

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ
И ИСКУССТВ

ИНСТИТУТ МАСС МЕДИА
Кафедра рекламы

Мультимедийные технологии в рекламе

Учебная программа

Москва 2010

Утверждено на заседании кафедры рекламы 18 октября 2010 г.,
протокол № 3

**Мультимедийные технологии в рекламе: Учебная программа / Сост.
Л. И. Алешин. – М.: МГУКИ, 2010. – 9 с.**

Составитель: Алешин Л. И.
к. п. н., доцент

Оглавление

Введение	3
Тематический план	4
Содержание курса	5
Темы семинаров	7
Практические занятия	87
Вопросы к зачету	8
Рекомендуемая литература	9

Введение

Учебная программа по дисциплине «Мультимедийные технологии в рекламе» разработана в соответствии с действующим Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования в области культуры и искусства.

Программа ставит своей целью подготовку специалистов в области создания электронных презентационных материалов.

Программа предусматривает решение следующих задач:

- вовлечение студентов в творческую деятельность по организации материалов для электронных мультимедийных рекламных материалов;
- формирование у студентов знаний в области создания и презентации мультимедийных электронных рекламных материалов;
- развитие у студентов навыков создания мультимедийных электронных рекламных материалов в виде статических и динамических презентаций с использованием распространенного программного обеспечения.

Дисциплина включает аудиторные лекционные и семинарские занятия, а также самостоятельную работу студентов.

Требования к уровню освоения содержания курса.

В результате изучения курса студенты должны иметь представления:

- о методах изображения электронных мультимедийных рекламных материалов;
- о возможных способах создания электронных мультимедийных рекламных материалов с помощью компьютерных программно-технических средств;
- об эффективных приемах презентации электронных мультимедийных рекламных материалов

знать:

- средства выразительности рекламны, используемые в мультимедийных технологиях;
- различные виды программно-технических средств, позволяющих создавать электронные мультимедийные рекламные материалы;
- способы и методы формирования и презентации электронных мультимедийных рекламных материалов

уметь:

- формировать структуру (сценарий) электронной мультимедийной рекламной презентации;
- использовать соответствующие программно-технические средства для создания электронных мультимедийных рекламных материалов;
- представлять свою презентацию.

Тематический план

№ п/п	Наименование тем и разделов курса	Всего часов	Аудиторные		Самостоятельная работа
			Лекции	Практич.	
	Тема 1. Мультимедиа и реклама. Основные понятия		1		4
	Тема 2. Программно-технические средства мультимедиа		2	2	4
	Тема 3. Мультимедийные технологии обработки и представления информации		2	6	6
	Тема 4. Создание мультимедийных рекламных продуктов			12	8
	Тема 5. Мультимедиа реклама в Интернете			4	4
	6. Правовые, этические и иные аспекты мультимедийной рекламы		1	4	4
	ИТОГО:	34	6	28	

Форма итогового контроля

Зачет

Содержание курса

Тема 1. Мультимедиа и реклама. Основные понятия

Рекламные возможности использования мультимедиа. Эффективность рекламы.

Мультимедиа как средство привлечение клиентов и пользователей различных продуктов и услуг с целью повышения продаж продуктов, оказания различных видов услуг и т. п. Области применения мультимедиа.

Литература: Филинова, О. Е. Информационные технологии в рекламе. Учебное пособие.– М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2006.– 240 с.

Тема 2. Программно-технические средства мультимедиа

Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в рекламной деятельности. Роль современных информационных технологий в рекламе. Информация в рекламе. Понятие, виды и функции информации в рекламе.

Программное обеспечение для мультимедийной рекламы.

Техническое обеспечение мультимедийной рекламы. Системы мультимедиа (звуковые и визуальные карты-бластеры, TV-тюнеры и др.). Накопители и форматы мультимедийных данных.

Литература: Филинова, О. Е. Информационные технологии в рекламе. Учебное пособие.– М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2006.– 240 с.

Тема 3. Мультимедийные технологии обработки и представления информации

Использование выразительных средств звука и изображения. Компьютерная обработка аудио- (звук, речь, музыка) и видеоданных, анимация, мультипликация.

Акустические характеристики звука. Речь, шумы, музыка как основные элементы образного языка мультимедиа-программы.

Представление аудиосигнала в цифровой форме, дискретизация и квантование звукового сигнала, цифровая обработка звуковых сигналов, системы сжатия цифровых аудиосигналов. Запись речи, музыки и шумов, звуковой монтаж фонограммы, сведение звуковых компонентов.

Представление видеосигнала в цифровой форме, дискретизация и квантование видеосигнала, кодирование, аналогово-цифровые и цифро-аналоговые преобразователи. Цифровые формы видеозаписи. Этапы и технология создания видеоизображения в мультимедиа-программах.

Способы сочетания звука и изображения. Цифровая обработка аудио- и видеосигналов: преимущества и недостатки обработки аудио- и видеосигналов в форме. Электронный компьютерный монтаж и редактирование фонограмм и видеоизображений.

Литература:

1. Алешин, Л. И. Информационные технологии. Учебное пособие–М.: Маркет ДС, 2008.–424 с.– (Серия «Современная библиотека») [183-210].
2. Филинова, О. Е. Информационные технологии в рекламе. Учебное пособие.– М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2006.– 240 с.

Тема 4. Создание мультимедийных рекламных продуктов

Стандартные средства мультимедиа. Средства создания рекламных роликов. Формирование мультимедиа-презентаций с помощью программ: PowerPoint и Movie Maker.

Литература: Алешин, Л. И. Создание презентационных материалов библиотек с помощью «Power Point». Метод. рекомендации.–М.: МГУКИ, 1999. – 38 с.

Тема 5. Мультимедиа реклама в Интернете

Особенности телевизионной и Интернет рекламы.

Сервисы и виды коллективного общения в Интернете (электронная почта, форум, чат, телемост, аудио- и телеконференции и видеоконференции и др.). Интернет реклама в списках рассылки и телеконференциях.

WWW как гипертекстовая и мультимедийная среда представления и распространения рекламы. Видеоконференцсвязь.

Разработчики, издатели, собственники, распространители и провайдеры, модераторы и пользователи мультимедийной рекламы в Интернете.

Сетевые рекламные агентства. Реклама в электронной коммерции. Платежные системы. Интернет торговля, банкинг и т. п. Рекламные носители в Интернет. Баннерная реклама и баннерные сети. Таргетинг рекламы в Интернете. Web-сайт компании.

Интернет телефония. Интернет-услуги: назначение и использование в рекламной деятельности.

Основные аспекты разработки вирусной кампании. Варианты Интернет-магазинов.

Литература:

1. Филинова, О. Е. Информационные технологии в рекламе. Учебное пособие.– М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2006.– 240 с.
2. Бокарев, Т. Энциклопедия Интернет-рекламы (<http://www.bseu.by/market/book.htm> или <http://www.ods.com.ua/win/rus/web-tech/promobook/>).

6. Правовые, этические и иные аспекты мультимедийной рекламы

Законодательство в области мультимедиа и рекламы. Открытость информации и пиратство. Авторское право, в том числе в Интернете. Способы защиты информации, в том числе размещаемой в Интернете.

Литература:

1. Проблемы и особенности правовой охраны Мультимедиа (http://www.npa-patent.ru/articles/legal_protection/).
2. Законодательство о рекламе (<http://www.md-promotion.ru/articles/html/article32652.html>).
3. Наумов, В. Б. Право и Интернет: Очерки теории и практики / Под науч. ред. В. Б. Исакова.– М.: Кн. дом «Университет», 2002.– 432 с. [113-154, 199-221]

Темы семинаров

1. Мультимедийные технологии и ресурсы в рекламе, виды презентаций.

Вопросы:

- а) основные виды мультимедийных презентаций и способы их организации;
- б) возможности использования мультимедийных презентаций в рекламе и средства их создания;
- в) основные виды оборудования записи и воспроизведения звука и видеоизображений;
- г) основные устройства (носителей) хранения мультимедийной информации.

2. Обсуждение вариантов создания мультимедийных презентаций.

Вопросы:

- а) создание праздничных открыток и анимационных презентаций, самостоятельно сделанных студентами;
- б) варианты внедрения звука и видефрагментов в презентацию;
- в) статическая и динамическая проекция, используемое в них проекционное оборудование.

3. Рассмотрение вариантов мультимедийных презентаций рекламного характера, созданных студентами.

Вопросы:

- а) способы презентации рекламных мультимедийных продуктов;
- б) использование различных программно-технических средств презентации;
- в) демонстрация и сопровождение студентами своих рекламных мультимедийных презентаций.

Практические занятия

№ 1. Поиск информации в Интернете. Найти одну разновидность рекламы, не обязательно интернет-рекламы, и описать ее: характеристика (что изъят себя представляет, на какую аудиторию рассчитана, как создается и кем, какие средства создания и продвижения используются и др.), достоинства и недостатки, основные выводы, скрин-шот(ы), выводы. Общий объем: 5÷7 листов формата А4.

№ 2. Исследование рекламной аудитории. Выбор темы и материалов, для создания собственной презентации.

№ 3. Создание мультимедиа презентации рекламного характера.

