

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „ИНФОРМАТИКА“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: **“КОМПЮТЪРНИ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМАТА И МЕДИЙНИТЕ КОМУНИКАЦИИ”;**

ЗА СПЕЦ: **„Реклама и медийни комуникации“; ОКС „магистър“**

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: **5 за СС и СНУ, 6 за ДНДО; СЕМЕСТЪР: 10 за СС и СНУ, 11 за ДНДО;**

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: **240 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.**

КРЕДИТИ: **8**

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	165	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Снежана Сълова)

2.
(ас. Борис Банков)

Ръководител катедра:

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината запознава студентите с използването на съвременните компютърни технологии при създаване и работа с реклами, предназначени за различни медии. Лекционният материал и семинарните занятия имат за цел да формират следните знания и умения:

- за основните понятия, свързани с компютърната графика и мултимедията;
- за създаване на рекламни материали с помощта на софтуер за векторна и растерна графика;
- за използване на Интернет технологии при създаване и разпространение на рекламни послания.

Знанията, които получават студентите по дисциплината намират приложение във всички сфери на обществения живот – икономика, публична администрация, образование и др. Студентите ще могат да прилагат своите знания при:

- проектиране и създаването на рекламни материали (плакати, брошури, банери и др.), предназначени за различни медии;
- създаване на ефективни Интернет маркетингови инструменти за популяризиране, промотиране и рекламиране на продукти, услуги, бизнес организации.

Обучението по дисциплината “Компютърни технологии в рекламата и медийните комуникации” спомага за разширяване на знанията на студентите и формиране у тях умения за:

- за работа в екип и координиране на задачите по създаване на реклами с помощта на софтуерни средства;
- усъвършенстване и непрекъснато обучение;
- за вземане на решения в стандартни и относително неопределени ситуации.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
	Тема 1. Въведение в компютърните технологии за реклама и медийни комуникации	8	7	
1.1.	Компютърна графика и мултимедия.	2	1	
1.2.	Растерна и векторна графика.	2	2	
1.3.	Теория за цветовете. RGB, CMYK модели.	2	2	
1.4.	Видове шрифтове и тяхното използване.	2	2	
	Тема 2. Създаване на рекламни материали с помощта на софтуер за векторна графика (Adobe Illustrator)	7	8	
1.1.	Работа с програмния продукт за векторна графика Adobe Illustrator.	3	4	
1.2.	Разработване на фирмено лого с Adobe Illustrator.	4	4	
	Тема 3. Създаване на рекламни материали с помощта на софтуер за растерна графика Adobe Photoshop	12	7	
3.1.	Основни възможности за работа с програмния продукт за рас-	4	3	

	терна графика Adobe Photoshop.			
3.2.	Разработване на рекламен банер.	4	2	
3.3.	Разработване на рекламна брошура.	4	2	
Тема 4. Интернет технологии за реклама и медийни комуникации		18	8	
4.1.	Особености на рекламата в Интернет, насочване, избор на рекламоносител, ценови модели.	4	1	
4.2.	Рекламни формати в Интернет.	2	1	
4.3	Online медии – характерни особености. Анализ на различията между онлайн медиите, телевизията, радиото и печатните издания.	2	1	
4.4.	Уеб сайтът като ефективен маркетингов инструмент. Дизайн на уеб сайт. Стратегии за привличане и задържане на посетители. Софтуерни платформи за създаване на уеб сайтове.	4	1	
4.5.	Социалните медии – платформи и инструменти.	2	2	
4.6.	Блоговете като средство за комуникации. Инструменти за създаване на блогове.	4	2	
Общо:		45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Практическо задание 1	1	40
1.2.	Практическо задание 2	1	40
Общо за семестриален контрол:		2	80
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	45
2.2.	Защита на курсова работа	1	40
Общо за сесиен контрол:		2	85
Общо за всички форми на контрол:		4	165

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Adobe Photoshop CS6. Официален курс на Adobe Systems, София:, Алекс Софт, 2013.
2. Adobe Illustrator CS6. Официален курс на Adobe Systems, София: Алекс Софт, 2013.
3. Илиев, П. и др. Електронен бизнес 1 част, Варна: изд. Наука и икономика, ИУ-Варна, 2012.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Малешков, С. и В. Георгиев, Компютърна графика и фотореалистична визуализация. София: изд. НБУ, 2014.
2. Русев, П. Властта на хората. Новият маркетинг. Варна: изд. eACADEMY publishing, 2011.

4. Славова, М. Дигитален маркетинг // Икономически и социални алтернативи, брой 3, 2016, <http://www.unwe.bg/alternativi/bg/journalissues/article/9601>, (29.11.2016).
5. Томс, Ж. Интернет рекламата. Мисията – възможна. София: изд. Сиела, 2012.
6. Blogger. // <http://www.blogger.com/>, (29.11.2015).
7. Google Apps for Work – Email, Collaboration Tools And More. // <http://www.google.com/apps>, (29.11.2016).
8. Sites - Google Apps for Work. // <https://apps.google.com/products/sites/>, (29.11.2016).
9. Weebly Website Builder: Create a Free Website, Store or Blog. // <http://www.weebly.com>, (29.11.2016).
10. WIX.com: Free Website Builder | Create a Free Website. // <http://www.wix.com>, (29.11.2016).