в Figma . Создание нового фрейма. Расчет необходимы размеров.		1
	5. Панель инструментов Figma.		1
6. Индивидуальное задание на тему «Освоение базовой панели инструментов Figma».	2,3		

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

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

	7.Работа с изображениями в Tilda.		1
	8.Построение сайта по сетке.		1
	9. Индивидуальное задание на тему «Создание лендинга».		2,3
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении программы. 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, 118, 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. Катунин, Г. П. Технологии создания и обработки цифровой мультимедийной информации : учебник для СПО / Г. П. Катунин. — 2-е изд. — Саратов, Москва : Профобразование, 2024. — 918 с. — ISBN 978-5-4488-2015-1. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/138895> (дата обращения: 20.05.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Шульдова, С. Г. Компьютерная графика : учебное пособие / С. Г. Шульдова. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 300 с. — ISBN 978-985-503-987-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/100360> (дата обращения: 20.05.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
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. Чепмен, Найджел. Цифровые технологии мультимедиа / Найджел Чепмен, Дженни Чепмен ; пер. с англ. И.Ю. Дорошенко, А.В. Назаренко; под ред. А.В. Назаренко. 2-е изд. М. : Диалектика, 2006. 623 с., [4] л. цв.ил. : ил. ISBN 5-8459-0888-4.
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, Куросаве, Феллини, 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 : Современ. знания, 2010. – 264 с. ***
14. Карп Е. И. Роль интерактивных мультимедийных систем в вопросе информационного обеспечения деятельности управленческих структур
15. // Вестн. акад. права и упр. – 2010. – № 21. – С. 159-165. ***
16. Лобанова Ю. В. От телевидения к интернету: открытая стратегия коммуникации // Упр. мегаполисом. – 2011. – № 2. – С. 129-132.
17. Мухлаев В. А. Использование информационных технологий в развитии познавательной активности учащихся // Образование и саморазвитие. – 2012. – Т. 1, № 29. – С. 50-55.
18. Попова И. Н. Технология формирования профессиональной компетентности студентов инженерных специальностей в области технологий мультимедиа // Современ. проблемы науки и образования. – 2013. – № 2. – С. 249.
19. Стяблина А. В. Электронные технологии в формировании информационной среды // Вестн. Тамбов. ун-та. Сер.: Гуманитар. науки. – 2011. – Т. 103, № 11. – С. 207-211.
20. Холин А. Н. Ситуационные центры: перспективы цифровых технологий. Площадка для апробации цифровых технологи // Науч. периодика: проблемы и решения. – 2011. – № 6. – С. 6-9.

Информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

1. Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ([http // www.lib.vsu.ru/](http://www.lib.vsu.ru/)).
2. <https://profspo.ru/>
3. Материалы курса «Проектная компьютерная графика и мультимедиа»
<https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=19553>

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>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none">- 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; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;	<p>умение выбирать инструмент и оборудование в соответствии с поставленной задачей;</p> <p>владение навыками работы с пакетами ПО для обработки графики и мультимедийной информации;</p> <ul style="list-style-type: none">- умение создавать Интернет-рекламу различных видов.

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

Результаты обучения (освоенные ОК и ПК)	Основные показатели оценки результата
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

_____ .___. 20__
должность, подразделение подпись расшифровка подписи

Составители

_____ .___. 20__
должность, подразделение подпись расшифровка подписи

_____ .___. 20__
должность, подразделение подпись расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО

Куратор ОПОП СПО

по специальности _____ .___. 20__
подпись расшифровка подписи

Зав. отделом обслуживания ЗНБ _____ .___. 20__
подпись расшифровка подписи

РЕКОМЕНДОВАНА НМС _____

(наименование факультета, структурного подразделения)

протокол от __.__.20__ № _____