Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт общественных наук

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала)

Кафедра политических и общественных коммуникаций
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и общественных коммуникаций
Протокол от «29» августа 2016 г. №12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ОД.7 «Медиатехнологии»
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности)

«Реклама и связи с общественностью» (Liberal Arts)

(направленность (профиль))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

2017

(год набора)

Москва, 2016 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Заведующий кафедрой информационных технологий,, к.техн.н. Голосов Павел Евгеньевич

Доцент к.техн.н.,доцент Мосягин Александр Борисович

Преподаватель Ефремов Александр Владимирович

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD С. Потоликкио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

6.2. Дополнительная литература

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

6.4. Нормативные правовые документы

6.5. Интернет-ресурсы

6.6. Иные источники

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.7 «Медиатехнологии» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-16	Способность под руководством разрабатывать план мероприятий по созданию, производству и распространению рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью	ПК ОС LA– 16.1	Способность определения и подбора типа и вида рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью; создание текстов и документов, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Выбор методологии и инструментов; планирование и оптимизация ресурсов	ПК ОС LA– 16.1	на уровне знаний: - типы и виды рекламной продукции - место и роль рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний. - знание принципов работы с дизайнерами, программистами, разработчиками
		на уровне умений: - выбирать типы и виды рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью - использовать рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний. - работать с визуальными элементами; работать с продакшн-компаниями (типографии, разработчики программного обеспечения)
		на уровне навыков: - технологией подбора типа и вида рекламной

		продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью - владение профильными компьютерными программами (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, QuarkXPress, PageMaker и их аналоги)

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 5 ЗЕ, т.е. 180 ак.ч./135 аст.ч, в том числе:
-8 ак.ч./6 аст.ч. – контактная работа с преподавателем в виде лабораторных работ;
-62 ак.ч./46,5 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий;
-110 ак.ч./82,5 аст.ч. – самостоятельная работа обучающихся.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.ОД.7 «Медиатехнологии», 2 и 3 курсы, 3-5 семестры ее освоения в соответствии с учебным планом

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости *, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
3 семестр								
Тема 1	Введение. Понятие графики как вида изобразительного искусства. Уникальная и печатная графика: рисунок, ксилография, линогравюра, офорт, литография и др. Виды графики: прикладная, деловая (инфографика), декоративно оформительская, демонстрационная, инженерная. Рекламная графика.	4/3			2/1,5		2/1,5	Д
Тема 2	Основные понятия графической	6/4,5			2/1,5		4/3	Эс

	информации. Исторические аспекты возникновения и развития компьютерной графики. Характеристика, возможности и области применения компьютерной графики в РИСО.							
Тема 3	Аппаратные средства компьютерной графики и анимации.	10/5,5			2/1,5		8/4	О
Тема 4	Программные средства компьютерной графики и анимации.	16/10		4/3	4/3		8/4	ДЗ
Промежуточная аттестация								Оценка по рейтингу
4 семестр								
Тема 5	Форматы графических файлов.	16/12			6/4,5		10/7,5	О
Тема 6	Аддитивные и субтрактивные модели описания цвета в компьютерной графике.	16/12			6/4,5		10/7,5	Э
Тема 7	Редакторы компьютерной графики.	16/12			6/4,5		10/7,5	Д
Тема 8	Интерфейс растровых, векторных графических редакторов и приложений анимационной графики.	24/18		4/3	6/4,5		14/10,5	Д, Эс
Промежуточная аттестация								Зачет, Курсовой проект***
5 семестр								
Тема 9	Основы технологии проектирования конечного рекламного продукта в соответствии с Единой системой конструкторской документации (ЕСКД).	16/12			6/4,5		10/7,5	Д, Эс

Тема 10	Основы традиционной и компьютерной анимации. Методика создания растровой и 3-D анимации.	16/12			6/4,5		10/7,5	Д
Тема 11	GIF-анимация.	16/12			6/4,5		10/7,5	Д, Эс
Тема 12	FLASH-анимация. Видео-реклама.	24/18			10/7,5		14/10,5	Эс
Промежуточная аттестация								зачет с оценкой
	Всего:	180/135		8/6	62/46,5		110/82,5	

