

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--



**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета  
факультета культуры и искусства  
от «20» мая 2024 г., протокол №12/272

Председатель  /Н.С. Сафронов/  
Зав. кафедрой дизайна (подпись)  
Е.Л. Силантьева (по доверенности)  
№ 218/98 от 20.01.2024г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Технологии производства рекламного продукта
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3, 4 - очная форма обучения; 3, 4 - заочная форма обучения

Направление (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: 01.09.2024 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 Наталья Юрьевна	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Доцент, Кандидат социологических наук

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цели освоения дисциплины:

- 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

### Задачи освоения дисциплины:

- получение понимания об основных этапах процесса разработки и производства рекламного продукта: принципах разработки визуальных элементов рекламы, основных технологических процессах
- приобретение знаний об основных способах производства рекламного продукта (печатной, наружной, сувенирной рекламы, рекламы в прессе, аудио- и видеорекламы, а также упаковки и этикетки)
- подготовка студентов к взаимодействию с предприятиями-рекламопроизводителями в процессе производства рекламной продукции

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Технологии производства рекламного продукта» относится к числу дисциплин блока Б1.О.1, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: ОПК-1, ОПК-3.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Профессионально-творческая практика, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Преддипломная практика, Основы культурных и креативных индустрий, Профессионально-ознакомительная практика, Основы теории и практики связей с общественностью, Проектная деятельность, Основы речевой коммуникации в средствах массовой информации, Работа с рекламными и PR-текстами, Основы теории и практики рекламы.

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>знать:</b> об основных этапах процесса разработки и производства рекламного продукта, основных технологических процессах, применяемых для их реализации

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
	<p><b>уметь:</b> взаимодействовать с партнерами в процессе производства рекламной продукции</p> <p><b>владеть:</b> практическими навыками создания рекламных продуктов различных видов</p>
ОПК-1 Способен 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	<p><b>знать:</b> суть и виды технологий производства рекламного продукта</p> <p><b>уметь:</b> подготавливать рекламный продукт к производству</p> <p><b>владеть:</b> навыками принятия и управленческих решений в сфере организации производства рекламного продукта</p>

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего): 4 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах): 144 часа

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u> )		
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам	
		6	7
1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	50	32	18
Аудиторные занятия:	50	32	18
Лекции	16	16	-
Семинары и практические занятия	34	16	18
Лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа	58	40	18
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	
Курсовая работа	-	-	-

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u> )		
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам	
		6	7
1	2	3	4
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет, Экзамен (36)	Зачет	Экзамен
Всего часов по дисциплине	144	72	72

Форма обучения: заочная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u> )		
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам	
		7	8
1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	14	8	6
Аудиторные занятия:	14	8	6
Лекции	6	4	2
Семинары и практические занятия	8	4	4
Лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа	117	60	57
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	
Курсовая работа	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет, Экзамен (13)	Зачет	Экзамен
Всего часов по дисциплине	144	72	72

#### 4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: очная

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	8
<b>Раздел 1. Производство печатного рекламного продукта</b>							
Тема 1.1. Печатная реклама как вид полиграфической продукции.	19	3	6	0	0	10	
Тема 1.2. Технологические процессы производства печатного рекламного продукта	24	3	8	0	0	13	Тестирование
Тема 1.3. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием.	24	3	8	0	0	13	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
<b>Раздел 2. Производство аудиовизуального рекламного продукта</b>							
Тема 2.1. Производство видео рекламного продукта	19	3	6	0	0	10	
Тема 2.2. Производство аудио рекламного продукта	22	4	6	0	0	12	
<b>Итого подлежит изучению</b>	108	16	34	0	0	58	

### 4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: 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	8
<b>Раздел 1. Производство печатного рекламного продукта</b>							
Тема 1.1. Печатная реклама как вид полиграфической продукции.	25	1	1	0	0	23	
Тема 1.2. Технологические процессы производства печатного рекламного продукта	27	2	2	0	0	23	Тестирование
Тема 1.3. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием.	26	1	2	0	0	23	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
<b>Раздел 2. Производство аудиовизуального рекламного продукта</b>							
Тема 2.1. Производство видео рекламного продукта	27	1	2	0	0	24	
Тема 2.2. Производство аудио рекламного продукта	26	1	1	0	0	24	
<b>Итого</b>	131	6	8	0	0	117	

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	8
подлежит изучению							

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


### Раздел 1. Производство печатного рекламного продукта

#### Тема 1.1. 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 1.2. 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. Растривание: 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

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

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 1.3. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием.**

Принятие управленческих решений в вопросах производства рекламного продукта. Управление 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. 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 2.1. 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



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

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, видеоэкранах. Принципы создания, размещения и оценки эффективности Digital Signage.

## **Тема 2.2. 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 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**

### **Раздел 1. Производство печатного рекламного продукта**

#### **Тема 1.1. Печатная реклама как вид полиграфической продукции.**

Вопросы к теме:

Очная форма

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.

Заочная форма

Печатная реклама, виды, носители.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

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.

## **Тема 1.2. Технологические процессы производства печатного рекламного продукта**

Вопросы к теме:

Очная форма

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.

Заочная форма

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.

## **Тема 1.3. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием.**

Вопросы к теме:

Очная форма

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.

Заочная форма

Управление взаимодействием с рекламопроизводителями

Менеджер по рекламе как заказчик полиграфических услуг. Критерии эффективности

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

менеджера.

Документальное сопровождение полиграфического заказа.  
Техническое задание на производство рекламного продукта  
Приемка работ, оценка качества готовой рекламной полиграфической продукции.

## **Раздел 2. Производство аудиовизуального рекламного продукта**

### **Тема 2.1. Производство видео рекламного продукта**

Вопросы к теме:

Очная форма

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

Заочная форма

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

### **Тема 2.2. Производство аудио рекламного продукта**

Вопросы к теме:

Очная форма

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.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Заочная форма

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.

## 7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работы не предусмотрен УП.


## 8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ, ЗАЧЕТУ

### Вопросы к экзамену


1. Видео и видеореклама.
2. Основные носители видеорекламы: рекламное видео, постановочное видео, анимированное видео, презентационное видео.
3. Виды рекламных роликов.
4. Задачи и виды корпоративного видео.
5. Технологии видеосъемки и видеомонтажа.
6. Основные этапы производства видео рекламных продуктов.
7. Разработка концепции. Создание текста и график постановки.
8. Специфика создания разных форм и жанров видео рекламного продукта.
9. Операторское и сценарное мастерство. Разработка сценария видео рекламного продукта.
10. Технологии производства анимированных рекламных роликов.
11. ТВ-реклама: достоинства и ограничения. Основные принципы создания рекламных сообщений для телевидения.
12. Типологизация ТВ-рекламных продуктов.
13. Онлайн видеореклама: достоинства и ограничения. Форматы размещения видеорекламы в Интернете.
14. Особенности видеоролика в интернете.
15. Разновидности интернет-анимации.
16. Logomotion.
17. Метрики оценки эффективности видеорекламы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

18. ООН-видеореклама: реклама на мониторах, видеоэкранах.
19. Принципы создания, размещения и оценки эффективности Digital Signage.
20. Аудиореклама: понятие, задачи, специфика восприятия.
21. Радиореклама: понятие, задачи.
22. Достоинства и недостатки радиорекламы.
23. Типология радиорекламы.
24. Виды радиороликов: информационные, игровые, имиджевые (джинглы).
25. Формы радиорекламы.
26. Типы радиорекламы.
27. Специфика производства рекламного продукта для радио.
28. Аудиальные средства воздействия.
29. Сценарий аудиоролика.
30. Жанры рекламного продукта для радио.
31. Принципы создания рекламного и информационного аудиоролика.
32. Основные этапы производства аудиоролика.
33. Размещение и оценка эффективности рекламных продуктов на радио.
34. Аудиореклама в интернете: задачи, специфика, возможности.
35. Площадки для размещения аудиорекламы.
36. Методы размещения онлайн-аудиорекламы
37. Стандартные форматы онлайн-аудиорекламы.
38. Метрики оценки эффективности аудиорекламы.


### **Вопросы к зачету**

1. Этикетка: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
2. Упаковка: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
3. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложений.
4. Наружная и транзитная реклама: условия восприятия и воздействия, задачи разработчика, приемы разработки.
5. Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
6. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.
7. Процесс разработки и производства рекламного продукта. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта.
8. Полиграфия: понятие, средства полиграфии в рекламе. Основные полиграфически сегменты.
9. Виды печатных машин.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

10. Этапы полиграфического процесса.
11. Допечатные процессы: понятие, виды. Оцифровывание и цветоделение. Линиатура растра для оценки качества.
12. Формные процессы. Печатная форма. Печатающие и пробельные элементы. Тиражестойкость печатной формы.
13. Печатный процесс. Разновидности.
14. Способ высокой печати: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения.
15. Флексопечать: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения.
16. Способ плоской печати: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения.
17. Офсетная печать: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения.
18. Способы прямой плоской печати.
19. Способ глубокой печати: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения. Металлография.
20. Способ трафаретной печати: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения. Разновидности.
21. Дополнительные способы печати: ирисовая печать, тампопечать, цифровая печать
22. Отделочные процессы: понятие, виды
23. Оценка качества печатной продукции: дефекты печати
24. Оценка качества печатной продукции: дефекты бумаги. Классификация печатных бумаг.
25. Упаковочная печать: функции упаковки, требования к печати.
26. Управление взаимодействием с рекламопроизводителями. Документальное сопровождение полиграфического заказа. Техническое задание на производство рекламного продукта
27. Приемка работ, оценка качества готовой рекламной полиграфической продукции.

## **10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		


*Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019г.).*

*По каждой форме обучения: очная/заочная/очно-заочная заполняется отдельная таблица*

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
<b>Раздел 1. Производство печатного рекламного продукта</b>			
Тема 1.1. Печатная реклама как вид полиграфической продукции.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	
Тема 1.2. Технологические процессы производства печатного рекламного продукта	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	13	Тестирование
Тема 1.3. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	13	Тестирование
<b>Раздел 2. Производство аудиовизуального рекламного продукта</b>			
Тема 2.1. Производство видео рекламного продукта	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	Вопросы к экзамену
Тема 2.2. Производство аудио рекламного продукта	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	12	Вопросы к экзамену

Форма обучения: заочная

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
<b>Раздел 1. Производство печатного рекламного продукта</b>			
Тема 1.1. Печатная реклама как вид полиграфической продукции.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	23	
Тема 1.2. Технологические процессы производства печатного рекламного продукта	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	23	Тестирование
Тема 1.3. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	23	Тестирование
<b>Раздел 2. Производство аудиовизуального рекламного продукта</b>			
Тема 2.1. Производство видео рекламного продукта	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	24	Вопросы к экзамену
Тема 2.2. Производство аудио рекламного продукта	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	24	Вопросы к экзамену

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы основная

1. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин ; З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. - 83 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 07.09.2025 (автопродлонгация). - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/99228.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизированных пользователей. - ISBN 978-5-7782-4107-7. / .— ISBN 0\_155800

2. Поляков Владимир Александрович. Разработка и технологии производства рекламного продукта :



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

учебник и практикум для вузов / В.А. Поляков, А.А. Романов ; В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : Юрайт, 2023. - 502 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-05261-9 : 1559.00. / .— ISBN 0\_498981

#### **дополнительная**

1. Трищенко Дмитрий Александрович. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для спо / Д.А. Трищенко ; Д. А. Трищенко. - Москва : Юрайт, 2023. - 177 с. - (Профессиональное образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/518451> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-12575-7 : 629.00. / .— ISBN 0\_490592

2. Чефранов Сергей Дмитриевич. Технология производства печатных и электронных средств информации. Особенности производства : учебник для вузов / С.Д. Чефранов ; С. Д. Чефранов. - Москва : Юрайт, 2023. - 385 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/520409> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-15324-8 : 1489.00. / .— ISBN 0\_491533

3. Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П.А. Кузнецов ; Кузнецов П.А. - Москва : Дашков и К, 2016. - 296 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394010682.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-394-01068-2. / .— ISBN 0\_242576

#### **учебно-методическая**

1. Кремнева Н. Ю. Технология производства рекламного продукта : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. Ю. Кремнева ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 357 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0\_41709.

#### **б) Программное обеспечение**

- Операционная система "Альт образование"
- Офисный пакет "Мой офис"

#### **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, [2024]. – 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, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2024]. – 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, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2024]. – 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, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС **Znanium.com** : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2024]. - 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, [2024].

**3. eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

**4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

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

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

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*)

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления 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. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

- Мультимедийное оборудование: компьютер/ноутбук, экран, проектор/телевизор
- Компьютерная техника

### **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 Кандидат социологических наук	Кремнева Наталья Юрьевна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО