

**Аннотация рабочей программы дисциплины программы профессиональной переподготовки
«Медиаменеджмент»**

1. Наименование дисциплины: «Мастерская фото-видеомонтажа»;

2. Автор-составитель: старший преподаватель НИУ «ВШЭ» Ю.А. Бурцев;

3. Форма обучения: Очная форма обучения;

4. Цель освоения дисциплины Формирование практических навыков применения компьютерной графики, создания рекламных и имиджевых макетов;

5. Основные темы дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Введение в понятие «медиатехнологии»	Введение в понятие «медиатехнологии». Основы дизайна. Использование различных видов и жанров графики в печатной и экранной рекламе. Информационный потенциал рекламного продукта: информационные ресурсы, инструментарий разработки, структура конечного рекламного продукта и услуг.
Тема 2	Основы компьютерной графики	Знакомство с видами компьютерной графики. Виды графики. Классификация форматов графических файлов и их характеристики. Сжатие графических данных с потерями и без потерь. Алгоритмы RLE, LZW, Хаффмана, CCITT. Язык описания страниц PostScript, форматы EPS, TIFF, GIF, BMP, JPEG, AI, CDR, EPS, PDF, RAW и др. Понятие рекламного документа, создание и использование шаблонов документов в различных графических приложениях. Классификация программных средств компьютерной графики: редакторы растровой и векторной графики
Тема 3	Создание рекламных и имиджевых макетов	Разработка и создание рекламных макетов с помощью графических редакторов (Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Adobe Illustrator)
Тема 4	Анимация	Тонкости графических изображений для применения в сети интернет. Создание анимированного баннера для размещения на интернет-ресурсах.

6. Форма текущего контроля успеваемости: Устный опрос;

Формой промежуточной аттестации является Зачет с оценкой в виде устного ответа на вопросы и письменной работы-эссе.

7. Дисциплина формирует следующие компетенции:

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПСК-7	Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знания: З1 – понятия визуальной коммуникации в рекламных кампаниях и степень ее влияния на потребителя; основных технологий коммуникативного воздействия на большие аудитории людей
		Умения: У1 – использовать способы и методы визуальных и цифровых коммуникаций
		Практический опыт: П1 – разработка рекламной стратегии, связанной с дальнейшим развитием предпринимательской или коммерческой деятельности

8. Основная литература:

1. Организационное и правовое обеспечение информационной безопасности: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. А. Полякова, А. А. Стрельцов, С. Г. Чубукова, В. А. Ниесов; под редакцией Т. А. Поляковой, А. А. Стрельцова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 325 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03600-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432966>

2. Граничин, О. Н. Информационные технологии в управлении: учебное пособие / О. Н. Граничин, В. И. Кияев. — 3-е изд. — Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 400 с. — ISBN 978-5-4497-0319-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/89437.html>