


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета
факультета культуры и искусства
от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель Н.С. Сафронов /Н.С. Сафронов/
Зав. кафедрой дизайна (подпись)
искусства интерьера факультета
культуры и искусства
«15» Май 2023 г.
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 321/08 от 06.02.2023г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина:	Технология производства рекламного продукта
Факультет	ФКИ
Наименование кафедры (ПЦК, отделения и др.):	Связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	4

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

Форма обучения: очно-заочная


Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2023 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от 20__ г. Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от 20__ г. Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Кремнева Н.Ю.	СОРиК	к.с.н.

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой
 (_____ / _____ А.К. Магомедов / Подпись _____ ФИО «10»_05_2023__ г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цели курса:

- формирование теоретических знаний и практических навыков подготовки рекламного продукта к производству;
- выработка базовых навыков принятия и реализации управленческих решений в сфере организации производства рекламного продукта;
- сформировать понимание сути и видов полиграфических технологий производства рекламного продукта

Задачи курса:

- получение понимания об основных этапах процесса разработки и производства рекламного продукта, принципах разработки визуальных элементов рекламы; основных технологических процессах в полиграфии и оборудовании, применяемом для их реализации;
- приобретение знаний об основных способах производства рекламного продукта (печатной, наружной, сувенирной рекламы, рекламы в прессе, а также упаковки и этикетки) методами полиграфического воспроизведения;
- выработка практических навыков визуального определения способа печати, оценки качества полиграфической продукции;
- подготовка студентов к взаимодействию с полиграфическими предприятиями в процессе производства рекламной продукции;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП, ОПОП:

(указывается цикл (блок), к которому относится дисциплина (базовая или вариативная часть); формулируются требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения; определяются дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей).


Очно-заочная форма.

Дисциплина «Технология производства рекламного продукта» Б1.В.ДВ.01.01 относится к вариативной части (дисциплина по выбору) учебного плана бакалавров. Изучается в 7, 8 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать суть информационно-коммуникационных процессов (идущие параллельно дисциплины: «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование ПР-кампаний», «Основы брендинга», «Продвижение СМИ»). Студенты учатся применять на практике знания, полученные из курса «Компьютерная графика и дизайн в рекламе», «Конструирование рекламы», производственная практика.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет основой изучения различных процессов в рамках дисциплин: «Организация рекламных и ПР-мероприятий», «Цифровой маркетинг», «Стимулирование сбыта», производственная практика, ГИА.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ


(перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине (модулю)) в соответствии с ФГОС ВО;

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК1	Способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	суть и виды технологий производства рекламного продукта	подготавливать рекламный продукт к производству	навыками принятия и управленческих решений в сфере организации производства рекламного продукта
2	ОПК3	Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	об основных этапах процесса разработки и производства рекламного продукта, основных технологических процессах, применяемых для их реализации	взаимодействовать с партнерами в процессе производства рекламной продукции	практическими навыками создания рекламных продуктов различных видов

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) _____ 5 зет _____ по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очно-заочная)		
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам	
		7	8
1	2		
Контактная работа обучающихся с преподавателем	32	16	16
Аудиторные занятия:			
Лекции	16	8	8
практические и семинарские занятия	16	8	8
лабораторные работы (лабораторный практикум)	-		-
Самостоятельная работа	112	56	56


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО				
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)				Контрольные работы, проект
Курсовая работа	-			-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет	зачет	экзамен
Всего часов по дисциплине	144	72	72	72

** В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения*

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения _____ очно-заочная _____

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Производство печатного рекламного продукта							
1. Печатная реклама как вид полиграфической продукции.	20	2	2			16	Устный опрос
2. Технологические процессы производства печатного рекламного продукта	26	3	3		2	20	Устный опрос
3. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием.	26	3	3		2	20	Проектное задание
Раздел 2. Производство аудиовизуального рекламного продукта							
Тема 4. Производство видео рекламного продукта	36	4	4			28	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Производство аудио рекламного продукта	36	4	4			28	Устный опрос, практическое задание
Итого	144	16	16			108	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Производство печатного рекламного продукта.

Тема 1. Печатная реклама как вид полиграфической продукции.

Печатная реклама, виды, носители. Требования к разработке рекламного продукта с учетом способа печати. Печатная реклама: особенности восприятия, задачи и приемы разработки. Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи и приемы разработки. Наружная и транзитная реклама: условия восприятия, задачи и приемы разработки. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи и приемы разработки. Упаковка: особенности восприятия, задачи и приемы разработки. Этикетка: особенности восприятия, задачи и приемы разработки.

Полиграфия как технология и отрасль промышленности. Основные сегменты полиграфических изданий: издательская печать, рекламная печать, печать на упаковках. Развитие полиграфической отрасли в России. Полиграфическое оборудование. Классификация печатных машин по типу подачи материала, по виду запечатываемого материала, по конструкции печатного аппарата, по формату, по красочности. Полиграфическое исполнение издания. Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат.

Тема 2. Технологические процессы производства печатного рекламного продукта


Этапы полиграфического процесса: допечатные процессы, печатные процессы, отделочные процессы. Допечатные процессы подготовки рекламного продукта: понятие, значение в обеспечении качества печатной продукции. Наборные процессы, обработка текстовой информации, организация текста в документе. Издательский оригинал. Обработка изображений. Оцифровывание, цветоделение. Растрирование: растр и линиатура растра. Визуальная оценка высокой и низкой линиатуры растра. Фотовывод. Формные процессы. Печатная форма. Печатающие и пробельные элементы. Тиражестойкость печатной формы.

Понятие печатного процесса. Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе. Классификация способов печати по типу печатной формы. Способ высокой печати. Способ плоской печати. Способ высокой печати. Способ глубокой печати. Способ трафаретной печати. Флексопечать. Офсетная печать. Разновидности прямой плоской печати: фототипия, литография. Разновидности трафаретной печати: ризография, струйная печать, ирисовая печать, тампопечать. Цифровая печать. Комбинированная печать. Преимущества и ограничения различных способов печати. Области применения различных способов печати.

Отделочные процессы: понятие, значение в создании окончательного вида печатной рекламы. Отделочное оборудование. Виды отделочных процессов, их назначение в производстве рекламного продукта. Выворотная печать. Биговка, высечка, вырубка. Ламинирование, лакирование. Бронзирование, тиснение. Нумерация, перфорирование, фальцовка. Определение необходимости отделочных процессов в создании рекламного печатного издания. Проблема выбора полиграфического способа отделки рекламного продукта: критерии оценки.

Тема 3. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием.

Принятие управленческих решений в вопросах производства рекламного продукта. Управления взаимодействием с рекламопроизводителями (рекламным агентством, полиграфическим предприятием). Анализ местного рынка полиграфических услуг. Определение целевого сегмента полиграфических услуг. Выбор компании-исполнителя: критерии оценки и принципы взаимодействия.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

Выбор способа печати, соответствующего задачам и свойствам рекламного продукта. Плоская офсетная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта. Трафаретная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта. Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: ризография и цифровая печать. Технологии декорирования сувениров: тампопечать, термотрансфер, лазерная гравировка. Технологии печати упаковки и этикетки: флексография. Технологии печати наружной рекламы: широкоформатная офсетная печать, широкоформатная растровая шелкография, струйная широкоформатная печать.

Оценка качества полиграфического исполнения печатной рекламы, основные критерии. Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта. Факторы, определяющие выбор запечатываемого материала для решения конкретной рекламной задачи. Основные характеристики запечатываемых материалов и носителей. Виды запечатываемых материалов для рекламы в прессе, печатной и наружной рекламы, упаковки. Классификация печатных бумаг по способу печати, по виду печатной продукции, по товарному виду, по способу изготовления, по способу отделки. Дефекты бумаги. Выбор бумаги для реализации рекламной задачи. Понятие «дефект печати», основные виды дефектов печати.

Документальное сопровождение полиграфического заказа: договор, техническое задание, акт сдачи-приемки работ. Техническое задание полиграфического заказа: основные элементы и особенности оформления. Приемка работ, оценка качества готовой рекламной полиграфической продукции.

Раздел 2. Производство аудиовизуального рекламного продукта

Тема 4. Производство видео рекламного продукта


Видео и видеореклама. Основные носители видеорекламы: рекламное видео, постановочное видео, анимированное видео, презентационное видео. Виды рекламных роликов. Задачи и виды корпоративного видео. Технологические этапы работы над корпоративным фильмом. Технологии видеосъемки и видеомонтажа. Основные этапы производства видео рекламных продуктов. Разработка концепции. Создание текста и график постановки. Специфика создания разных форм и жанров видео рекламного продукта. Операторское и сценарное мастерство. Разработка сценария видео рекламного продукта. Технологии производства анимированных рекламных роликов: классическая анимация, 3D-анимация, 2D и 3D-графика.

Средства видеорекламы и их технические характеристики: ТВ-видео, онлайн-видео, ООН-видео. ТВ-реклама: достоинства и ограничения. Основные принципы создания рекламных сообщений для телевидения. Типологизация ТВ-рекламных продуктов. Онлайн видеореклама: достоинства и ограничения. Форматы размещения видеорекламы в Интернете. Особенности видеоролика в интернете. Разновидности интернет-анимации: gif- и flash-анимация, включая создание flash-роликов и flash-открыток. Logomotion. Метрики оценки эффективности: VAST (Video Ad Serving Template) для верификации видеорекламы.

ООН-видеореклама: реклама на мониторах, видеозэкранах. Принципы создания, размещения и оценки эффективности Digital Signage.

Тема 5. Производство аудио рекламного продукта

Аудиореклама: понятие, задачи, специфика восприятия. Радиореклама: понятие, задачи. Достоинства и недостатки радиорекламы. Типология радиорекламы. Виды радиороликов: информационные, игровые, имиджевые (джинглы). Формы радиорекламы. Типы радиорекламы. Специфика производства рекламного продукта для радио. Аудиальные средства воздействия. Сценарий аудиоролика. Жанры рекламного продукта для радио. Принципы создания рекламного и информационного аудиоролика. Музыкальные ролики. Основные этапы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

производства аудиоролика. Размещение и оценка эффективности рекламных продуктов на радио.

Аудиореклама в интернете: задачи, специфика, возможности. Площадки для размещения аудиорекламы: стриминговые сервисы для прослушивания музыки (Яндекс.Музыка, Boom, ВКонтакте, Spotify), музыкальные агрегаторы, платформы для подкастов, сервисы для прослушивания аудиокниг, онлайн-трансляции радиостанций, видеохостинги. Методы размещения онлайн-аудиорекламы: аудиомикс, медиамикс, спонсорство. Стандартные форматы онлайн-аудиорекламы. Метрики оценки эффективности: DAAST (Digital Audio Ad Serving Template) для верификации размещения аудиорекламы.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Печатная реклама как вид полиграфической продукции (форма проведения – семинар)

Вопросы к семинарскому занятию

- Печатная реклама, виды, носители.
- Требования к разработке рекламного продукта с учетом технологии печати.
- Печатная реклама: особенности восприятия, задачи и приемы разработки.
- Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи и приемы разработки.
- Наружная и транзитная реклама: условия восприятия, задачи и приемы разработки.
- Упаковка и этикетка: функции, особенности восприятия, задачи и приемы разработки.
- Рынок полиграфических услуг России. Тенденции развития.
- Местный рынок полиграфии. Основные участники рынка.


Вопросы для самостоятельного изучения.

- 1) К семинарскому занятию прочитать конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.
- 2) Используя дополнительную литературу найти дополнительный материал и подготовиться к групповой дискуссии по вопросам:
 - Упаковка: функции, особенности восприятия, задачи и приемы разработки.
 - Этикетка: функции, особенности восприятия, задачи и приемы разработки
- 3) Определите характер изображений, предоставленных преподавателем. Определите формат и вид для образцов рекламной полиграфической продукции, сформулируйте требования к разработке издательских оригиналов.
- 4) Используя дополнительную литературу найти дополнительный материал и подготовиться к групповой дискуссии по темам: «Рынок полиграфических услуг России. Тенденции развития», «Местный рынок полиграфии. Основные участники рынка».

Тема 2. Технологические процессы производства печатного рекламного продукта
(форма проведения – семинар, деловая игра)

Вопросы к семинарскому занятию

- Требования к дизайну рекламного печатного издания.
- Основные этапы допечатной обработки оригинала.
- Виды отделочных процессов, их назначение в производстве рекламного продукта.
- Проблема выбора полиграфического способа отделки рекламного продукта: критерии оценки.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

Вопросы для самостоятельного изучения.

1) К семинарскому занятию прочитать конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

2) Составьте подборку образцов рекламной полиграфической продукции, изготовленных различными способами печати. Определите способ печати образцов.

3) Подготовиться к деловой игре по теме: «Выбор способа печати, соответствующего задачам и свойствам рекламного продукта. Оптимальное использование существующего предложения на местном рынке полиграфических услуг для решения конкретной задачи рекламодателя» (техзадания предоставляются преподавателем).

4) Используя различные источники и методы сбора информации, выявите полиграфические предприятия города, предлагающие услуги печати различными способами печати. Сформируйте список типографий, работающих в сегментах:

- печать на упаковках
- печать на этикетках
- печать на сувенирах
- печать представительской полиграфии
- печать листовок, календарей, буклетов

Тема 3. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием
(форма проведения – семинар, проектное задание)

Вопросы к семинарскому занятию

- Управление взаимодействием с рекламопроизводителями
- Менеджер по рекламе как заказчик полиграфических услуг.
Критерии эффективности менеджера.
- Документальное сопровождение полиграфического заказа.
- Техническое задание на производство рекламного продукта
- Приемка работ, оценка качества готовой рекламной полиграфической продукции.

