

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

Приета от ФС: протокол №12/29.04.2024 г.

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС: протокол №10/15.04.2024 г.

Декан:

(доц. д-р Добрин Добрев)

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“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СС и СНУ, 6 за ДНДО и СПН

СЕМЕСТЪР: 10 за СС и СНУ, 12 за ДНДО и СПН

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 15 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАБОТЕН ЕЗИК: български

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	15
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	6
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	9
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	225

Изготвили програмата:

-
(проф. д-р Снежана Сълова)
-
(гл. ас. д-р Радка Начева)
-
(гл. ас. д-р Борис Банков)

Ръководител катедра:
„Маркетинг“ (доц. д-р Владимир Жечев)

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. Магистрите 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: 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.

В хода на обучение се прилагат и развиват следните ключови компетентности, съгласно препоръката на Съвета на Европейския съюз от 22 май 2018 г, а именно:

- Математическа компетентност и компетентност в областта на точните науки, технологиите и инженерството – група 3. Способност за математическо мислене, разсъждение и създаване на модели за рекламни материали с добра организация и атрактивен дизайн.
- Цифрова компетентност – група 4. Способност за ползване и създаване на цифрово рекламно съдържание. Получените задълбочени знания за технологиите позволяват на студентите умело, критично и свободно да създават качествени рекламни послания.
- Личностна компетентност – група 5. Способност за справяне в сложни ситуации и несигурна среда. Компютърните технологии са една изключително динамична сфера, която предполага придобиване на умения за непрекъснато учене. Освен това за да се създаде подходящ дизайн е необходимо събиране на множество и различни мнения, водене на конструктивни диалози, способност за ефективно управление на времето и информацията.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
1.	Тема 1. Въведение в компютърните технологии за реклама и медийни комуникации
1.1.	Компютърна графика и мултимедия
1.2.	Теория за цветовете. RGB, CMYK модели
1.3.	Видове шрифтове и тяхното използване
2.	Тема 2. Създаване на рекламни материали с помощта на софтуер за векторна графика
2.1.	Програмни продукти за векторна графика
2.2.	Разработване на фирмено лого
3.	Тема 3. Създаване на рекламни материали с помощта на софтуер за растерна графика
3.1.	Програмни продукти за растерна графика

3.2.	Разработване на печатни рекламни материали
4.	Тема 4. Интернет технологии за реклама и медийни комуникации
4.1.	Особености на рекламата в Интернет. Online медии – характерни особености
4.2.	Рекламни формати в Интернет
4.3.	Изграждане на цялостно представяне на бизнеса онлайн. Уеб базиран инструментариум
4.4.	Създаване на бизнес визитки с уеб базирани инструменти
4.5.	Социалните медии – платформи и инструменти
4.6.	Системи за реклама и комуникации с изкуствен интелект

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ¹

В рамките на обучението по дисциплината се работи със следните учебни ресурси:

- мултимедийни презентации, съдържащи основната рамка на учебните теми по дисциплината. Презентациите са допълнени с богато описателно съдържание, което помага на студентите да усвоят напълно поставените цели по учебната дисциплина;
- файлове със съдържание и формати за допълване на основните рамки на тематиката;
- хипервръзки към онлайн ресурси – основната цел на хипервръзките е обогатяване на курса с допълнителни примери с цел по-лесното възприемане на материята в хода на самостоятелната подготовка;
- авторски видеа по част от учебното съдържание в съответната тема – целта на видеата е да се предостави „живо“ обяснение на критични части от съдържанието на учебната единица.

Учебните дейности, на които се залага за постигане на учебните цели по дисциплината потребителско поведение:

- видеолекции;
- форум;
- разписание;
- избор на отговор по отделни въпроси по учебните единици;
- обратна връзка.

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

Но. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ²	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Практическо задание	2	80
1.2.	Курсов проект	1	60
	Общо за семестриалното оценяване:	3	140
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	85
	Общо за сесийното оценяване:	1	85
	Общо за всички форми на контрол:	4	225

¹ Методите за подготовка и провеждане на обучение се представят в съответствие с утвърдената Инструкция за разработване на учебна програма за дисциплина в дистанционна форма на обучение на Икономически университет – Варна.

² При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл.21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Компютърни технологии в рекламата и медийните комуникации“, качени в платформата за електронно обучение на ИУ – Варна.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Academy, D. (2018) Да направим собствен блог с WordPress, София: Асеновци.
2. Сълова, С. и др. (2018) Интернет технологии, Варна: Изд. „Наука и икономика“, ИУ – Варна.
3. Чавез, К., Фокнър, А. (2022) Adobe Photoshop 2022 – Официален курс на Adobe. Алекс Софт.
4. Вълканова, В. (2019) Медии и уеб дизайн – Култура и функционалност на онлайн комуникацията. УИ „Св. Климент Охридски“.
5. Мюлер-Ротерберг, К. (2020) Дизайнерско мислене For Dummies. АлексСофт.
6. Kumar, N. (2023) Design Your Own Website With WordPress 2023: The ultimate, step-by-step, beginner's guide to a full-featured WordPress website for small business, coaches, authors & bloggers. Narayan Kumar.
7. Maxwell, J. (2023) Adobe Illustrator 2023 Handbook Ultimate Seniors and Beginners Manual: A Complete User Guide to Creating Stunning Vector Graphics, Images, Illustrations and Beautiful Digital Artworks. Independently published.