

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 07.05.2026 10:51:45

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНЕ РЕКЛАМЫ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

РЕКЛАМА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Компьютерные технологии в дизайне рекламы» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 4 разделов и 24 тем и направлена на изучение специализированных программ и инструментов для создания графических материалов, разработку дизайн-концепций и визуализаций рекламных проектов, а также на освоение практических навыков работы с компьютерными технологиями в сфере рекламы.

Целью освоения дисциплины является овладение систематизированными знаниями, умениями и навыками, формирующими индикаторы компетенций, предполагающих применение компьютерных технологий в дизайне рекламе, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах подготовки текстовых и графических материалов в электронном виде, необходимом для рекламной деятельности и применения соответствующих алгоритмов компьютерной обработки с целью оформления рекламных сообщений.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Компьютерные технологии в дизайне рекламы» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-12	Способен искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	УК-12.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных;
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Компьютерные технологии в дизайне рекламы» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Компьютерные технологии в дизайне рекламы».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-12	Способен искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	Цифровая грамотность;	Преддипломная практика; Основы дизайна; Информационные технологии в рекламе и PR; Менеджмент рекламного агентства**; Теория и практика рекламных кампаний**; Разработка Digital-проекта**; Управление коммуникационными проектами**; Out-of-home реклама**; Основы подготовки научно-практических работ и проектов; Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера**; Инструментальные средства бизнес-аналитики**; Аналитика социальных медиа для рекламы и PR**; сторителлинг в цифровой среде**; Influence-маркетинг**; Технологии презентации и переговоров**; IT-системы E-commerce**; Информационная безопасность**; Теория и практика PR-кампаний**; Тренды в медиапотреблении**; Управление кризисами**;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<p><i>Контент-маркетинг**;</i> <i>Анализ данных и искусственный интеллект**;</i> <i>Мобильный маркетинг**;</i> <i>Оmnikanальность в продвижении брендов**;</i> <i>Тайм-менеджмент**;</i> <i>Основы предпринимательства**;</i> <i>Управление талантами**;</i> <i>Мерчендайзинг**;</i> Искусственный интеллект в коммуникационной деятельности;</p>
ОПК-6	<p>Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам;</p>	<p>Преддипломная практика; Информационные технологии в рекламе и PR; Теория и практика массовой информации; Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам;</p>
ПК-2	<p>Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p><i>Основы визуальных коммуникаций**;</i> <i>Технологии создания персонального имиджа**;</i> <i>Арт-менеджмент**;</i> <i>Ораторское искусство**;</i> <i>Художественные образы в коммуникациях**;</i> <i>Введение в цифровые коммуникации**;</i> <i>Мировая художественная культура**;</i> <i>Основы публичного выступления**;</i> <i>Массовая культура в коммуникациях**;</i> <i>Личный бренд с нуля**;</i> <i>Имиджевые коммуникации**;</i> <i>Звуковые образы в коммуникациях**;</i></p>	<p>Преддипломная практика; Производственная (проектная) практика; Производственная (ознакомительная) практика; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Теория и практика брендинга; VTL-технологии продвижения; Поведение потребителей; Теория и практика продаж в рекламе; <i>Событийный маркетинг**;</i> <i>Разработка нового продукта**;</i> <i>Креативные стратегии**;</i> <i>Бренд-коммуникации**;</i> <i>Современные стратегии и тактики продвижения**;</i> <i>Спичрайтинг**;</i> <i>Эффективность коммуникационных кампаний**;</i> <i>Маркетинг инноваций**;</i> <i>HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**;</i> <i>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;</i> <i>Индустрия цифровых коммуникаций**;</i> Тренды маркетинговых</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			коммуникаций; <i>Коммуникационный дизайн</i> **; <i>Социальный брендинг</i> **; Медиапланирование; <i>Креатив в маркетинге</i> **; <i>Визуальная коммуникация бренда</i> **; <i>Спонсорство и партнерство</i> **; <i>Культурные и креативные индустрии</i> **; <i>Медиаэкономика</i> **; <i>Интерактивность в маркетинговых коммуникациях</i> **; <i>Методы коммуникационных исследований</i> **; <i>Performance-маркетинг</i> **; <i>Международные маркетинговые коммуникации</i> **; <i>Проектная документация в маркетинговых коммуникациях</i> **; Финансовый менеджмент;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Компьютерные технологии в дизайне рекламы» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			3
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	51		51
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	34		34
Практические/семинарские занятия (СЗ)	0		0
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	66		66
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	27		27
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы компьютерной графики	1.1	Способы представления изображения средствами компьютера.	Растровые и векторные изображения. Основные характеристики битовой карты изображения. Разрешение растровых изображений и размер файла	ЛК, ЛР
		1.2	Цветовые модели.	Психофизиологическое представление цвета. Цветовой охват. Аддитивная и субтрактивная цветовые модели. Особенности полиграфической модели CMYK. Цветовая модель HSV. Цветовая модель LAB.	ЛК, ЛР
		1.3	Форматы растровой графики: TIFF, JPEG, GIF, PNG, FlashPix, Photo CD.	TIFF, JPEG, GIF, PNG, FlashPix, Photo CD.	ЛК, ЛР
		1.4	Векторная графика. Основные примитивы и атрибуты. Основные свойства и недостатки векторной графики. Кривые Безье. Свойства и методы построения.	Основные примитивы и атрибуты. Основные свойства и недостатки векторной графики. Кривые Безье. Свойства и методы построения.	ЛК, ЛР
		1.5	Форматы векторной графики	DXF, EPS, PDF.	ЛК, ЛР
Раздел 2	Компьютерные шрифты	2.1	Растровые компьютерные шрифты.	Единицы измерения шрифта.	ЛК, ЛР
		2.2	Векторные компьютерные шрифты.	Контурные компьютерные шрифты. Единицы измерения шрифта, группы шрифтов, гарнитуры.	ЛК, ЛР
		2.3	Кодировки шрифтов.	Однобайтовые и двухбайтовые кодировки. Стандарт кодирования Unicode.	ЛК, ЛР
		2.4	Особенности построения контурных шрифтов (True Type и Type 1).	Система управления шрифтами Type 1 – Adobe Type Manager. Критерии качества контурных шрифтов.	ЛК, ЛР
		2.5	Шрифтовые программы.	Разработчики шрифтов.	ЛК, ЛР
Раздел 3	Цифровая обработка изображений	3.1	Подбор разрешений при сканировании	Выбор разрешения определяется конечным носителем и масштабом воспроизведения: для печати — реальный размер × 300 dpi (журналы/офсет), 240 dpi (плакаты на расстоянии), 600–1200 dpi для штриховой графики; для экрана — 72–150 ppi при целевом пиксельном размере. Учитывайте исходное качество оригинала, запас на ретушь (10–20%), цветовой режим (RGB для экрана, CMYK для печати), глубину цвета (16 бит для тонкой градации) и избегайте апскейла интерполяцией после сканирования.	ЛК, ЛР
		3.2	Проблемы возникновения муара/	Причины и условия. Методы подавления муара.	ЛК, ЛР