Вопросы для самостоятельного изучения.

1) К семинарскому занятию прочитать конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

2) Подготовиться к деловой игре по теме: «Размещение заказа на изготовление рекламного продукта полиграфическим способом». На базе реальной или вымышленной компании разработать техническое задание на изготовление рекламного продукта полиграфическим способом (техзадание дает преподаватель).


3) Сформулировать аргументированное управленческое решение о выборе предпочтительного способа печати, запечатываемого материала, видах постпечатной отделки рекламного продукта, типографии-исполнителя.

4) Подготовка к контрольной работе №2

5) Проектное задание. «Размещение заказа на изготовление рекламного продукта полиграфическим способом». На базе реальной или вымышленной компании разработать техническое задание на изготовление рекламного продукта полиграфическим способом. Используя различные источники и методы сбора информации, выявить полиграфические предприятия города, предлагающие необходимый вид полиграфических услуг. Сформировать список потенциальных компаний – рекламопроизводителей.

Сформулировать аргументированное управленческое решение о выборе предпочтительного способа печати, запечатываемого материала, видах постпечатной отделки рекламного продукта, типографии-исполнителя.

Тема 4. Производство видео рекламного продукта (форма проведения – семинар,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

практическое задание)

Вопросы к семинарскому занятию

- Основные носители видеорекламы
- Основные этапы производства видео рекламных продуктов.
- Средства видеорекламы и их технические характеристики
- ТВ-реклама
- Онлайн видеореклама: достоинства и ограничения.
- ООН-видеореклама: реклама на мониторах, видеоэкранах

Вопросы для самостоятельного изучения.

1) К семинарскому занятию прочитать конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

2) Практическое задание. Производство видео рекламного продукта на выбор (ТВ-видео, онлайн-видео, ООН-видео). Для любого продукта продвижения (товар/услугу/фирму) напишите литературный сценарий видеоролика. На основе литературного сценария создайте режиссерский сценарий. Разработайте кадроплан – изобразительный сценарий. Используя программу VideoImression, создайте видеоролик по разработанным материалам.

Тема 5. Производство аудио рекламного продукта (форма проведения – семинар, практическое задание)

Вопросы к семинарскому занятию

- Радиореклама: понятие, задачи.
- Виды радиороликов: информационные, игровые, имиджевые (джинглы).
- Специфика производства рекламного продукта для радио.
- Аудиореклама в интернете: задачи, специфика, возможности.
- Площадки для размещения аудиорекламы
- Методы размещения онлайн-аудиорекламы
- Метрики оценки эффективности аудиорекламы.

Вопросы для самостоятельного изучения.

1) К семинарскому занятию прочитать конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

2) Практическое задание. Производство и размещение рекламного продукта на выбор (радиоролик, онлайн-аудиореклама). Для любого продукта продвижения (товар/услуга/компания) реализуйте основные этапы производства и размещения аудиоролика. Предложите метрики эффективности рекламного сообщения.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрены


8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Темы контрольных работ.

В процессе изучения дисциплины выполняются 2 промежуточных контрольных задания. Индекс компетенции **ОПК1, ОПК3**.

№1. Основные процессы производства печатного рекламного продукта.

№2. Взаимодействие с рекламопроизводителем, оценка качества печатного рекламного продукта.


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№ задания	Формулировка вопроса
1	Процесс разработки и производства рекламного продукта. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта.
2	Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.
3	Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
4	Наружная и транзитная реклама: условия восприятия и воздействия, задачи разработчика, приемы разработки.
5	Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложений.
6	Упаковка: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
7	Этикетка: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
8	Полиграфия: понятие, средства полиграфии в рекламе. Основные полиграфические сегменты.
9	Виды печатных машин.
10	Этапы полиграфического процесса.
11	Допечатные процессы: понятие, виды
12	Оцифровывание и цветоделение
13	Понятия «Растр», «Линиатура растра». Визуальная оценка высокой и низкой линиатуры растра.
14	Формные процессы. Печатная форма. Печатающие и пробельные элементы. Тиражестойкость печатной формы.
15	Печатный процесс. Разновидности.
16	Способ высокой печати: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения.
17	Флексопечать: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения.
18	Способ плоской печати: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения.
19	Офсетная печать: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения.
20	Способы прямой плоской печати.
21	Способ глубокой печати: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения. Металлография.
22	Способ трафаретной печати: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения. Разновидности.
23	Дополнительные способы печати: ирисовая печать, тампопечать, цифровая печать
24	Отделочные процессы: понятие, виды
25	Оценка качества печатной продукции: дефекты печати
26	Оценка качества печатной продукции: дефекты бумаги
27	Классификация печатных бумаг. Дефекты бумаги.
28	Упаковочная печать: функции упаковки, требования к печати.
29	Управления взаимодействием с рекламопроизводителями
30	Документальное сопровождение полиграфического заказа.
31	Техническое задание на производство рекламного продукта
32	Приемка работ, оценка качества готовой рекламной полиграфической продукции.

