

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор БГУКИ

_____ А. А. Корбут

« ____ » _____ 2017 г.

Регистрационный № УД- _____ /уч.

ВЕБ-ДИЗАЙН И РЕКЛАМА

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности 1-21 04 01 Культурология
(по направлениям), направления специальности 1-21 04 01-02
Культурология (прикладная), специализации 1-21 04 01-02 03
Менеджмент рекламы общественных связей*

2017

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-21 04 01-2013 по специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям) и учебного плана по специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей, рег. № Д 21-1-11/13 уч.

СОСТАВИТЕЛЬ

Т. В. Бачурина, старший преподаватель кафедры информационных технологий в культуре учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Е. А. Криштаносова, доцент кафедры культурологии учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии, доцент;

С. И. Максимов, заведующий кафедрой информационных технологий в образовании государственного учреждения образования «Республиканский институт высшей школы», кандидат технических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой информационных технологий в культуре Белорусского государственного университета культуры и искусств (протокол № 1 от 07.09.2016);

президиумом научно-методического совета Белорусского государственного университета культуры и искусств (протокол № 1 от 19.10.2016)

Ответственный за редакцию: В. Б. Кудласевич

Ответственный за выпуск: Т. В. Бачурина

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Стремительное развитие веб-технологий предполагает высокий уровень подготовки квалифицированных специалистов в сфере веб-дизайна и рекламы для решения профессиональных задач по использованию, разработке, сопровождению и продвижению веб-ресурсов и интернет-рекламы в гипермедийном пространстве глобальной сети.

Учебная программа дисциплины по выбору «Веб-дизайн и реклама» предназначена для студентов факультета культурологии и социокультурной деятельности специальности «культурология», направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная) и является логическим продолжением учебных дисциплин «Основы информационных технологий» и «Информационные технологии в культуре».

Объектом изучения дисциплины является реклама в интернет-маркетинге. *Предметом* – методы и технологии ее создания, публикации, сопровождения и продвижения в веб-пространстве Интернета.

Цель учебной дисциплины – обеспечить студентов знаниями в области интернет-рекламы и веб-дизайна, выработать практические навыки по профессиональному созданию и использованию программных средств веб-технологий в будущей профессиональной деятельности менеджера.

Цель учебной дисциплины обуславливает решение следующих задач:

- изучение типологии, основных понятий и концепций интернет-маркетинга;
- анализ основных механизмов функционирования интернет-рекламы;
- освоение технологий веб-дизайна в веб-пространстве;
- освоение технологий оптимизации и сохранения графической информации для веб-пространства;
- освоение методов создания медийной рекламы.

В результате изучения дисциплины студенты *должны знать*:

- теоретические основы растровой и векторной компьютерной графики;

- тенденции развития веб-технологий в рекламе;
- принципы и методы создания рекламных веб-ресурсов;
- особенности дизайна в сайтостроении;
- методы публикации и сопровождения веб-ресурсов;
- методы поискового продвижения и поисковой оптимизации;
- специфику создания и продвижения рекламы сфер культуры и искусства в сети Интернет;

уметь:

- разрабатывать веб-сайт по заданной тематике;
- использовать при создании сайтов специализированные и визуальные редакторы веб-дизайна;
- применять основные методы макетирования и верстки рекламной веб-страницы;
- создавать анимационную баннерную рекламу;
- использовать редакторы векторной и растровой графики в веб-дизайне;
- выполнять внутреннюю и внешнюю оптимизацию сайта;
- использовать инструменты аналитики при поисковой оптимизации.

Содержание учебной дисциплины направлено на формирование академических компетенций, включающих знания и умения по изученным учебным дисциплинам, умение учиться, а также социальных и профессиональных компетенций.

В процессе изучения учебной дисциплины, согласно требованиям образовательного стандарта, студенты должны развить следующие компетенции: академические, профессиональные и социально-личностные.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом к решению проблем.

АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

АК-8. Владеть навыками устной и письменной коммуникации.