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
		3.3	Цветокоррекция и оптимизация яркости и контраста.	Цветокоррекция нацелена на нейтральный баланс белого и согласование цветов с носителем через калибровку/профилирование	ЛК, ЛР
		3.4	Цифровые фильтры.	Цифровые фильтры — линейные и нелинейные операции обработки изображения в пространственной и частотной областях, реализующие размытие, повышение резкости, подавление шума, выделение краёв, изменение частотного баланса и текстуры.	ЛК, ЛР
		3.5	Методы ретуши и коррекции цифровых изображений.	Цель — устранить дефекты и выровнять тон/цвет при сохранении текстуры и естественности, соблюдая бренд-референсы и требования препресса без артефактов.	ЛК, ЛР
		3.6	Проблемы конфликта сеток при цветоделении.	Виды розеток. Углы наклона раstra.	ЛК, ЛР
		3.7	Причины появления меланжа в цифровых фотографиях.	Методы коррекции.	ЛК, ЛР
Раздел 4	Основы допечатной подготовки публикаций	4.1	Основные элементы публикации	Полоса, формат полосы набора, формат издания, обрезной формат, обрез страницы, колонтитулы и поля.	ЛК, ЛР
		4.2	Виды печатных документов	Информационные, рекламные, идентификационные, обучающие, документы деловой переписки. Буклет, листовка, брошюра, книга, журнал.	ЛК, ЛР
		4.3	Единицы измерения авторской и печатной продукции	Авторский лист, учетно-издательский лист, печатный лист.	ЛК, ЛР
		4.4	Планирование публикации.	Определение круга читателей публикации (целевой аудитории). Бюджет издания. Концепция издания. Утверждение плана издания.	ЛК, ЛР
		4.5	Выбор исполнителей (художник-дизайнер, наборщик, корректор, верстальщик, типография и сервис-бюро [принт-бюро])	Типографии. Типы печати (высокая, глубокая, плоская печать, цифровая печать, электрографическая печать, шелкография и тампопечать, тиснение, струйная печать). Технические параметры оригинал-макета (обрезной формат, цветность - триадные краски Pantone, линиятура раstra, параметры треппинга, учет растискивания точек, тип изображения на фотоформе). Выбор бумаги (впитывание краски, тип бумаги, цвет бумаги, вес и размер листов, непрозрачность, волокна). Сервис, предоставляемый принт-бюро (форма представления оригинал-макета, форматы файлов для верстки, шрифты, формат фотонаборного автомата, услуга высококачественного	ЛК, ЛР

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				сканирования, цветопробы с пленок).	
		4.6	Верстка.	Подготовка компонентов публикации. Определение структуры публикации. Компоновка текста и графики - доводка, специальные эффекты, цветовое оформление. Создание оглавления и предметного указателя. Вывод подписной корректуры.	ЛК, ЛР
		4.7	Предпечатная подготовка (допечатная подготовка, prepress).	Высококачественное сканирование. Треппинг. Цветоделение. Спуск полос (компьютерный).	ЛК, ЛР

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Ауд. 29: 21 рабочее место: Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ____ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Ауд. 29: 21 рабочее место: Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Ауд.21. Системный блок Intel i3 3400 MHz/8 GB/500 GB/DVD/audio + Монитор Philips 234E5Q

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Романычева Э.Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство: справочное пособие / Э. Т. Романычева, О. Г. Яцук. — Москва: ДМК Пресс, 2006. — 432 с. — ISBN 5-89818-034-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/1102>

2. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн : учебное пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0703-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2111907>

3. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 176 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0288-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2117171>

Дополнительная литература:

1. Анашкина Н.А. Практическая подготовка студентов направления «Реклама и

связи с общественностью»: учебное пособие / Н. А. Анашкина, О. Н. Ткаченко, М. В. Шматко. — Омск: ОмГТУ, 2020. — 156 с. — ISBN 978-5-8149-3179-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/186905>

2. Костина Н.Г. Фирменный стиль и дизайн : учебное пособие / Н. Г. Костина, С. Ю. Баранец. — Кемерово : КемГУ, 2014. — 97 с. — ISBN 978-5-89289-847-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93556>

3. Скрипачева И.А. Современные процессы развития дизайна, науки и техники: учебное пособие / И. А. Скрипачева. — Тольятти : ТГУ, 2018. — 78 с. — ISBN 978-5-8259-1263-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/139744>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Наукометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Компьютерные технологии в дизайне рекламы».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Малыгина Ольга

Петровна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.