АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.17.02
«Цифровая допечатная подготовка рекламной и ПР-продукции»

Объем трудоемкости (ОФО): *Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа, 50,2 контактных часа, в том числе 16 ч. - лекционные занятия, 32 ч. – лабораторные занятия, 21,8 ч. – СРС, 2 часа КСР; 0,2 часа ИКР).*

Цель дисциплины – сформировать у студентов комплекс знаний в области подготовки рекламной и ПР-продукции, дает студентам знания основных правил и этапов создания как отдельных продуктов, так линейки. Рабочая программа дисциплины «Цифровая допечатная подготовка рекламной и ПР-продукции» включает изучение следующих вопросов: основные этапы подготовки, современные технологии процессов, создание текстовой и изобразительной информации, макет оформления и исходные данные, композиционно-графическое моделирование рекламной и ПР-продукции.

Задачи дисциплины:

Основные задачи дисциплины Б1.В.ДВ.17.02 «Цифровая допечатная подготовка рекламной и ПР-продукции»:

- получение теоретических знаний о производстве рекламной и ПР-продукции;
- изучение основных этапов развития производства рекламной и ПР-продукции в мире;
- изучение основ деятельности по производству рекламной и ПР-продукции;
- классификация рекламной и ПР-продукции по типам применения, социальных групп, специальному предназначению;
- установление особенностей в выпуске рекламной и ПР-продукции;
- изучение технического и технологического обеспечения рекламной и ПР-продукции;
- знакомство с современным программным и аппаратным обеспечением.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.17.02 «Цифровая допечатная подготовка рекламной и ПР-продукции» входит в вариативную часть учебного плана ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Изучение дисциплины тесно связано с рядом образовательных программ, таких как «Информатика», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Искусство бизнес-презентации», «Программные средства обработки информации». Курс проявляется в межпредметных связях по научному направлению «Информационные технологии».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *профессиональных* компетенций (*ПК)*

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ПК-8**	способностью организовывать подготовку к выпуску	***знать*** специфику производства	***уметь*** организовывать выпуск	***владеть*** навыками производства и

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	и распространения рекламной продукции	рекламных и презентационных материалов	распространения рекламных и презентационных материалов
2.	**ПК-16**	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	***знать*** *с*пецифику выпуска, производства и распространения рекламной продукции	***уметь*** осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламно-полиграфическую продукцию	***владеть*** авыками выпуска, производства и распространения рекламно-полиграфическую продукцию

Основные разделы дисциплины:

Разделы, изучаемые в 1 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
. 1	*Раздел 1.* Основные этапы подготовки рекламной и ПР-продукции	9	2		4	3
2.	*Раздел 2.* Современные технологии процессов по подготовке рекламной и ПР-продукции	9	2		4	3
3.	*Раздел 3.* Ввод и обработка текстовой и изобразительной информации	8	2		4	2
4.	*Раздел 4.* Компоновка текстовой и изобразительной информации	9	2		4	3
5.	*Раздел 5.* Виды текстовой автономизации	8	2		4	2
6.	*Раздел 6.* Композиционно-графическое моделирование	9	2		4	3
7.	*Раздел 7.* Верстка. Специальные программы верстки	9	2		4	3

8.	*Раздел 8.* Современные тенденции по подготовке рекламной и ПР-продукции	8	2		4	2,8
9.	Вид промежуточной аттестации (зачет)	3,8				
	Итого по дисциплине	**72**	**16**		**32**	**21,8**

Курсовые работы: *не предусмотрены.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет.*

Основная литература:

1. Кулак, М.И. Технология полиграфического производства / М.И. Кулак, С.А. Ничипорович, Н.Э. Трусевич. - Минск : Белорусская наука, 2011. - 373 с. - ISBN 978-985-08-1318-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89360
2. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 239 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=115010&sr=1.
3. Пикок, Д. Основы издательского дела / Д. Пикок. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 473 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428991

Автор (ы) РПД Г.Н. Немец, доц., канд. филол. наук, доц.