Примечание:

** – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.*

*** - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО) и др.*

**** Обучающийся самостоятельно выбирает одну из дисциплин Major (Медиатехнологии, Коммуникационный менеджмент, Мастерская социальных медиа), в рамках которой должен выполнить курсовой проект, предусмотренный учебным планом. Тема и научный руководитель курсового проекта утверждаются отдельным распоряжением по Институту общественных наук.*

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Понятие графики как вида изобразительного искусства. Уникальная и печатная графика: рисунок, ксилография, линогравюра, офорт, литография и др. Виды графики: прикладная, деловая (инфографика), декоративно оформительская, демонстрационная, инженерная. Рекламная графика.

Виды искусств. Пластические виды искусства: живопись, графика, декоративное и прикладное искусство, графический дизайн, произведения народного творчества и прикладного характера. Способы воспроизведения печатной графики: высокая, глубокая, плоская печать. Использование различных видов и жанров графики в печатной и экранной рекламе

Тема 2. Основные понятия графической информации. Исторические аспекты возникновения и развития компьютерной графики. Характеристика, возможности и области применения компьютерной графики в РИСО.

Виды информации и компьютерные данные. Графические данные. Возникновение компьютерной графики. Предпосылки создания компьютерной графики. Айвен Сазерленд и его Sketchpad. Интерактивные особенности компьютерной графики и возможности ее использования в рекламе и PR.

Тема 3. Аппаратные средства компьютерной графики и анимации.

Hardware как инструмент создания объектов компьютерной графики. Минимальный и расширенный аппаратный состав графических станций.

Тема 4. Программные средства компьютерной графики и анимации.

Классификация software графических станций.

Тема 5. Форматы графических файлов.

Классификация форматов графических файлов и их характеристики. Сжатие графических данных с потерями и без потерь. Алгоритмы RLE, LZW, Хаффмана, CCITT.

Язык описания страниц PostScript, форматы EPS, TIFF, GIF, BMP, JPEG, AI, CDR, EPS, PDF, RAW и др.

Тема 6. Аддитивные и субтрактивные модели описания цвета в компьютерной графике.

Законы трихроматического синтеза цвета Г.Грассмана. Цвет аддитивный и субтрактивный. Цветовая модель RGB. Ограничения модели RGB. Цветовые модели CMY и CMYK. Ограничения модели CMY. Цветовые модели HSB, HSL, Grayscale, LAB. Индексированный цвет, работа с палитрой.

Тема 7. Редакторы компьютерной графики.

Классификация программных средств компьютерной графики: редакторы растровой и векторной графики; настольные издательские системы; смешанные системы и имитаторы рисования; программы-векторизаторы; программные средства 3-D графики, анимации и САПР; графические библиотеки и стандарты; графические расширения и встроенные средства редактирования графики; средства веб-графики. Растровые и векторные графические редакторы. Создание объектов фрактальной графики.

Тема 8. Интерфейс растровых, векторных графических редакторов и приложений анимационной графики.

Интерфейс и его виды: WIMP, SILK, интерфейс на основе биометрической технологии, семантический интерфейс. Интерфейс и электронные инструменты Photoshop, Corel Draw, Adobe Illustrator, Adobe After Effects, Adobe Flash и др.

Тема 9. Основы технологии проектирования конечного рекламного продукта в соответствии с Единой системой конструкторской документации (ЕСКД).

Единая система конструкторской документации (ЕСКД). Оформление графической документации, разрабатываемой и применяемой на всех стадиях жизненного цикла изделия или услуги. Основное назначение стандартов по выполнению графической документации. Этапы работы с оригинал-макетом печатной графики и экранной аудиовизуальной продукции для Интернета.

Тема 10. Основы традиционной и компьютерной анимации. Методика создания растровой и 3-D анимации.