Вопросы к экзамену


1. Видео и видеореклама.
2. Основные носители видеорекламы: рекламное видео, постановочное видео, анимированное видео, презентационное видео.
3. Виды рекламных роликов.


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

4. Задачи и виды корпоративного видео.
5. Технологические этапы работы над корпоративным фильмом.
6. Технологии видеосъемки и видеомонтажа.
7. Основные этапы производства видео рекламных продуктов.
8. Разработка концепции. Создание текста и график постановки.
9. Специфика создания разных форм и жанров видео рекламного продукта.
10. Операторское и сценарное мастерство. Разработка сценария видео рекламного продукта.
11. Технологии производства анимированных рекламных роликов.
12. ТВ-реклама: достоинства и ограничения.
13. Основные принципы создания рекламных сообщений для телевидения.
14. Типологизация ТВ-рекламных продуктов.
15. Онлайн видеореклама: достоинства и ограничения.
16. Форматы размещения видеорекламы в Интернете.
17. Особенности видеоролика в интернете.
18. Разновидности интернет-анимации
19. Logomotion.
20. Метрики оценки эффективности видеорекламы.
21. ООН-видеореклама: реклама на мониторах, видеоэкранах.
22. Принципы создания, размещения и оценки эффективности Digital Signage.
23. Аудиореклама: понятие, задачи, специфика восприятия.
24. Радиореклама: понятие, задачи.
25. Достоинства и недостатки радиорекламы.
26. Типология радиорекламы.
27. Виды радиороликов: информационные, игровые, имиджевые (джинглы).
28. Формы радиорекламы.
29. Типы радиорекламы.
30. Специфика производства рекламного продукта для радио.
31. Аудиальные средства воздействия.
32. Сценарий аудиоролика.
33. Жанры рекламного продукта для радио.
34. Принципы создания рекламного и информационного аудиоролика.
35. Основные этапы производства аудиоролика.
36. Размещение и оценка эффективности рекламных продуктов на радио.
37. Аудиореклама в интернете: задачи, специфика, возможности.
38. Площадки для размещения аудиорекламы.
39. Методы размещения онлайн-аудиорекламы
40. Стандартные форматы онлайн-аудиорекламы.
41. Метрики оценки эффективности аудиорекламы.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Форма обучения	<u>очно-заочная</u>		
Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО			
1. Печатная реклама как вид полиграфической продукции	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к групповой дискуссии Выполнение практического задания	16	Устный опрос
2. Технологические процессы производства печатного рекламного продукта	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к групповой дискуссии Выполнение практических заданий	20	Устный опрос
3. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием.	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к деловой игре Выполнение практических заданий Подготовка к контрольной работе №2 Проектное задание	20	Устный опрос Письменный опрос
Тема 4. Производство видео рекламного продукта	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	28	Устный опрос Письменный опрос
Тема 5. Производство аудио рекламного продукта	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	28	Устный опрос Письменный опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : НГТУ, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152362>
2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>.

Дополнительная литература

1. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации : учебное пособие для вузов / Е. Ю. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10033-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516933>.
2. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/51845>.
3. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы : Практическое пособие / П. А. Кузнецов - Москва : Дашков и К, 2016. - 296 с. - ISBN 978-5-394-01068-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394010682.html>
4. Марусева, И. В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) : монография / И. В. Марусева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 304 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/38999.html>
5. Чефранов, С. Д. Технология производства печатных и электронных средств информации. Особенности производства : учебник для вузов / С. Д. Чефранов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 385 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15324-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520409>.

Учебно-методическая литература

1. Кремнева Н. Ю. Технология производства рекламного продукта : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. Ю. Кремнева; УлГУ, ФКИ. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 357 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8230>

Согласовано:

Гл. библиотекарь

Должность сотрудника научной библиотеки

/ Шевякова И.Н.


ФИО



подпись

/ 11.05.2023

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
Система «Антиплагиат.ВУЗ»
Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»
ОС Microsoft Windows
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». – Москва, [2023]. – URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦГО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Mega-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В.

Должность, должность УНТ


0000

00.00000

19.05.2023

0000



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций и семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



доцент Кремнева Н.Ю.