Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по УР

_____А.Е. Рудин

Подлинник электронного документа, подписанного ЭЦП, хранится в системе электронного документооборота ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Сертификат 03 37 82 ac 95 ff b3 99 40 18 ea 3c 01 9f 6f c8
Владелец Рудин Александр Евгеньевич, первый проректор
Действителен с 17 июля 2026 г. по 17 октября 2027

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.09 Мультимедийные технологии в медиаиндустрии

Учебный план: 2026-2027 42.04.01 ВШПМ РИСО в медиаиндустрии ОО №2-1-134.plx

Кафедра: 38 Рекламы

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа: Практ. занятия	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
4	УП	36	68,75	3,25	3	Курсовой проект, Зачет
	РПД	36	68,75	3,25	3	
Итого	УП	36	68,75	3,25	3	
	РПД	36	68,75	3,25	3	

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

доктор философских наук, Профессор _____ Кардинская Светлана Владленовна

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы _____ Смирнов Алексей Викторович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой _____ Смирнов Алексей Викторович

Методический отдел:

_____

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать у обучающегося компетенции в области использования современных информационных технологий в практической деятельности и использования современного оборудования и приборов при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий.

1.2 Задачи дисциплины:

• Дать полное представление о сфере мультимедиа в рекламе и охарактеризовать закономерности её развития
• Научить использовать различный мультимедиа инструментарий в рекламных презентациях
• Научить использовать мультимедиа оборудование для подготовки рекламных кампаний
• Научить использовать современное программное обеспечение для решения проблем организации и проведения рекламных мероприятий

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Творческое позиционирование в рекламной коммуникации

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

Организационно-управленческие коммуникации

Технологии рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ
Знать: основные тенденции развития мультимедийных технологий в медиаиндустрии и возможности их применения при создании и продвижении продукции коммуникационной деятельности
Уметь: обосновывать выбор профессиональных программ для создания и обработки мультимедиа
Владеть: навыками представления интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа	СР (часы)	Форма текущего контроля
		Пр. (часы)		
Раздел 1. Технологии создания мультимедийных продуктов	4			Пр
Тема 1. Инструментальные интегрированные программные среды разработчика мультимедиа продуктов. Выбор средств разработки; требования к аппаратному и программному обеспечению. Аудиовизуальные технические средства. Визуальные (показывающие изображения); аудио (звуковые); аудиовизуальные (зрительно-слуховые).		4	8	
Тема 2. Двухмерная и трехмерная анимация. Добавление звука в анимацию. Ввод видеоданных в персональный компьютер. Визуальная информация. Данные, отображаемые на информационных досках и табло, экранах дисплеев, телевизионных приёмников.		4	8	
Тема 3. Тенденции и перспективы развития новых медийных технологий. Инструменты создания презентации, иллюстрирующей публичное выступление. Презентация, заменяющая публичное выступление. Использование электронного календаря.		4	8	

Раздел 2. Технологии представления и демонстрации мультимедийных продуктов				
Тема 4. Технические принципы функционирования и перспективы развития мультимедийного проекционного и демонстрационного оборудования. Специальное ПО, CD и DVD драйверы и компакт-диски; аудиокарты, аудио колонки, наушники и микрофоны; видеокарты; аудио- и видео периферийные устройства (цифровые кинокамеры и фотоаппараты и др.).		4	8	
Тема 5. Профессиональная эксплуатация современного оборудования и приборов. Устройства оперативной внутренней связи – местная телефонная или диспетчерская связь и радиотрансляция, системы оповещения. Использование оборудования для эффективного управления, выполнения работниками различных заданий руководства, а также запросов пользователей. Использование электронной почты, видеоконференций, интернет-телефонии, мобильной связи		4	8	О
Тема 6. Специфика охраны труда при работе с современным оборудованием. Системы охранной и пожарной сигнализации (видеокамеры и телевизоры слежения, звуковая сигнализация и др. датчики).		4	9	
Раздел 3. Мультимедийные технологии в связях с общественностью.				
Тема 7. Создание видеороликов специального назначения. Технологии создания видеороликов. Оборудование, используемое при создании видеороликов. Программы, используемые при создании видеороликов. Видеоролики в рекламе.		4	8,75	Д
Тема 8. Создание аудироликов специального назначения. Технологии создания аудироликов. Оборудование, используемое при создании аудироликов. Программы, используемые при создании аудиороликов. Аудиоролики в рекламе.		8	11	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		36	68,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Курсовой проект, Зачет)		3,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		39,25	68,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта): Продемонстрировать способность использования мультимедийных технологий при решении меркетинговых задач и подготовки рекламных кампаний. Формирование у студентов навыков самостоятельного использования мультимедиа-технологий для осуществления креативных стратегий рекламных кампаний, разработки рекламных плакатов, сайтов, создания аудио и видеороликов.