Персистенция. Традиционная анимация и её виды: графическая (рисованная), объемная (кукольная, пластилиновая, «перекладка»), ротоскопирование – «эклер», песочная анимация, живопись по стеклу, игольчатый экран, бескамерная анимация. Компьютерная анимация: технология анимации по ключевым кадрам, маркерный и безмаркерный способы motion capture, процедурная анимация, программируемая анимация, Stop-motion, gif-анимация, flash-анимация. Создание тел вращения в среде графических редакторов в соответствии с ЕСКД. Параметры поворота и вращения объектов 3-D графики. Проецирование двумерных графических изображений на поверхность 3-D объекта.

Тема 11. GIF-анимация.

Понятие GIF-анимации. Методика создания GIF анимированных файлов (аватаров для форумов, блогов, чатов, централизованной службы мгновенного обмена сообщениями сети Интернет - ICQ), баннеров и др. в среде Adobe Photoshop.

Тема 12. FLASH-анимация. Видео-реклама.

Понятие и технология векторной FLASH-анимации. Создание анимационных роликов в приложении Adobe FLASH. Создание аудиовизуальных рекламных

видеороликов в MS PowerPoint. Нелинейный видеомонтаж.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.7 «Медиатехнологии» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа:
занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий лабораторного типа:
практические задания за компьютером

при проведении занятий семинарского типа:
опросы, диспуты, эссе

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
домашние задания

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Примерная тематика опросов и диспутов:
1. Виды изобразительного искусства
2. Понятие графики как вида изобразительного искусства.
3. Уникальная и печатная графика: рисунок, ксилография, линогравюра, офорт, литография и др.
4. Виды графики: прикладная, деловая (инфографика), декоративно-оформительская, демонстрационная, инженерная.
5. Рекламная графика.
6. Разрешающая способность устройств
7. Соотношение разрешения оригинала, частоты растра и градации уровней
8. Графические адаптеры и акселераторы
9. Устройства визуального отображения
10. Основные технические характеристики мониторов. Стандарты на мониторы.
11. Виды устройств печати
12. Расчет литературы растра
13. Сканеры
14. Цифровые фотокамеры
15. Расчет требуемого разрешения оцифровки изображения

Примерная тематика эссе:
1. Классификация программного обеспечения по способу распространения, доставки, оплаты, ограничения в использовании и т.п.
2. Коммерческое ПО
3. Бесплатное ПО

4. Условно бесплатное ПО
5. «Архивное» ПО
6. Импорт и конвертирование изображений в форматы, поддерживаемые растровым редактором Adobe Photo Shop
7. Импорт и конвертирование изображений в форматы, поддерживаемые векторным редактором Corel Draw
8. Единая система конструкторской документации (ЕСКД) и Технические Регламенты
9. Оформление графической документации, разрабатываемой и применяемой на всех стадиях жизненного цикла изделия или услуги
10. Основное назначение стандартов по выполнению графической документации
11. Этапы работы с оригинал-макетом печатной графики и экранной аудиовизуальной продукции для Интернета
12. Понятие и технология векторной FLASH-анимации. Создание анимационных роликов в приложении Adobe FLASH
13. Создание аудиовизуальных рекламных видеороликов в MS PowerPoint
14. Понятие GIF-анимации
15. Методика создания GIF анимированных файлов

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-16	Способность под руководством разрабатывать план мероприятий по созданию, производству и распространению рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью	ПК ОС LA– 16.1	Способность определения и подбора типа и вида рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью; создание текстов и документов, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы

Этап компетенции	**Показатели оценивания**	**Критерии оценивания**
1 этап (код этапа ПК ОС LA-16.1)	Определяет типы и виды рекламной продукции Подбирает необходимые пиар-тексты для осуществления коммуникационных кампаний	Применяет знания по созданию рекламных и пиар-материалов Использует различные методики подбора релевантных инструментов для создания продукции

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета и зачета с оценкой в форме устного ответа на вопросы, защиты курсового проекта.

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примерные темы курсового проекта:

1. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса образовательной организации на примере МГУ им. М. В. Ломоносова (сайт: https://www.msu.ru/)
2. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса образовательной организации на примере Академия Росатома (сайт: http://www.rosatom-academy.ru/)
3. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса телекоммуникационной организации на примере компании Билайн (сайт: https://moskva.beeline.ru/shop/)
4. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса телекоммуникационной организации на примере компании Ростелеком (сайт: https://moscow.rt.ru/)
5. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса телекоммуникационной организации на примере компании YOTA (сайт: https://www.yota.ru/)
6. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса рекламной организации на примере компании Ingate (сайт: https://www.ingate.ru/)
7. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса публичной компании на примере компании ПАО Транснефть (сайт: https://www.transneft.ru/)
8. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса органа государственной власти на примере Минобороны России (сайт: http://mil.ru/)
9. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса организации, занимающейся разработкой приложений, на примере компании Touch Instinct (сайт: https://touchin.ru/)
10. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса организации, занимающейся разработкой приложений, на примере компании Аттракционы виртуальной реальности (сайт: https://virtuality.club/)
11. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса научной и производственной организации на примере компании Российский квантовый центр (сайт: http://www.rqc.ru/)
12. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса научной и производственной организации на примере компании Институт русского языка им. В.В.Виноградова РАН (сайт: http://www.ruslang.ru/)
13. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса научной и производственной организации на примере компании Политех (сайт: https://polymus.ru/ru/)
14. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса научной и производственной организации на примере компании Российская академия наук (сайт: http://www.ras.ru/)
15. Анализ фирменного стиля и пользовательского интерфейса интернет-ресурса научной и производственной организации на примере компании ПАО Камаз (сайт: https://kamaz.ru/)

Примерные вопросы для зачета:

1. Классификация software графических станций
2. Законы трихроматического синтеза цвета Г. Грассмана. Цвет аддитивный и субтрактивный. Цветовая модель RGB.
3. Классификация программных средств компьютерной графики
4. Рекламная графика.
5. Органы чувств и виды информации
6. Классификация программного обеспечения по способу распространения, доставки, оплаты, ограничения в использовании и т.п.
7. Импорт и конвертирование изображений в форматы, поддерживаемые векторным редактором Adobe Illustrator
8. Импорт и конвертирование изображений в форматы, поддерживаемые, программами Adobe After Effects, Adobe FLASH, MS PowerPoint
9. Перцептивные цветовые модели HSB, HSL
10. Модель Grayscale
11. Цветовое пространство LAB
12. Индексированный цвет, работа с палитрой
13. Редакторы растровой графики
14. Редакторы векторной графики
15. Интерфейс и его виды

Примерные вопросы для зачета с оценкой:

1. Основное назначение стандартов по выполнению графической документации
2. Этапы работы с оригинал-макетом печатной графики и экранной аудиовизуальной продукции для Интернета
3. Компьютерная анимация: технология анимации по ключевым кадрам, маркерный и безмаркерный способы motion capture, процедурная анимация, программируемая анимация, Stop-motion, gif-анимация, flash-анимация
4. Параметры поворота и вращения объектов 3-D графики
5. Проецирование двумерных графических изображений на поверхность 3-D объекта
6. Обзор характеристик аватаров для форумов, блогов, чатов, централизованной службы мгновенного обмена сообщениями сети Интернет – ICQ
7. Назначение и характеристики динамических баннеров в веб-графике
8. Нелинейный видеомонтаж
9. Виды искусств. Пластические виды искусства.
10. Hardware как инструмент создания объектов компьютерной графики. Минимальный и расширенный аппаратный состав графических станций
11. Виды информации и компьютерные данные. Графические данные
12. Возникновение компьютерной графики. Предпосылки создания компьютерной графики.
13. Алгоритмы компрессии RLE, LZW, Хаффмана, CCITT
14. Этапы работы с оригинал-макетом печатной графики и экранной аудиовизуальной продукции для Интернета
15. Параметры поворота и вращения объектов 3-D графики. Проецирование двумерных графических изображений на поверхность 3-D объекта

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента на зачете с оценкой оцениваются по следующей шкале:

«*отлично*» – 5,

«*хорошо*» – 4,
«*удовлетворительно*» – *3*,
«*неудовлетворительно*» – 2.

Положительными оценками являются: 3-5

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

5 «Отлично»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 86-100%
4 «Хорошо»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 70-85%
3 «Удовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-69%
2 «Неудовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:
«зачет» - положительный результат,
«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

Критерии оценки курсового проекта

№ п/п	Критерий	Содержание критерия	Баллы
1	Концепция курсового проекта	Актуальность выбора темы; новизна подхода к решению проблемы; выбор стратегии исследования; логика построения работы.	0-10
2	Качество проведённого студентом исследования	Соответствие работы выбранной теме и заявленной цели исследования; глубина погружения в тему (многообразие источников, оригинальность подходов к поиску практического материала); самостоятельность, оригинальность и обоснованность алгоритма анализа практического материала; аргументированность и объективность сделанных выводов.	0-30
3	Языковое оформление работы	Научный стиль изложения материала, соблюдение норма русского языка, свободное владение терминологией соответствующей теме	0-10

		области научного и практического знания. Структурные части работы имеют заголовки, релевантные содержанию.	
4	Объем оригинального текста	65 -75	0
		75-85	5
		85-100	10
5	Соблюдение технических требований по оформлению курсовой работы	В работе обнаружено более 5 значительных нарушений в оформлении	0
		В работе обнаружено 1-5 значительных нарушений или более 5 незначительных, но систематических нарушений в оформлении	5
		Все структурные элементы работы оформлены согласно требованиям.	10
6	Презентация работы - полнота и дизайн презентации; - устное выступление; - ответы на вопросы.	Студент отделения «Реклама и связи с общественностью» должен продемонстрировать умение представлять результаты своей деятельности, наглядно представив информацию. Важен отбор обязательных сведений, ёмкость, лаконичность, системность, аргументированность использования иллюстративного материала. Устное выступление должно быть свободным (не чтение с листа), соответствующим требованиям литературного русского языка; выступление быть эффективным с точки зрения использования риторических приёмов. Отвечая на вопросы, студент должен продемонстрировать знание темы, свободно ориентироваться в теоретических и практических примерах, аргументировать свою точку зрения, уметь при необходимости привести иллюстрации к своим ответам.	0-20
7	Соблюдение дедлайна	Все части работы были сданы в установленные сроки, согласно утверждённому кафедрой плану-графику, отчет научного руководителя положительный	0-10
		ИТОГО	100

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции ПК ОС LA – 16

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС
http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации

студентов в РАНХиГС
(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

Методические рекомендации по подготовке курсовой работы/ проекта утверждены кафедрой политических и общественных коммуникаций, высылается студентам в начале 4 семестра на электронную почту группы.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

Дисциплина «Медиатехнологии» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом и зачетом с оценкой. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае

	неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Групповая дискуссия, диспут	Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах. Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы. Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.
Эссе	Эссе представляет собой небольшую, свободного изложения письменную творческую работу, выражающую мнение автора о сущности проблемы. В устной форме подготовленный материал может быть изложен на практическом занятии. Тема эссе может быть выбрана студентом как из предлагаемого и рекомендованного преподавателем перечня, так и самостоятельно. Тема эссе может быть предложена студентом, исходя из его желания и научного интереса. Написание эссе осуществляется самостоятельно путем творческого изложения изученных научных материалов. Важным элементом оформления эссе является корректное указание ссылок на источники использованного материала, информации и приведенных цитат.

Эссе.

Эссе (от фр. Essai – попытка) – это небольшое произведение научного или критического характера, посвящённое какому-либо актуальному вопросу. Содержание и структура эссе определяются автором, который, излагая свой взгляд на рассматриваемую проблему, стремится убедить читателя принять (разделить с ним) его позицию. Задача автора – описать состояние какой-то научной проблемы, какого-то явления и «навязать» читателю своё представление об этой проблеме или этом явлении.

