

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет архитектуры и дизайна

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор



Иванов А.Г.

2016г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1. В.ДВ.08.01 «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Направление подготовки 54.03.01 – Дизайн

Профиль «Графический и коммуникативный дизайн»

Программа подготовки академическая

Форма обучения очная

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Краснодар 2016

Рабочая программа дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденным приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 №1004

Программу составила
доцент кафедры дизайна, технической и
компьютерной графики ФАД КубГУ,



Т.Е.Пучкова

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры дизайна, технической и компьютерной графики 11. мая 2016 протокол № 9

Заведующая кафедрой
дизайна, технической и компьютерной графики
ФАД КубГУ, доктор педагогических наук, профессор



М.Н. Марченко

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета ФАД КубГУ
протокол № 9 11. мая 2016 г.
Председатель УМК факультета



М. Н.Марченко

Рецензенты:

Зими́на О.А.,
к.п.н., доцент, зав. кафедрой дизайна костюма ФАД КубГУ,
председатель КРОООО «Союз дизайнеров России»



Толмасова Л.А.,
Директор ООО ДС «Виста»



1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель дисциплины:

Углубленно изучить основы дизайна рекламных технологий, как в теоретическом, так и практическом аспекте. Программа рассматривает принципы формирования рекламной деятельности, знакомство с новыми видами рекламы, классификацией рекламных средств, новыми материалами и технологиями изготовления средств и носителей рекламы.

Цель дисциплины освоить технологию наружной и полиграфической рекламы, как наиболее распространенного вида рекламной продукции. Формировать способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике.

1.2 Задачи дисциплины. При изучении дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» ставятся задачи теоретически изучить основные составляющие элементы средств рекламы, новые виды технологий в рекламе и практически освоить технические приемы выполнения отдельных видов рекламы, связанных с областью деятельности графического и средового дизайна. Освоить технологию наружной и полиграфической рекламы, как наиболее распространенного вида рекламной продукции.

Задача дисциплины выработать у студентов способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике.

1.3 Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» входит в вариативную часть блока дисциплин Б1 основной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 54.03.01 –Дизайн, профиля «Графический и коммуникативный дизайн», Б1.В.ДВ.08.01

Курс дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» изучается студентами четвертого курса ООП ВО (7-8 семестры) и готовит обучающегося к углублённому восприятию и решению практических задач дизайнерской деятельности, а также позволяет решить задачу взаимодействия с другими проектными дисциплинами.

Входные знания и компетенции студентов для ее изучения: «Компьютерная графика», «Проектная графика», «Типографика и шрифт», «Основы дизайна рекламы», «Основы производственного мастерства».

Последующие дисциплины: «Проектирование», «Графический и коммуникативный дизайн в среде».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенции ПК-6

№ п.п	Индекс компет	Содержание компетенции (или	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны
----------	------------------	--------------------------------	--

.	енции	её части)	знать	уметь	владеть
1.	ПК-6	способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике	современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике.	грамотно и профессионально применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике.	способами и методами применения современных технологий в дизайн-проекте в рамках обучения данному предмету и в профессиональной практике.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих навыков:

В результате изучения дисциплины студент также должен:

Знать Принципы формирования рекламной деятельности. Психологию рекламы. Классификацию рекламных средств. Основные элементы рекламных средств. Виды новых рекламных технологий, приемы, используемые в рекламных технологиях.

Уметь: Ориентироваться в выборе рекламных средств и носителей для представления конкретного товара или услуг. Убедительно выполнить эскиз дизайн – проекта.

Владеть: способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике, навыками практической деятельности в области рекламных технологий (POS – материалов, наружной и печатной рекламы). Знаниями в области распространения рекламы. Компьютерными технологиями в области рекламы. Программы Photoshop. Corel, 3D MAX.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 9 зач.ед. (324 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)	
		7	8
Контактная работа, в том числе:			
Аудиторные занятия (всего):	108	72	36
Занятия лекционного типа	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	-	-	-
Лабораторные занятия	108	72	36

Иная контактная работа:				
Контроль самостоятельной работы (КСР)				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,5	0,2	0,3
Самостоятельная работа, в том числе:		188,8	107,8	81
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>		100	80	20
<i>Выполнение индивидуальных заданий</i>		70	20	50
Подготовка к текущему контролю		18,8	7,8	11
Контроль:				
Подготовка к экзамену		26,7	-	26,7
Общая трудоемкость час	час.	324	180	144
	в том числе контактная работа	108,5	72,2	36,3
	зач. ед.	9	5	4

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7,8 семестре (*очная форма*)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
7 семестр						
1	Введение	180	-	-	72	108
	Средства распространения рекламы					
	Итого:	180	-	-	72	108
8 семестр						
2	Введение	116,8	-	-	36	80,8
	Современные рекламные технологии					
	Итого:	116,8	-	-	36	80,8
	Итого по дисциплине:	296,8	-	-	108	188,8

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа не предусмотрены

2.3.3 Лабораторные занятия

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего
---	---------------------------------	----------------

		контроля
1	3	4
7 семестр		
1.	Раздел 1. Дизайн средств распространения рекламы Задание 1.1 Введение. Виды рекламных технологий. Технологии печатной рекламы. Задание 1.2 Дизайн-проектирование печатной рекламной продукции для социального мероприятия (фестиваль, конкурс и т.д.)	Текущий просмотр Промежуточный просмотр
8 семестр		
2	Раздел 2. Дизайн современных рекламных технологий. Задание 2.1 Наружная реклама. Дизайн-проектирование наружной рекламы для объекта общественного назначения, (решение фасада и витрин и т.д.). Задание 2.2 Технологии наружной рекламы. Дизайн-проектирование рекламной продукции.	Текущий просмотр и обсуждение работ Промежуточный просмотр

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые проекты не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Раздел 1 Средства распространения рекламы Проработка учебного материала (Сбор материала по теме задания, изучение видов рекламных технологий)	1. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования: учебное пособие Издатель: Юнити-Дана, 2015 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=115010&sr=1 2. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для вузов / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-07962-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D8827095-4B58-4AC4-A784-AE13CA020B55. 3. Старостова, Л.Э. Эстетика рекламы: учебное пособие / Л.Э. Старостова. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2010. - 144 с. - ISBN 978-5-7996-0565-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874 Учебные работы студентов, содержащие образцы заданий из архива кафедры дизайна, компьютерной и технической графики.
2.	Раздел 2. Современные рекламные технологии.	1. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования: учебное пособие Издатель: Юнити-Дана, 2015 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=115010&sr=1 2. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика :

	Работа с методической литературой. Выполнение индивидуальных заданий.	учебник и практикум для вузов / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-07962-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D8827095-4B58-4AC4-A784-AE13CA020B55 . 3. Старостова, Л.Э. Эстетика рекламы : учебное пособие / Л.Э. Старостова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2010. - 144 с. - ISBN 978-5-7996-0565-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874
--	---	--

3. Образовательные технологии

При реализации программы дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» используются различные образовательные технологии – занятия проводятся в виде вступительной лекции с использованием подготовленных в соответствии с темой дидактических материалов и лабораторных занятий в компьютерном классе. Самостоятельная работа студентов включает работу под руководством преподавателя (консультации и помощь при выполнении лабораторных работ и индивидуальную работу студента в компьютерном классе, зале или читальном зале КубГУ.

Семестр	Вид занятия (Л, ЛР)	Используемые активные образовательные технологии, разбор ситуационных задач
7	ЛР: Задание 1.1 Введение. Виды рекламных технологий. Технологии печатной рекламы.	Анализ и коллективное обсуждение работ Поэтапное выполнение задания под руководством педагога
	ЛР: Задание 1.2 Дизайн-проектирование печатной рекламной продукции для социального мероприятия (фестиваль, конкурс и т.д.)	Поэтапное выполнение задания под руководством педагога
8	ЛР: Задание 2.1 Наружная реклама. Дизайн-проектирование наружной рекламы для объекта общественного назначения.	Ознакомительная беседа. Поэтапное выполнение дизайн-проекта под руководством педагога

	ЛР: Задание 2.2 Технологии наружной рекламы. Дизайн-проектирование рекламной продукции	Ознакомительная беседа. Поэтапное выполнение дизайн-проекта под руководством педагога
ЛР – лабораторные работы		

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Текущий контроль - это регулярное отслеживание уровня усвоения материала на аудиторных занятиях;

Промежуточный контроль производится по окончании изучения разделов дисциплины в виде зачета/экзамена;

Самоконтроль осуществляется студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к аттестационным мероприятиям.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

Формой текущего контроля по данной дисциплине является просмотр учебных и творческих работ студентов и дискуссия с целью выяснения объема знаний студентов по определенному разделу, теме, проблеме изучаемой дисциплины; самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины. Студент должен самостоятельно организовывать познавательную деятельность, организовывать самообучение, владеть способами самоконтроля, самооценки.

Текущий контроль по окончании изучения темы или раздела курса рекомендуется проводить в виде просмотра печатных или электронных графических работ с целью выявления ошибок и поиска решений для их устранения. На просмотре коллективно обсуждаются работы студентов, выявляются положительные моменты, нестандартные решения, ошибки и пути их устранения. На данных просмотрах оценка не предусматривается, т.к. просмотр является вспомогательным этапом для творческой реализации студентов.

Текущий контроль осуществляется регулярными отметками в журнале посещения занятий студентом и просмотром качества и уровня выполнения аудиторных и самостоятельных заданий, а также в рамках проведения внутрисеместровых аттестаций

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Формой промежуточной аттестации является экзамен, осуществляемый коллективным просмотром преподавателями кафедры дизайна, технической и компьютерной графики студенческих дизайн-проектов с последующим обсуждением их и выставлением оценки.

На промежуточную аттестацию предоставляются работы по всем темам разделов дисциплины. На просмотре студент предоставляет работы, выполненные в соответствии с требованиями каждого конкретного задания. Работы должны быть оформлены, скомпонованы и предоставлены для просмотра в творчески сформированной экспозиции,

которая смотрится целостно и гармонично. На просмотрах оценивается: качество выполненных работ; наличие всех заданий и полнота их выполнения; гармоничность и образность созданных композиций; грамотность итоговой компоновки развески.

По итогам просмотра творческих работ, студент получает экзаменационную оценку.

Форма контроля успеваемости в 7 семестре – зачёт, 8 семестр - экзамен

По результатам представленных практических и творческих заданий выставляется:

Оценка - «Зачтено», если студент самостоятельно анализирует и определяет требования к дизайн-проекту; способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта.

Предоставляет работы, выполненные в соответствии с требованиями каждого конкретного задания. Работы грамотно оформлены, скомпонованы и предоставлены для просмотра в творчески сформированной экспозиции, которая смотрится целостно и гармонично.

Оценка – «Не зачтено», если работы не выполнены в соответствии с требованиями каждого конкретного задания или не представлены на итоговый просмотр.

Основанием для снижения баллов могут служить ошибки в работах, небрежное оформление работ и т.п. В процессе проведения зачёта оценивается комплексный проект, включающий задания по изученным темам.

Экзамен по результатам изучения разделов учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» проводится в форме просмотра коллективом преподавателей кафедры дизайна, технической и компьютерной графики учебных и творческих работ студентов, демонстрирующих знания и умения, полученные в течение каждого семестра. Экзамен включает в себя сумму оценок за выполнение практических и творческих заданий. Основанием для снижения баллов могут служить ошибки в работах, небрежное оформление работ, пропуски занятий и т.п. В процессе проведения экзамена оценивается комплексный проект, включающий задания по изученным темам.

Оценка – «отлично».

Студент профессионально владеет способами и методами применения современных технологий в дизайн-проекте в рамках обучения данному предмету и в профессиональной практике.

На просмотре студент предоставляет работы, выполненные в соответствии с требованиями каждого конкретного задания. Работы грамотно оформлены, скомпонованы и предоставлены для просмотра в творчески сформированной экспозиции, которая смотрится целостно и гармонично.

Оценка – «хорошо».

Студент умеет грамотно применять современные технологии в дизайн-проекте в рамках обучения данному предмету и в профессиональной практике.

На просмотре студент предоставляет работы, выполненные в соответствии с требованиями каждого конкретного задания. Работы грамотно оформлены, скомпонованы, но сформированная экспозиция требует доработки или необходимо добиваться более высокого уровня культуры подачи.

Оценка – «удовлетворительно».

Студент обладает способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике. На просмотре студент предоставляет не все работы или работы не выполнены в соответствии с требованиями каждого конкретного задания.

Оценка – «неудовлетворительно». Студент не предоставляет работы. Не обладает способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта.

При оценивании итоговых работ учитываются:

Оформление работы – учитывается, в какой степени студент сумел представить (выразить) свое понимание задания.

Графическая культура – колористическое решение, целостность всех изображений, профессиональное мастерство.

Трудоемкость – оценка реального объема проделанной работы.

Гармоничность (общая культура работы) – итоговая оценка того, в какой степени согласуются содержание и способ представления (оформления) в работе, согласования замысла и реализации, общее впечатление аудитории о проделанной студентом работе, показанных им умениях, знаниях и затраченных усилиях.

Способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике.

5. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»

5.1. Основная литература:

1. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования: учебное пособие / Издатель: Юнити-Дана, 2015
http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=115010&sr=1
2. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для вузов / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-07962-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D8827095-4B58-4AC4-A784-AE13CA020B55.
3. Старостова, Л.Э. Эстетика рекламы: учебное пособие / Л.Э. Старостова. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2010. - 144 с. - ISBN 978-5-7996-0565-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874>

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2. Дополнительная литература:

1. Зими́на О.А. Теория и практика печатной рекламы: учебное пособие для студентов вузов. Краснодар: ИнЭП, 2011 (15 кх-1, фад-12, хгф-2)
2. Кузвесова, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для академического бакалавриата / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 202 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06565-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/AE2AF5C7-0805-447D-AA2B-16FB2517C93E.

3. Паршукова, Г.Б. Реклама в коммуникационном процессе / Г.Б. Паршукова. - Новосибирск : НГТУ, 2011. - 36 с. - ISBN 978-5-7782-1879-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228836>
4. Никитин, Т.В. Особенности рекламного образа и приемы его создания / Т.В. Никитин. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 80 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88257>

5.3. Периодические издания:

Статьи по темам и разделам курса в журналах:

«Как» №№ 2000–2012 № 1., Как; Наружная реклама; Новости рекламы; Рекламные идеи.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в том числе современные базы данных и информационные справочные системы, необходимые для освоения дисциплины

1. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)
2. Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru);
3. Электронная библиотечная система издательства "Лань" (<http://e.lanbook.com/>)
4. Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
5. Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // <http://window.edu.ru/>;
6. Электронный архив документов КубГУ (<http://docspace.kubsu.ru/>
www.rosdesign.com
www.myfonts.com
www.stormtype.com
www.vedi.ru
www.stormtype.com
www.lucasfonts.com
http://community.livejournal.com/ru_typography
<http://reklamaster.com/> – маркетинг и реклама.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» осваивается практически на примерах и заданиях, сориентированных на решение творческих задач. Разрабатывая и выполняя реальные объекты в виртуальной среде, студент должен знать новейшие технологии, применяемые в рекламной деятельности, виды рекламных технологий и их назначение. Он должен владеть технологией создания графических изображений. Задания дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» составляются ведущим преподавателем и утверждаются кафедрой.

Выдаваемые на занятиях задания сопровождаются вводными беседами, в которых излагаются сведения об основных методах распространения рекламы, различных типах рекламной продукции и композиционных приемах построения рекламоносителей, методические и технологические требования к выполнению работы. Студентов знакомят с аналогами и прототипами, характерными особенностями технологий рекламного дизайна, определяются цели, ставится учебная задача. Водные беседы включают в себя необходимую дополнительную информацию: перечень специальной и справочной литературы, визуальный материал на цифровых носителях, нормы и стандарты, технические условия и т. д.

Каждая беседа, решая конкретные задачи, раскрывает проблематику темы, указывает, в каком направлении студентам следует работать дальше над изучением темы и почему это так важно. Методическая последовательность выполнения лабораторных работ: вводная беседа и

выдача задания, анализ задачи, установка цели и пути реализации данной задачи. Далее идет сбор аналогового материала, концептуальное решение, промежуточный просмотр и методический разбор выполненного задания, окончательное выполнение задания.

Самостоятельная работа студента – одна из важнейших форм овладения знаниями. Особенно она важна для приобретения практических навыков в проектировании средств рекламы. Самостоятельная работа по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» включает работу над изучением и сбором материала по тематике задания, детальное выполнение заданий по проектированию рекламных носителей

Студент обязан выполнить весь перечень лабораторных графических работ, а также показать теоретические знания по пройденному материалу.

В процессе освоения дисциплины применяются современные информационные технологии:

Подготовка студента к лабораторным занятиям (подготовка необходимой информации) предполагает использование стандартного программного обеспечения для персонального компьютера, браузеров для поиска информации в глобальной сети Интернет, наличие лицензированных компьютерных текстовых и графических редакторов общего и специализированного назначения (Microsoft Word, Adobe Photoshop) и свободный безлимитный доступ в Интернет. Студенту для аудиторной и самостоятельной работы предоставляются имеющиеся на кафедре дизайна, технической и компьютерной графики программное и техническое обеспечение, Интернет-ресурсы, компьютерное оборудование (ауд. 408, 410, 412).

При оценивании итоговых работ учитываются:

Оформление работы – учитывается, в какой степени студент сумел представить (выразить) свое понимание задания.

Трудоемкость – оценка реального объема проделанной работы.

Гармоничность (общая культура работы) – итоговая оценка того, в какой степени согласуются содержание и способ представления (оформления) в работе, согласования замысла и реализации, общее впечатление аудитории о проделанной студентом работе, показанных им умениях, знаниях и затраченных усилиях.

Студент обязан выполнить весь перечень лабораторных графических работ, итоговые контрольные работы, а также показать при необходимости теоретические знания по пройденному материалу.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий.

- а) электронная информационно-образовательная среда КубГУ;
- б) электронные информационные ресурсы с текстовой информацией (справочники, периодические издания, программные и учебно-методические материалы (учебные рабочие программы, ФОСы);
- в) электронные информационные средства проекции наглядного материала (фотографии, иллюстрации, видеофрагменты творческого процесса создания объекта дизайна, демонстрации мастер-классов и пр.), дисковые накопители, содержащие учебные работы и творческие проекты по студентам.

8.2 Перечень необходимого лицензионного программного обеспечения.

Преподавание дисциплины и подготовка студентов предполагает использование Лицензионное программное обеспечение Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus (программы для работы с текстом, демонстрации и создания презентаций)
Adobe Creative Cloud , Corel Draw Graphics Suite X8

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лабораторные занятия	Аудитории 408,410,412, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитории 408, 410, оснащенные техникой и программным обеспечением
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Компьютерные классы - аудитории 408,410,412 оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.
4.	Самостоятельная работа	Помещения для самостоятельной работы – 402,212,оснащенные учебной мебелью, компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.