Вопросы к зачету

1. Дайте определение терминам «Мультимедиа».
2. Исторические аспекты появления мультимедийных технологий.
3. Основные виды организации презентаций.
4. Сферы применения мультимедиа.
5. Основные виды мультимедийных презентаций. Вариант технологии и средства создания одного из них.
6. Приведите примеры эффективности рекламы.
7. Особенности создания и использования рекламы с помощью средств мультимедиа.
8. Программное обеспечение мультимедиа.
9. Техническое обеспечение мультимедиа.
10. Возможности использования мультимедийных технические средства как средств реализации всех органов чувств.
11. Устройства, относящиеся к техническим средствам обработки и воспроизведения звуковой и визуальной информации.
12. Статическая и динамическая проекция.
13. Основные типы накопителей информации.
14. Средства разработки мультимедийных продуктов.
15. Способы мультимедийной обработки и представления информации.
16. Технологии создания мультимедийных рекламных продуктов.
17. Мультимедиа в Интернете.
18. Формы представительства рекламы в Интернете.
19. Основные виды контекстной рекламы.
20. Сервисы Интернета (электронная почта, FTP, IRC и ICQ, чаты и форумы, аудио, теле и видеоконференции).
21. Использование мультимедиа для работы фирм с клиентами в Интернете (электронная почта, Интернет телефония, баннеры, статистика и т.п.).
22. Интернет коммерция (магазины, аукционы, банки...).
23. Правовые аспекты мультимедиа.

Рекомендуемая литература

Основная

1. Алешин, Л. И. Создание презентационных материалов библиотек с помощью «Power Point». Метод. рекомендации.–М.: МГУКИ, 1999. – 38 с.
2. Бокарев, Т. Энциклопедия Интернет-рекламы.– М.: ПРОМО-РУ, 2000.– 416 с.
3. Наумов, В. Б. Право и Интернет: Очерки теории и практики / Под науч. ред. В. Б. Исакова.– М.: Кн. дом «Университет», 2002.– 432 с.
4. Филинова, О. Е. Информационные технологии в рекламе. Учебное пособие.– М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2006.– 240 с.

Дополнительная

1. Авторское право в Интернете // Авторское право: Сборник методических материалов к междисциплинарному спецкурсу. Сост. С.И. Земскова / Под. ред. А. К.Симонова.– М.: СТЭНСИ, 2002.– С.61-76.
2. Алешин, Л. И. Информационные технологии.–М.: Литера, 2008.–424 с.– (Серия «Современная библиотека»).
3. Алешин, Л. И. Телекоммуникационные технологии для библиотек.– М.: Литера, 2009.–352 с.– (Серия «Современная библиотека»).
4. Информатика и компьютерные технологии: Основные термины: Толковый Словарь.–3-е изд. испр. и доп./ А. Я. Фридланд, Л. С. Ханамирова, И. А. Фридланд.–М.: Астрель: АСТ, 2003.–272 с.
5. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе.–М: Юнити-Дана, 2009. – 240 с. –Азбука рекламы.
6. Петровский, С. В. Интернет-услуги в правовом поле России.– М.: Агентство «Издательский сервис», 2003.– 272 с.
7. Покатаева, Е. Компьютерная телефония. Голос звучит всё увереннее// РС WEEK/RE.– 19 мая 1999 г.–№19.–С. 32–36.
8. Хохлов, Д. В. Законодательство о рекламе сегодня.– СПб.: Нева, М.: Олма-пресс, 2002.– 319 с.

Ресурсы Интернета:

1. Азбука рекламы - <http://www.ozon.ru/context/detail/id/4544805/>.
2. Бинтернет: все о бизнесе в интернете: www.binternet.ru.
3. Все о рекламе, маркетинге и PR: www.advertology.ru.
4. Как привлечь внимание в рекламе: imhonet.ru/person/57211/role/152/related/.
5. Каталог статей Art.TheLib.ru: art.thelib.ru/internet/game/nastraivaem_targeting.html.
6. Компания **B2B Multimedia**. Создание мультимедийных презентаций: www.multimedia-b2b.ru.
7. Мерчендайзинг: мерчендайзинг магазинов, услуги мерчендайзинга, мерчендайзер в Москве: marketingmedia.ru/glossariy/targeting.aspx.

8. Московский международный фестиваль рекламы и маркетинга: 2007.festival.ru/personal/works/list/?page=147.

9. Мультимедиа презентация и фильмы для выставок – новое слово в рекламе: www.3dviz.ru/multimedia-i-filmi-dlja-vistavok.htm.

10. Популярные поисковые системы для контекстной рекламы: www.webkurs.ru/read_32.html.

11. Рекламные медиа – Мультимедиа в рекламе: www.icie-media.ru/page-multi.html.

12. Российский деловой портал информационной поддержки предпринимательства: создание информационных массивов, электронное ведение бизнеса и др. Сайт компании «Альянс Медиа»: www.allmedia.ru.

13. Wap-реклама...: www.promo.ru/wap_advertising.