Эссе является одной из возможностей изложения результатов собственного научного исследования. В отличие от реферата жанр эссе предполагает выражение собственного мнения по теоретической проблеме, это результат анализа (размышления, рефлексии) автора по определённой теме, представляющей научный интерес.

Структура работы предполагает формулировку проблемы и целей исследования, определения актуальности выбранной проблематики и изложения сведений по теме. При

этом текст имеет свободную структуру, т.е. последовательность изложения отдельных вопросов определяет сам автор.

Как и любая научная работа, эссе должно иметь смысловую целостность, связность и законченность. Научные тексты различных жанров строятся по единой логической схеме. В основании этой схемы находится главный тезис – утверждение, требующее обоснования; тезис включает в себя предмет речи (то, о чем говорится в тексте) и главный анализируемый признак (то, что говорится об этом предмете). Доказательствами главного тезиса являются аргументы (доводы, основания, приводимые в доказательство), количество которых зависит от жанра и объема научного текста. Для более полной аргументации тезиса необходимы также иллюстрации – примеры, подтверждающие выдвинутые теоретические положения.

Текст научного стиля завершается выводом (резюме), в котором содержится аналитическая оценка проведенного исследования, намечаются перспективы дальнейших изысканий.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении – резюмируется мнение автора).
2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.
3. Стиль изложения научно-популярный, т.е. обязательно использование научных терминов, в то же время допускается публицистичность высказывания, эмоциональность, экспрессивность и образность.
4. Должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование тире.
5. ОБЪЁМ ЭССЕ может быть от 3 до 10 страниц машинописного текста (Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал 1,5, поля: слева 3 см, вверху и внизу – по 2 см, справа – 1,5 см.).
6. Обязателен заголовок.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

Кузнецов П.А.	Современные технологии коммерческой рекламы	Дашков и К	2014	http://www.iprbookshop.ru/35310.html

Крис Броган, Джулиен Смит	Формула эффекта. Как получить реальный результат в социальных медиа	Манн, Иванов и Фербер	2013	http://www.iprbookshop.ru/39455.html
Энтони Брэдли, Марк Макдоналд	Социальная организация. Как с помощью социальных медиа задействовать коллективный разум ваших клиентов и сотрудников	Альпина Паблишер	2016	http://www.iprbookshop.ru/41418.html

6.2. Дополнительная литература.

Воробьёва Т.А.	Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью	Новосибирский государственный технический университет	2011	http://www.iprbookshop.ru/44943.html
Саймон Мэйнуоринг	Время действовать. Как сделать мир лучше, используя силу социальных медиа	Манн, Иванов и Фербер	2013	http://www.iprbookshop.ru/39167.html
Романов А.А.	Рекламные PR-технологии Масс-медиа	Евразийский открытый институт	2010	http://www.iprbookshop.ru/10814.html

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Петров М.Н., Молочков В.П. Компьютерная графика. Учебник для вузов. 2-е издание + CD. — СПб.: Питер, 2008.
2. Под ред. Симоновича С.В. Информатика. Учебник для вузов. 2-е издание. Базовый курс. — СПб.: Питер, 2008.
3. Кашекова И.Э,: Изобразительное искусство. Учебник для ВУЗов. – М.: Академический проект, 2009.
4. Киреева Г.И., Курушин В.Д., Мосягин А.Б., Нечаев Д.Ю.,. Чекмарев. Ю.В Основы информационных технологий. – М.: ДМК Пресс, 2009.
5. Методические рекомендации по подготовке курсовой работы/ проекта

6.4. Нормативные правовые документы.

1. ГОСТ 2.001-93 ЕСКД. Общие положения.
2. ГОСТ 2.002-72 ЕСКД. Требования к моделям, макетам и темплетам, применяемым при

проектировании.
3. ГОСТ 2.004-88 ЕСКД. Общие требования к выполнению конструкторских и технологических документов на печатающих и графических устройствах вывода ЭВМ.
4. ГОСТ 2.051-2006 ЕСКД. Электронные документы. Общие положения.
5. ГОСТ 2.052-2006 ЕСКД. Электронная модель изделия. Общие положения.
6. ГОСТ 2.053-2006 ЕСКД. Электронная структура изделия. Общие положения.
7. ГОСТ 2.801-74 ЕСКД. Макетный метод проектирования. Геометрическая форма, размеры моделей.
8. ГОСТ 2.802-74 ЕСКД. Макетный метод проектирования. Техническая информация на рабочем макете.
9. ГОСТ 2.803-77 ЕСКД. Макетный метод проектирования. Требования к конструкции и размерам макетов и моделей.
10. ГОСТ 2.804-84 ЕСКД. Макетный метод проектирования. Техническое содержание рабочего макета.
11. ГОСТ 2.103-68 ЕСКД. Стадии разработки.
12. ГОСТ 2.109-73 ЕСКД. Основные требования к чертежам.
13. ГОСТ 2.119-73 ЕСКД. Эскизный проект

6.5. Интернет-ресурсы.
1. Электронная библиотека «Компьютерная графика» - http://iboo.ru/comp-multimedia.htm
2. Лекции по компьютерной графике http://www.marstu.mari.ru:8101/mmlab/home/kg/
3. Библиотека алгоритмов по компьютерной графике http://algolist.manual.ru/
4. урс лекций Московского государственного университета http://graphics.cs.msu.ru/courses/cg2000b/lectures.htm
5. Введение в компьютерную графику. Курс ВМиК МГУ http://graphics.cs.msu.ru / courses/cg02b/library/index.html
6. Курс компьютерной графики Новосибирского Государстенного Техническгого Университета (НГТУ) http://ermak.cs.nstu.ru/kg_rivs/
7. Изучаем Flash http://www.flashteacher.ru/
8. Клуб «Флэшеров» http://www.flasher.ru/forum/
9. FlashKit http://www.flashkit.com/
10. Анатомия Adobe PhotoShop (www.psd.ru)
11. Photoshop tutorials http://photoshop.demiart.ru/
12. Различные эффекты в Photoshop http://1ps.ru/photoshop/
13. Школа Photoshop http://www.photoshopschool.ru/
14. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
15. www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
16. www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека
17. www.biznes-karta.ru / -Агентство деловой информации «Бизнес-карта»
18. www. rbs.ru / - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг»
19. www.yandex.ru / - Поисковая система
20. www.busineslearning.ru / - Система дистанционного бизнес образования
21. www.test.specialist.ru / - Центр компьютерного обучения МГТУ им. Н. Э. Баумана
22. http://www.consultant.ru/ - Консультант плюс

6.6. Иные источники.
1. Аммерал Л. Машинная графика на персональных компьютерах. — М.: Сол Систем, 1992.
2. Аммерал Л. Программирование графики на Турбо Си. — М.: Сол Систем, 1992.
3. Бесчастнов Н.П. Сюжетная графика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Графика». – М.: Владос, 2012.

4. Леонтьев Б. Форматы файлов Microsoft Windows XP. Справочник. – М.: Новый издательский дом, 2005.
5. Роджерс Д. Алгоритмические основы машинной графики: Пер. с англ. – М.: Мир, 1989.
6. Филинова О.Е. Информационные технологии в рекламе. – М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2006.
7. Фокс А., Пратт М. Вычислительная геометрия. Применение в проектировании и на производстве: Пер. с англ. — М.: Мир, 1982.
8. Шамхалова С. Ш.. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей. – М.: Ай Пи Эр Медиа, 2009.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специализированного оснащения для выполнения практических занятий и заданий не требуется.

Для реализации дисциплины необходимо следующее материально-техническое и программное обеспечение, включающее аудитории, программное обеспечение, технические средства:

- Аудитории со столами по количеству студентов, оборудованные экраном и проектором (допускается использование переносной/мобильной техники);
- Программное обеспечение Microsoft Word или аналог;
- MS PowerPoint или аналогичный редактор презентаций (допускается наличие в компьютерных классах при предоставлении доступа студентам по предварительному запросу).