4.2 Тематика курсовой работы (проекта): 1. Обзор функциональных возможностей программных продуктов Corel

2. Программное обеспечение для создания мультимедиа презентаций
3. Роль бесплатного программного обеспечения в развитии новых медийных технологий
4. Программное обеспечение для верстки сайтов
5. Seo-технологии в продвижении товаров и услуг
6. Специфика создания изображений при помощи графических планшетов
7. Планшетные компьютеры: типы и специфика работы
8. Windows8 как вспомогательная операционная система для рекламного агентства
9. Пакеты графической обработки данных
10. Организация рабочего места в крупных рекламных агентствах
11. 3D графика в создании рекламных персонажей
12. Развитие фрактальной графики и её значимость для рекламы
13. Специфика построения рекламной страницы для телефонных и планшетных браузеров
14. Социальные сети как методы продвижения услуг и товаров
15. Организация информации на страницах рекламных порталов

4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):

Работа выполняется в течении семестра с использованием исследовательской литературы и анализа конкретных рекламных материалов.

Результаты представляются в печатном виде, объемом до 35 страниц формата А4, работа должна содержать следующие обязательные элементы:

- Титульный лист;
- Бланк задания на курсовую работу, заполненный в соответствии с действующими правилами;
- Реферат;
- Содержание;
- Основную часть работы, состоящую из двух-трех разделов, которая должна завершаться выводами и практическими рекомендациями;
- Заключение;
- Список использованной литературы;
- Приложение.

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-1	перечисляет и раскрывает суть аппаратных средств для работы с медийными технологиями. работает с программами для создания видео и аудио продуктов, используемых в рекламных кампаниях анализирует выбор стратегий при осуществлении коммуникационных кампаний

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)		Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям.
4 (хорошо)		Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации.
3 (удовлетворительно)		Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием
2 (неудовлетворительно)		Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы.
Зачтено	Обучающийся своевременно выполнил практические работы и представил результаты; возможно допуская несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

Не зачтено	Обучающийся не выполнил (выполнил частично) практические задания, не представил результаты; допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 4	
1	Инструментальные интегрированные программные среды разработчика мультимедиа продуктов.
2	Выбор средств разработки; требования к аппаратному и программному обеспечению в рекламном агентстве
3	Различные виды анимации
4	Двухмерная анимация
5	Трехмерная анимация
6	Программные средства для создания анимации
7	Ввод видеоданных в персональный компьютер.
8	Тенденции и перспективы развития новых медийных технологий.
9	Технические принципы функционирования мультимедийных продуктов.
10	Перспективы развития мультимедийного проекционного и демонстрационного оборудования.
11	Профессиональная эксплуатация современного оборудования и приборов.
12	Виды графических планшетов
13	Специфика охраны труда при работе с современным оборудованием
14	Бесплатное программное обеспечение в работе рекламного агентства
15	Интернет-технологии в продвижении товаров и услуг
16	Создание анимации в Adobe Flash
17	Работа с демонстрационным оборудованием и его виды
18	Пакет SPSS при разработке рекламной кампании
19	Организация рабочего места дизайнера рекламного агентства
20	Photoshop как универсальный графический редактор: возможности, инструментарий.
21	Создание и продвижение web-сайта компании.
22	История растровой графики. Редакторы растровой графики.
23	Основные принципы векторной графики.
24	Создание и продвижение web-сайта компании.
25	Издательские системы. Сравнительная характеристика.
26	Программы поддержки принятия решений.
27	Использование электронной почты и списков рассылки в почтовой рекламе.
28	Средства рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы и пр.
29	Средства взаимодействие с клиентом web-сервера , работа в интерактивном режиме.

6.3.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрено

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Создайте гиперссылки в MS Word

Охарактеризуйте мультимедийные издания по заданной структуре

Задайте структуру электронного учебного издания по направлению «Реклама и связи с общественностью»

Создайте проект электронного учебного издания для направления «Реклама и связи с общественностью» в программе LCDS

Проанализируйте и представьте к обсуждению мультимедийные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная	+	Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в форме устного собеседования. Пользоваться справочными материалами не разрешается. Время на подготовку ответа – 30 минут.

Время на защиту курсового проекта - 20 минут.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Епанян В. В, Смородина О. В.	Компьютерная графика и анимация. Модуль: графика и 2D анимация	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2024194
Хохлов, П. В., Хохлова, В. Н.	Информационные технологии (анимация в 3ds Max)	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2023	https://www.iprbookshop.ru/138761.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Пахомова, Н. А.	Информационные технологии в менеджменте	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/70765.html
Лихтенштейн, В. Е., Росс, Г. В.	Информационные технологии в бизнесе. Том 2. Применение системы Decision в решении прикладных экономических задач	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/73872.html
Николаева А. С.	Проектная компьютерная графика и мультимедиа. Создание трехмерного логотипа и анимации текста	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018339
Парфенова, Е. В.	Информационные технологии	Москва: Издательский Дом МИСиС	2018	http://www.iprbookshop.ru/78565.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

ЭБС IPRbooks http://www.iprbookshop.ru

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

Corel DRAW Graphics Suite Edu Lic

CorelDraw Graphics Suite X7

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

Microsoft Windows Home Russian Open No Level Academic Legalization Get Genuine (GGK) + Microsoft Windows Professional (Pro – профессиональная) Russian Upgrade Open No Level Academic

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду