

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.23.02 «Информационные технологии в рекламе»

Автор(ы):

Заведующий кафедрой информационных технологий, к.техн.н. Голосов Павел Евгеньевич
Доцент к.техн.н., доцент Мосягин Александр Борисович
Преподаватель Ефремов Александр Владимирович

Код и наименование направления подготовки, профиля: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Диджитал реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию(ии) в области рекламы и связей с общественностью:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции

План курса:

Тема 1. 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 2. Аппаратные средства компьютерной графики и анимации.

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

Тема 3. Программные средства компьютерной графики и анимации.

Классификация software графических станций.

Тема 4. 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 5. 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 6. 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 7. 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 8. 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 9. 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 10. 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.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.О.23.02 «Информационные технологии в рекламе» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

занятия лекционного типа не предусматриваются

– при проведении практических занятий:

опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), реферат (Р)

Промежуточная аттестация проводится в виде экзамена в форме устного ответа на вопросы.

Основная литература:

1. Воробьёва, Т.А. Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью : учебно-методическое пособие / Воробьёва Т.А.. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 88 с. — ISBN 978-5-7782-1882-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44943.html>

2. Татаров, С.В. Компьютерные технологии в дизайне : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Татаров С.В., Кислякова А.Г.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 98 с. — ISBN 978-5-7937-1370-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102635.html>

3. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 296 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85272.html>