АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.25 Информационное технологии в рекламе

Автор: старший преподаватель А.В. Иванов

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенции в областях разработки проекта на основе оценки ресурсов и ограничений; решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно - коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

План курса:

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем
1	История информационных систем в рекламе. Основные Digital-технологии	Этапы развития информационных технологии в глобальных системах. Классификация, основные определения и термины в описании бизнес процессов оказания услуг. Корпоративные сети. Интранэт-портал компании. Почтовые серверы, файловый корпоративный обмен информации. Облачные хранилища данных. Принцип «открытого доступа». Компьютерная графика. Средства для визуализации информации.
2	Создание бизнес-презентаций с использованием инфографики	Виды программного обеспечения обработки графики. Использование графики в коммерческих целях. Понятия о лицензиях: PublicDomain и CreativeCommons. Создание и работа с фотобанками.
3	Информационные технологии в рекламе продаж.Создание и быстрый запуск лендинговых страниц, Интернет-портала.	Классификация сайтов: визитки, промо, лэндинги, поддерживающие и др. Специфика создание промо-страницы в Сети. Конструирование и приобретение доменного имени. Удобство использования - основной фактор доверия пользователя. Юзабилити как способ лидогенерации.
4	Информационные технологии поддержки бизнес процессов продаж (на примере сервисов системы Контур) в глобальной сети Интернет.	Особенности оказания услуг в глобальной сети Интернет (на примере сервисов Госзакупок, экономических бизнес-процессов предприятия). Реализация услуг госструктур и коммерческих предприятия через электронные инфотехнологии.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Информационное технологии в рекламе» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:
– при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);
– при проведении занятий семинарского типа:

профессиональные задачи
при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

профессиональные задачи

Промежуточная аттестация проводится: в письменной форме выполнение практических заданий

Основная литература:

1. Бурняшов Б.А. Информационные технологии в менеджменте. Вузовское образование, 2015. http://www.iprbookshop.ru/33674
2. Губарев А.В. Информационное обеспечение системы менеджмента качества. Телеком, 2013. http://www.iprbookshop.ru/25076