ПК-14. Использовать современные методики и технические средства обучения.

СЛК-4. Владеть навыками здорового образа жизни.

Основными формами учебной работы являются лекционные, семинарские занятия, лабораторные работы и самостоятельное изучение отдельных вопросов.

Учебным планом на изучение дисциплины по выбору «Веб-дизайн и реклама» всего предусмотрено 62 часа, из них 36 часов – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: 10 часов – лекции, 12 часов – практические занятия, 14 часов – лабораторные занятия.

Рекомендованная форма контроля – зачет.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Введение

Веб-дизайн в культуре и искусстве. Связь с другими дисциплинами специализации. Цель и задачи курса, предмет и объект изучения. История веб-дизайна.

Тема 1. Технологии веб-дизайна

Основы дизайна (пространственные отношения, форма, текстуры, шрифты и тексты). Основные средства и принципы композиции. Типология объектов рекламного дизайна. Рекламные возможности использования веб-дизайна в организации. Дизайн веб-сайтов (типы сайтов, устройство сайта, формат страницы). Дизайн интерфейса. Маркетинговые задачи веб-сайтов.

Тема 2. Технологии и формы интернет-рекламы

Особенности рекламной кампании в Интернете (интерактивность, аудитория, таргетинг, медиаизмерения). Основные виды интернет-рекламы (контекстная, текстовая, медийная, тизерная, промо-сайт, спам, реклама в соцсетях, пресс-релизы и т. п.). RSS-рассылки. Мобильная реклама. PR-технологии. Способы размещения рекламных объектов на сайте. Особенности дизайна LandingPage (посадочной страницы). Ценовые модели размещения рекламы в сети Интернет.

Тема 3. Компьютерная графика в рекламе.

Сферы использования. Тенденции развития.

Особенности ее использования в веб и полиграфии

Виды компьютерной графики. Векторные и растровые изображения. Форматы. Разрешение и размер изображения. Разрешение монитора, принтера, сканера. Цветовые модели.

Особенности представления графической информации в Интернете. Типы графических изображений в Интернете. Методы их оптимизации.

Тема 4. Программные средства создания веб-страниц

Пакет визуального программирования Web-страниц – AdobeDreamweaver как средство структурного построения сайта и его публикации. Принцип разделения содержимого и оформления веб-страницы. Табличная и блочная верстка сайта. Особенности поддержки блочной верстки разными браузерами. Блоки в HTML. Абсолютное и относительное позиционирование блоков. Макетирование веб-страниц с помощью CSS. Подключение стилей. Слой как элемент веб-страницы.

Тема 5. Проектирование и создание собственного веб-ресурса. Хостинг и публикация веб-сайта.

Основы поискового продвижения

Анализ и проектирование веб-ресурса. Этапы проектирования сайта. Принципы навигации. Информационное наполнение. Концепция графического дизайна сайта. Способы публикации веб-ресурса. Выбор доменного имени сайта. Требования к хостингу сайта.

Реклама сайта. Поисковая оптимизация сайта. Регистрация в каталогах и поисковых системах. Обмен ссылками. Комментирование в блогах. Специфика поисковой оптимизации интернет-ресурсов сферы культуры и искусства.

Тема 6. Включение динамической информации в сайт.

Мультимедийные интернет-технологии

Виды мультимедийной динамической рекламы. Использование на сайте мультимедийных рекламных материалов.

Видео в Интернете. Звук в Интернете. Анимация веб-графики: gif-анимация и флеш-технологии. Создание gif-анимации. Flash-технологии в веб-дизайне. Flash-объекты (графические, кнопки, видеоклипы). Анимация во Flash. Создание баннера.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
	лекции	семинарские занятия	лабораторные занятия		
Введение	2	2			
<i>Тема 1.</i> Технологии веб-дизайна	2	2			
<i>Тема 2.</i> Технологии и формы интернет-рекламы	2	2			
<i>Тема 3.</i> Компьютерная графика в рекламе. Сферы использования. Тенденции развития. Особенности ее использования в веб и полиграфии	2	2	2	2	тест
<i>Тема 4.</i> Программные средства создания веб-страниц		2	6	4	презентация, реферат
<i>Тема 5.</i> Проектирование и создание собственного веб-ресурса. Хостинг и публикация веб-сайта. Основы поискового продвижения	2		2		
<i>Тема 6.</i> Включение динамической информации в сайт. Мультимедийные интернет-технологии			2	2	тест
Всего...	8	8	12	8	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. UX-дизайн: идея – эскиз – воплощение / С. Гринберг, Ш. Карпендэйл, Н. Маркардт [и др.]. – СПб. : Питер, 2014. – 272 с.
2. Алашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2016. – 220 с. ; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721/>. – Дата доступа: 07.03.2017.
3. Алешин, Л. Мультимедиа и реклама : учеб. пособие / Л. И. Алешин. – М. : Литера, 2012. – 375 с.
4. Годин, А. Интернет-реклама : учеб. пособие / А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2012. – 168 с.
5. Евсеев, Д. Web-дизайн в примерах и задачах / Д. А. Евсеев, В. В. Трофимов. – М.: КноРус, 2016. – 272 с.
6. Зиссер, Ю. Маркетинг on-line. Как превратить сайт компании в эффективный инструмент продаж / Ю. А. Зиссер. – Минск : Изд-во Гревцова, 2007. – 302 с.
7. Киселев, С. Веб-дизайн : учеб. пособие / С. В. Киселев, С. В. Алексахин, А. В. Остроух. – М. : Академия, 2014. – 64 с.
8. Курушин, В. Графический дизайн и реклама / В. Курушин. – М. : ДМК Пресс, 2012. – 272 с.
9. Макарова, Т. Основы информационных технологий в рекламе : учеб. пособие / Т. В. Макарова, О. Н. Ткаченко, О. Г. Капустина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 271 с.
10. Маршалл, П. Контекстная реклама, которая работает. Библия GoogleAdWords / П. Маршалл, Б. Тодд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 464 с.
11. Немцова, Т. Компьютерная графика и Web-дизайн. Практикум по информатике / Т. Немцова, Ю. Назарова. – М. : Форум, 2013. – 288 с.
12. Нильсен, Я. Веб-дизайн / Я. Нильсен. – СПб. : Символ, 2015. – 512 с.
13. Сырых, Ю. Современный веб-дизайн. Настольный и мобильный / Ю. Сырых. – М.: Вильямс, 2014. – 384 с.

14. *Ткаченко, О.* Дизайн и рекламные технологии / О. Н. Ткаченко. – М.: Инфра-М, 2015. – 176 с.
15. *Ульяновский, А.* Реклама в сфере культуры : учеб. пособие / А. В. Ульяновский. – СПб. : Планета музыки, 2012. – 531 с.
16. *Филинова, О.* Информационные технологии в рекламе / О. Филинова. – М.: Кудиц-образ, 2006. – 240 с.
17. *Эш, Т.* Повышение эффективности интернет-рекламы / Тим Эш. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 408 с.

Дополнительная

1. *Анашкина, Н.* Рекламный образ : учеб. пособие / Н. Анашкина. – М.: Юнити, 2012. – 176 с.
2. *Аренс, У.* Современная реклама / У. Аренс, М. Вейголд, К. Аренс. – М. : Эксмо, 2010. – 880 с.
3. *Бородаев, Д.* Веб-сайт как объект графического дизайна / Д. В. Бородаев. – Харьков: Септима ЛТД, 2006. – 288 с.
4. *Кирсанов, Д.* Веб-дизайн / Д. Кирсанов. – СПб.: Символ, 2015. – 368 с.
5. *Морвиль, П.* Информационная архитектура в Интернете / П. Морвиль. – СПб.: Символ-плюс, 2010. – 608 с.
6. *Нейл, Т.* HTML 5, CSS 3 и Web 2.0. Разработка современных Web-сайтов / Т. Нейл. – СПб.: БХВ-Петербург, 2014. – 416 с.
7. *Панин, К.* Интернет-маркетинг. Баннерная реклама / К. Г. Панин. – М. : Лаборатория книги, 2010. – 116 с. ; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97079>. – Дата доступа: 07.03.2017.
8. *Пендикова, И.* Архетип и символ в рекламе : учеб. пособие / И. Г. Пендикова, Л. С. Ракитина. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 303 с. ; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114725>. – Дата доступа: 07.03.2017.
9. *Скотт, Б.* Проектирование веб-интерфейсов / Б. Скотт, Т. Нейл. – СПб. : Символ-плюс, 2014. – 352 с.
10. *Ташков, П.* Веб-мастеринг на 100%. HTML, CSS, JavaScript, PHP, CMS, AJAX, раскрутка / П. Ташков. – СПб. : Питер, 2010. – 512 с.

11. Финкэнон, Дж. Flash-реклама. Разработка микросайтов, рекламных игр и фирменных приложений с помощью AdobeFlash / Дж. Финкэнон. – М. : Рид Групп, 2012. – 288 с.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Примерный перечень лабораторных работ

1. Освоение технологий оптимизации и сохранения графической информации для веб-пространства в графическом редакторе.

2. Исследование Интернета на предмет выявления особенностей использования веб-дизайна. В поисковом режиме рассмотреть несколько сайтов одной направленности, проанализировать их и выявить общие и отличительные черты их дизайна. Создание блога.

3. Проектирование и создание собственного веб-ресурса.

4. Разработка дизайна веб-сайта.

5. Хостинг и публикация веб-сайта. Раскрутка и поддержка сайта:

а) варианты включения в сайт статистической информации, ссылок на другие ресурсы в Интернете, гостевой книги, форума и т. п.;

б) способы запуска и регистрации сайта, подключения, поддержки и мониторинга работы веб-сайта.

6. Создание анимации для веб-дизайна. Создание рекламного баннера в графическом редакторе.

Перечень рекомендованных средств диагностики

В качестве одного из элементов, рекомендуемого для выявления уровня учебных достижений студента, используются критериально-ориентированные тесты. Они представляют собой совокупность тестовых заданий закрытой формы с одним или несколькими вариантами правильных ответов; заданий открытой формы с формализованным ответом; заданий на установление правильной последовательности.

Для измерения степени соответствия учебных достижений студента требованиям образовательного стандарта также рекомендуется использовать проектную деятельность, включающую проблемные, творческие задачи, предполагающие эвристическую деятельность и неформализованный ответ.

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине

Самостоятельная работа студентов направлена на обогащение их умений и навыков по учебной дисциплине «Веб-дизайн и реклама» в свободное от обязательных учебных занятий время. Цель самостоятельной работы студентов – содействие усвоению в полном объеме содержания учебной дисциплины через систематизацию, планирование и контроль собственной деятельности. Преподаватель дает задания по самостоятельной работе и регулярно проверяет их выполнение.

Дисциплина изучается в течение одного семестра и предусматривает самостоятельную работу студентов. Студенты отвечают на тест, сами участвуют в разработке тематических тестов и презентаций. К зачету студент должен представить созданный им веб-сайт рекламного характера и рекламный баннер. На семинарских занятиях предусмотрено рассмотрение теоретических вопросов из области рекламных технологий в веб-дизайне.

Учебное издание

ВЕБ-ДИЗАЙН И РЕКЛАМА

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности 1-21 04 01 Культурология
(по направлениям), направления специальности 1-21 04 01-02
Культурология (прикладная), специализации 1-21 04 01-02 03
Менеджмент рекламы и общественных связей*

Корректор В. Б. Кудласевич
Технический редактор А. В. Гицкая

Подписано в печать 2017. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офисная. Ризография.
Усл. печ. л. 0,76. Уч.-изд. л. 0,37. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/177 от 12.02.2014.
ЛП № 02330/456 от 23.01.2014.
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