

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
Политехнический институт
Кафедра дизайна



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИПТ

С.Б. Сапожков

«22» 12 2020г.

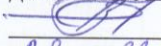
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины (модуля)

Дизайн и рекламные технологии

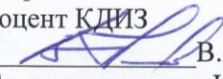
по направлению подготовки
54.03.01 Дизайн
направленности (профилю)
Графический дизайн

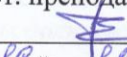
СОГЛАСОВАНО

Начальник отдела обеспечения
деятельности ИПТ

 О.В. Ушакова
«22» 12 2020г.

Разработал
доцент КДИЗ

 В.А. Попов
Ст. преподаватель КДИЗ

 В.Е. Токарев
«18» 12 2020г.

Принято на заседании кафедры

Протокол № 5 от «14» 12 2020г.

Заведующий кафедрой

 А.М. Гаврилов

«14» 12 2020г.

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины (модуля)

Цель освоения учебной дисциплины (модуля): приобретение знаний, умений и навыков, необходимые для успешной работы в рекламном бизнесе.

Задачи:

- а) формирование у студентов проектной культуры дизайнера-рекламиста;
 - б) ознакомление с современными рекламными технологиями;
- в) приобретение практических навыков применения рекламных технологий в дизайне.

2 Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина (модуль) относится к обязательной части учебного плана основной профессиональной образовательной программы направления подготовки 54.03.01 Дизайн и направленности (профилю) Графический дизайн (далее – ОПОП). В качестве входных требований выступают сформированные ранее компетенции обучающихся, приобретенные ими в рамках следующих дисциплин (модулей, практик): «Пропедевтика», «Технический рисунок», «Техника графики», «Цветоведение и колористика», «Шрифт», «Технологии полиграфии», «Дизайн-проектирование», «Компьютерные технологии в дизайне». Освоение учебной дисциплины (модуля) является компетентностным ресурсом для дальнейшего изучения следующих дисциплин (модулей, практик): «Производственная практика», а также для выполнения выпускной квалификационной работы.

3 Требования к результатам освоения учебной дисциплины (модуля)

Перечень компетенций, которые формируются в процессе освоения учебной дисциплины (модуля):

УК -1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ОПК – 4 Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметнопространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейноконструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики

Результаты освоения учебной дисциплины:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Результаты освоения учебной дисциплины (индикаторы достижения компетенций)</i>		
УК-1	Знать особенности систематизации информации, полученной из разных источников и методы ее критического анализа	Уметь выявлять системные связи и отношения между изучаемыми явлениями, процессами, практиками и определять противоречия, возникающие в данных связях и отношениях; применять системный подход в интеллектуальной деятельности	Владеть навыками анализа и синтеза научной информации; навыками логической аргументации выводов и суждений в решении профессиональных задач.

ОПК-4	Знать правила и принципы творческого решения дизайнерской задачи; общие требования к спецификации и выполнению дизайн-проектов, этапы проектирования, основы теории и методологии дизайн-проектирования, основы эргономики	Уметь выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид; обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению задач в различных областях графического дизайна; ориентироваться в структуре проектной деятельности, в методиках проектирования и прочих вопросах проектной культуры дизайна; создавать дизайнерские концепции на заданную тему с учетом требований к проекту; оценивать качество креативных разработок и выбирать оптимальные варианты для решения конкретной дизайнерской задачи; использовать художественные средства и методы в ходе дизайн-проектирования; находить нестандартные решения преобразования и гармонизации среды обитания человека средствами графического дизайна	Владеть аргументированной разработкой проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; методами изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта; навыками художественно-проектной деятельности (эскизной, моделирующей, презентационной), в том числе в процессе ее практического осуществления в условиях современного рынка
--------------	---	---	---

4 Структура и содержание учебной дисциплины (модуля)

4.1 Трудоемкость учебной дисциплины (модуля)

4.1.1 Трудоемкость учебной дисциплины (модуля) для очной формы обучения:

Части учебной дисциплины (модуля)	Всего	Распределение по семестрам 8 семестр
1. Трудоемкость учебной дисциплины (модуля) в зачетных единицах (ЗЕТ)	6	6
2. Контактная аудиторная работа в академических часах (АЧ)	70	70
3. Курсовая работа/курсовой проект (АЧ) <i>(при наличии)</i>	0	0
4. Внеаудиторная СРС в академических часах (АЧ)	110	110
5. Промежуточная аттестация (зачет; дифференцированный зачет; экзамен) (АЧ)	36	36

4.1.2 Трудоемкость учебной дисциплины (модуля) для заочной / очно-заочной формы обучения:

Части учебной дисциплины (модуля)	Всего	Распределение по семестрам
		6 семестр
1. Трудоемкость учебной дисциплины (модуля) в зачетных единицах (ЗЕТ)	6	5
2. Контактная аудиторная работа в академических часах (АЧ)	36	36
3. Курсовая работа/курсовой проект (АЧ) <i>(при наличии)</i>	0	0
4. Внеаудиторная СРС в академических часах (АЧ)	144	144
5. Промежуточная аттестация (зачет; дифференцированный зачет; экзамен) (АЧ)	36	36

4.2 Содержание учебной дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение. Основные сведения. Роль рекламы в современном обществе. Особенности рекламного рынка России. Современные тенденции в мировой рекламе. Общее понятие о рекламном дизайне.

Определение рекламы как способа передачи информации о товарах или услугах. Классификация видов рекламы по функциям (товарная, нетоварная, корпоративная), по целевой аудитории, по способу представления визуальной информации (статическая, анимационная), по способу передачи рекламной информации (печатная, телевизионная, реклама в интернете и др.).

Основы копирайта. Смысловая связь между текстом и визуальной информацией. Действие копирайта. Копирайт, как форма защиты интеллектуальной собственности.

Тема 2. Социальная реклама. Психологии в рекламе. Типология потребителей рекламы. Анализ целевых аудиторий. Гендер в рекламе. Главные характеристики товара (услуги), значимые для конкретной целевой группы потребителей. Структура целей рекламодателей. Роль бренда в современной рекламе. Взаимодействие рекламы с другими видами коммуникаций.

Психологии в рекламе. Мотивы рекламодателя и потребителя рекламы. Психологические воздействия цвета. Структура потребностей потребителя товаров или услуг. Анализ внутренних переживаний потребителя. Психологическая экспертиза рекламы. Обеспечение психологической безопасности. Принцип корректности рекламы.

Тема 3. Графический дизайн и его место в рекламе. Графический дизайн в рекламе. Разработка товарных знаков, фирменного стиля; использование креативных решений для дизайнерских задач путем композиционных вариаций (в т. ч. графическая композиция, рекламная композиция, цветоведение). Проектирование информации средствами дизайна. Иллюстрации в рекламе. Выбор рекламной иллюстрации для различных задач. Информационная дизайн-технология.

Тема 4. Печатная реклама. Виды печатной рекламы (газетно-журнальная, буклеты, проспекты, постеры, календари, упаковки и др.). Принципы дизайн-проектирования графической продукции. Типовые ошибки. Области эффективного применения.

Полиграфическая реализация печатной рекламы. Основы композиции текста и изображения. Преимущества и особенности рекламы в журналах. Принципы композиционного размещения. Подбор фотоизображений.

Тема 5. Наружная реклама. Реклама в городской среде. Щитовая реклама. Билборды. Растяжки. Короба. Реклама на транспорте. Световая реклама. Фотореклама.

Тема 6. Реклама для электронных масс-медиа. Телевизионная реклама. Виды телевизионной рекламы. Особенности дизайна телерекламы. Телевизионные рекламные ролики. Интернет-реклама, особенности и виды. Дизайн Web-сайта.

4.3 Трудоемкость разделов учебной дисциплины (модуля) и контактной работы

№2	Наименование разделов (тем) учебной дисциплины (модуля), УЭМ, наличие КП/КР	Контактная работа (в АЧ)					Внеауд. д. СРС (в АЧ)	Формы текущего контроля
		Аудиторная			В т.ч. СРС	Экз		
		ЛЕК	ПЗ	ЛР				
1	Тема 1. Введение. Основные сведения.	2	2	0	2		14	Практическая работа
2	Тема 2. Социальная реклама. Психологии в рекламе.	4	6	0	2		18	Практическая работа
3	Тема 3. Графический дизайн и его место в рекламе.	8	10	0	2		22	Практическая работа Самостоятельная работа
4	Тема 4. Печатная реклама.	4	8	0	2		18	Практическая работа
5	Тема 5. Реклама для электронных масс-медиа	4	8	0	2		18	Практическая работа
6	Тема 6 Наружная реклама.	6	8	0	2		20	Практическая работа Самостоятельная работа
	Промежуточная аттестация					36		экзамен
	ИТОГО	28	42	0	12	36	110	

4.4 Лабораторные работы и курсовые работы/курсовые проекты

4.4.1 Перечень тем лабораторных работ: Не предусмотрены учебным планом

4.4.2 Примерные темы курсовых работ/курсовых проектов: Не предусмотрены учебным планом

5 Методические рекомендации по организации освоения учебной дисциплины (модуля)

№	Темы лекционных занятий (форма проведения)	Трудоемкость в АЧ
1.	Тема 1. Введение. Основные сведения (обзорная лекция)	1
2.	Тема 2. Социальная реклама. Психологии в рекламе (информационная лекция)	2
3.	Тема 3. Графический дизайн и его место в рекламе (информационная лекция)	2
4.	Тема 4. Печатная реклама (информационная лекция)	2
5.	Тема 5. Реклама для электронных масс-медиа (информационная лекция)	4
6.	Тема 6 Наружная реклама (информационная лекция)	5
	ИТОГО	28

№	Темы практических занятий (форма проведения)	Трудоемкость в АЧ
1.	Изучение классификации видов рекламы с выделением параметров классификации (<i>практическая работа</i>)	2
2.	Смысловая связь между текстом и визуальной информацией (<i>практическая работа</i>)	2
3.	Изучение роли бренда в современной рекламе (<i>практическая работа</i>)	2
4.	Разработка социальной рекламы (рекламы здорового образа жизни). (<i>практическая работа</i>)	2
5.	Психологическая экспертиза рекламы (<i>практическая работа</i>)	2
6.	Разработка товарного знака (<i>практическая работа</i>)	2
7.	Разработка фирменного стиля (<i>практическая работа</i>)	2
8.	Разработка рекламного объявления для газеты и журнала (реклама товаров и услуг для фирмы, имеющей товарный знак) (<i>практическая работа</i>)	6
9.	Разработка рекламного буклета (<i>практическая работа</i>)	4
10.	Разработка рекламного календаря (<i>практическая работа</i>)	2
11.	Разработка обработки (концепции) телевизионной рекламной заставки (<i>практическая работа</i>)	2
12.	Разработка концептуальных решений рекламы на сайте (портале) (<i>практическая работа</i>)	2
13.	Разработка наружной рекламы. Выбор рекламного носителя (<i>практическая работа</i>)	6
14.	Разработка рекламы на транспорте (на автомобиле, на железнодорожном транспорте, на парусах). (<i>практическая работа</i>)	6
	ИТОГО	42

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа студентов направленная на углубление и закрепление знаний студента, на развитие практических умений, включает в себя домашнюю проработку лекционного материала, изучение дополнительной литературы, подготовку к экзамену.

Самостоятельная работа содержит текстовую (реферативную) и визуальную (изобразительную) части.

Варианты заданий, выполняемых в текстовом виде (СРС-1):

- 1) Композиция рекламного печатного объявления.
- 2) Требования к рекламной иллюстрации.
- 3) Психологические закономерности восприятия рекламного текста.
- 4) Восприятие цвета в рекламе.
- 5) Широкоформатная печать в рекламе (технологии, примеры, возможности).
- 6) Световые короба в наружной рекламе.
- 7) Баннерные сети и использование баннерной рекламы в Интернете.
- 8) Контекстная реклама.
- 9) Самоклеющиеся пленки в наружной рекламе. Виды пленок. Плоттерная резка.
- 10) Шелкография (трафаретная печать) в наружной рекламе.
- 11) Брандмауэры. Силовые конструкции для брандмауэров. Особенности дизайна брандмауэров.
- 12) Щитовая реклама (на щитах 6х3). Требования удобочитаемости шрифта. Восприятие цветовых решений (фон букв и фон щита). Самые неудачные цветовые сочетания.
- 13) Полноцветная печать в рекламных целях.
- 14) Формирование у потребителя эффективного рекламного образа: структура, факторы, брендинг.
- 15) Виды телевизионной рекламы. Некоторые приемы телевизионной рекламы.

16) Реклама по электронной почте.

17) Рекламные ролики.

Варианты заданий выполняемые в визуальном виде (СРС-2).

1) Разработка печатной (газетно-журнальной рекламы какого-либо продукта (услуги));

2) Разработка наружной рекламы и рекламоноситель для какого-либо товара (или услуги);

3) Разработка рекламы на транспорте какого-либо товара (услуги);

4) Разработка рекламной упаковки для какого-либо товара;

5) Разработка Интернет-рекламы какого-либо товара (услуги).

Работа представляется на планшетах формата А1 (не менее 2-х) и в электронном виде (CD-диск, DVD-диск, флеш-носитель) и демонстрируется во время приема через компьютерный проектор.

6 Фонд оценочных средств учебной дисциплины (модуля)

Фонд оценочных средств представлен в Приложении А.

7 Условия освоения учебной дисциплины (модуля)

7.1 Учебно-методическое обеспечение

Учебно-методического обеспечение учебной дисциплины (модуля) представлено в Приложении Б.

7.2 Материально-техническое обеспечение

<i>№</i>	<i>Требование к материально-техническому обеспечению</i>	<i>Наличие материально-технического оборудования и программного обеспечения</i>
1.	Наличие специальной аудитории	Учебная аудитория
2.	Мультимедийное оборудование	Ноутбук Samsung NP550P7C-S02 i7 3610QM/4Gb/BR-Combo/GT650M 2 Gb/17.3". Мультимедиа-проектор (DLP Projector Mitsubishi XD460U). Экран настенный рулонный (IPROJECTA 2 м.)
3.	Программное обеспечение	

:

.

Приложение А
(обязательное)

Фонд оценочных средств
учебной дисциплины (модуля) Дизайн и рекламные технологии

1 Структура фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств состоит из двух частей:

а) открытая часть - общая информация об оценочных средствах (название оценочных средств, проверяемые компетенции, баллы, количество вариантов заданий, методические рекомендации для применения оценочных средств и пр.), которая представлена в данном документе, а также те вопросы и задания, которые могут быть доступны для обучающегося;

б) закрытая часть - фонд вопросов и заданий, которая не может быть заранее доступна для обучающихся (экзаменационные билеты, вопросы к контрольной работе и пр.) и которая хранится на кафедре.

2 Перечень оценочных средств текущего контроля и форм промежуточной аттестации

№	Оценочные средства для текущего контроля	Разделы (темы) учебной дисциплины	Баллы	Проверяемые компетенции
1.	Домашнее задание	Тема №1 Практическая работа 1,2 Тема №2 Практическая работа 3 Практическая работа 4,5 Тема №3 Практическая работа 6,7 Тема №4 Практическая работа 8,9 Практическая работа 10 Тема №5 Практическая работа 11,12 Тема №6 Практическая работа 10х2	14х2 10х1 11х2 14х2 14х2 15х1 14х2 10х2	
2.	Самостоятельная работа (доклад)	Тема №3 Тема №6	37 34	
Промежуточная аттестация				
	Экзамен		50	
	ИТОГО		300	

3 Рекомендации к использованию оценочных средств

1) Практическая работа

Критерии оценки	Количество вариантов
практическое задание выполнено в срок в полном объеме	По кол-ву студентов
продемонстрированы практические навыки применения рекламных технологий в дизайне	
видна оригинальность и креативность решений	
самостоятельность выполнения сомнений не вызывает	

2) Самостоятельная работа

Критерии оценки	Количество вариантов заданий
домашнее задание выполнено в срок в полном объеме	По кол-ву студентов
студент при защите задания демонстрирует глубокие знания и понимание предмета	
использованы оригинальные идеи, чувствуется эрудиция	
реферат оформлен в соответствии с требованиями	

3) Экзамен

<i>Критерии оценки</i>	<i>Кол-во вариантов заданий</i>	<i>Кол-во вопросов</i>
студент правильно и развернуто ответил на оба вопроса	По кол-ву студентов	2
привел убедительные примеры, правильно использует терминологию		
логически скомпоновал письменный ответ		
на дополнительные вопросы экзаменатора отвечал уверенно и правильно		

Пример экзаменационного билета:

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого

Кафедра _____

Экзаменационный билет № _____

Учебная дисциплина (модуль) _____

Для направления подготовки (специальности) _____

1 _____

2 _____

3 _____

Принято на заседании кафедры « ____ » _____ 20__ г. Протокол № _____

Заведующий кафедрой _____ (ФИО)

Все материалы для проведения промежуточного контроля хранятся на кафедре.

Приложение Б
(обязательное)

Карта учебно-методического обеспечения
Учебной дисциплины (модуля) Дизайн и рекламные технологии

Таблица Б.1 - Основная литература

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Печатные источники		
Анашкина Н. А. Рекламный образ : учебное пособие для вузов / Н. А. Анашкина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 172, [2] с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01914-7	9	
Васильева Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей: практ. пособие / Е. А. Васильева. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2010. - 152, [4] с. - ISBN 978-5-394-00375-2	5	
Васильева Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей : практ. пособие / Е. А. Васильева. - 2-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013. - 152, [4] с. - Библиогр.: с. 154-155. - ISBN 978-5-394-01548-9	2	
Снопков А. Е. Реклама в плакате. Русский торгово-промышленный плакат за 100 лет = Advertising art in Russia / Александр Снопков, Павел Снопков, Александр Шклярчук. - Москва : Контакт-Культура, 2007. - 247, [1] с. : ил. - Указ.: с. 244-247. - Парал. текст на рус. и англ. яз. - Авт. на обл. не указаны. - ISBN 978-5-903406-01-2	1	
Шарков Ф. И. Реклама в коммуникационном процессе: учебник для вузов/ Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2008. - 346, [2] с. - ISBN 978-5-91131-393-7	1	
Электронные ресурсы		
Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под редакцией Л. М. Дмитриева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/74886.html (дата обращения: 15.09.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей		IPR BOOKS
Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под редакцией Л. М. Дмитриева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/52069.html (дата обращения: 26.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей		IPR BOOKS

Таблица Б.2 - Дополнительная литература

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Печатные источники		
Катернюк А. В. Рекламные технологии. Коммерческая реклама. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. - 315, [1] с. : ил. - ISBN 5-222-01525-4	3	
Волкова В. В. Дизайн рекламы : учебное пособие. — Москва ; Ростов-на-Дону : Книжный дом "Университет":Феникс, 1999. - 142с. - ISBN 5-8013-034-1	2	
Курушин В. Д. Дизайн и реклама. - Москва : ДМК, 2006. - 270 с. : ил. - (Самоучитель). - ISBN 5-94074-299-8	1	

Новгородский государственный
университет им. Ярослава Мудрого
Научная библиотека
Сектор учета

Электронные ресурсы		
Семиотика в рекламе: учебно-методическое пособие/ Авт.-сост. Е.А.Бурчикова, С.Н.Кузьменко; НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2006. – 66с. Текст : электронный // База данных электронной библиотечной системы вуза «Электронный читальный зал-БиблиоТех». — URL: https://novsu.bibliotech.ru/Catalog/Index (дата обращения: 07.12.2020).	5	Библио Тех
Дизайн и рекламные технологии: учебно-метод. пособие/ сост. А.М.Пряхина, Ю.А.Моисеева; НовГУ им. Ярослава Мудрого. – В.Новгород, 2008. – 94с. Текст : электронный // База данных электронной библиотечной системы вуза «Электронный читальный зал-БиблиоТех». — URL: https://novsu.bibliotech.ru/Reader/BookPreview/-890 (дата обращения: 07.12.2020).	1	Библио Тех
Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — Саратов : Профобразование, 2017. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/63814.html (дата обращения: 12.10.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей		IPR BOOKS
Воробьева, Т. А. Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью : учебно-методическое пособие / Т. А. Воробьева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 88 с. — ISBN 978-5-7782-1882-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL:		IPR BOOKS

Таблица Б.3 – Информационное обеспечение модуля

Наименование ресурса	Договор	Срок договора
Профессиональные базы данных		
База данных электронной библиотечной системы вуза «Электронный читальный зал-БиблиоТех» https://www.novsu.ru/dept/1114/bibliotech/	Договор № БТ-46/11 от 17.12.2014	бессрочный
Электронный каталог научной библиотеки http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/	База собственной генерации	бессрочный
База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» https://www.biblio-online.ru	Договор №63/юс от 20.03.2018	бессрочный
Коллекция: Легендарные книги		
Национальная электронная библиотека (НЭБ) https://rusneb.ru/	Договор № 101/НЭБ/2338 от 01.09.2017	31.08.2022
База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/	в открытом доступе	-
База данных электронно-библиотечной системы «Национальная электронная библиотека» https://нэб.рф	в открытом доступе	-
Информационные справочные системы		
Университетская информационная система «РОССИЯ» https://uisrussia.msu.ru	в открытом доступе	-
Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» https://openedu.ru	в открытом доступе	-
Портал открытых данных Российской Федерации https://data.gov.ru	в открытом доступе	-

**версия сайта для слабовидящих, удовлетворяющая требованиям ГОСТ 52872-2012 «Интернет ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению».

Зав. кафедрой А.М. Гаврилов

«07» декабря 2020 г.



Приложение В

Лист актуализации рабочей программы учебной дисциплины (модуля) Дизайн и рекламные технологии

Рабочая программа актуализирована на 2021/2022 учебный год.

Протокол № 14 заседания кафедры от «28» июня 2021 г.

Разработчик: доцент Попов В.А. 

Ст.препод. Токарев В.Е. 

Зав. кафедрой Гаврилов А.М. 

Перечень изменений, внесенных в рабочую программу:

Номер изменения	№ и дата протокола заседания кафедры	Содержание изменений	Зав. кафедрой	Подпись
1	Протокол № 14 заседания кафедры от 28.06.2021 г.	Актуализация п. 7.2;	Гаврилов А.М.	

Содержание изменений:

1.

Актуализировать п. 7.2 Материально-техническое обеспечение

№	Требование к материально-техническому обеспечению согласно ФГОС ВО	Наличие материально-технического оборудования
1.	Учебные аудитории для проведения учебных занятий	аудитория для проведения лекционных и/или практических занятий: учебная мебель (столы, стулья, доска) компьютерный класс с выходом в Интернет, в том числе для проведения практических занятий помещения для самостоятельной работы (наличие компьютера, выход в Интернет)
2.	Мультимедийное оборудование	проектор, компьютер, экран
3.	Программное обеспечение	

Наименование программного продукта	Обоснование для использования (лицензия, договор, счёт, акт или иное)	Дата выдачи
Zbrush Academic Volume License	Договор №209/ЕП(У)20-ВБ	30.11.2020
Academic VMware Workstation 16 Pro for Linux and Windows, ESD	Договор №211/ЕП(У)20-ВБ, 25140763	03.11.2020
Антиплагиат. Вуз.*	Договор №3341/12/ЕП(У)21-ВБ	29.01.2021
Подписка Microsoft Office 365	свободно распространяемое для вузов	-
Adobe Acrobat	свободно распространяемое	-
Teams	свободно распространяемое	-
Skype	свободно распространяемое	-
Zoom	свободно распространяемое	-

* отечественное производство