МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет архитектуры и дизайна
Кафедра дизайна, технической и компьютерной графики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый проректор
_____ Т.А. Хагуров
«__31_»____мая_____2019 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.08.01 «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Направление подготовки: 54.03.01 – Дизайн
Профиль подготовки: «Графический и коммуникативный дизайн»
Программа подготовки академическая
Форма обучения очная
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Краснодар 2019

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 10.04.2019г. протокол № 8

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 № 8 «30» апреля 2019г.
Председатель УМК факультета М. Н.Марченко

Рецензенты:

Зимина 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 исторические этапы развития рекламных технологий, принципы формирования рекламной деятельности, знакомство с новыми видами рекламы, классификацией рекламных средств, новыми материалами и технологиями изготовления средств и носителей рекламы.

Ставится задача 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. 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 образовательной программы:

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».

1.3 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 компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ПК-6	способность 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:
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 рекламы, мерчендайзинга 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**

Проработка учебного (теоретического) материала		100	80	20
Выполнение индивидуальных заданий		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 Средства распространения рекламы	189,8	-	-	72	107,8
	Итого:	**179,8**	**-**	**-**	**72**	**107,8**
8 семестр						
2	Введение Современные рекламные технологии	117	-	-	36	81
	Итого:	**117**	**-**	**-**	**36**	**81**
	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 1.1Введение. Виды рекламных технологий. Задание 2.1Дизайн-проектирование рекламной презентации для социального мероприятия (фестиваль, конкурс и т.д.)	Текущий просмотр Промежуточный просмотр

8 семестр		
2	**Раздел2. Дизайн современных рекламных технологий.** Задание 2.1 Наружная реклама. Дизайн-проектирование наружной рекламной вывески для кафе, (решение фасада и витрин). Задание 2.2 Печатная реклама. Дизайн-проектирование печатной рекламной продукции для кафе.	Текущий просмотр и обсуждение работ Промежуточный просмотр

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ
Курсовые работы 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 1Средства 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. Макарова Т.В., Ткаченко О., Капустина О.Г. Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие. М., 2012 [Электронный ресурс] Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE». Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=271626&sr=1 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. Работа с методической литературой. Выполнение индивидуальных заданий.	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. Макарова Т.В., Ткаченко О., Капустина О.Г. Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие. М., 2012 [Электронный ресурс] Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE». Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=271626&sr=1 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 1.1Введение. Виды рекламных технологий.	Анализ и коллективное обсуждение работ Поэтапное выполнение задания под руководством педагога
	ЛР: Задание 2.1Дизайн-проектирование рекламной презентации для социального мероприятия (фестиваль, конкурс и т.д.)	Поэтапное выполнение задания под руководством педагога
8	ЛР: Задание 2.1 Наружная реклама. Дизайн-проектирование наружной рекламной вывески для кафе, (решение фасада и витрин).	Ознакомительная беседа. Поэтапное выполнение дизайн-проекта интерьера общественного назначения.
	ЛР: Задание 2.2 Печатная реклама. Дизайн-проектирование печатной рекламной продукции для кафе	Ознакомительная беседа. Поэтапное выполнение дизайн-проекта интерьера общественного назначения.
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

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.

Основные критерии оценки аттестационных работ

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. Макарова Т.В., Ткаченко О., Капустина О.Г. Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие. М., 2012 [Электронный ресурс] Электронно-библиотечная

система «Университетская библиотека ONLINE». Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=271626&sr=1

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. Зимина О.А.Теория и практика печатной рекламы: учебное пособие для студентов вузов. Краснодар: ИнЭП, 2011 (15 кх-1, фад-12, хгф-2)

2. Ушакова, С.Г. Развитие композиционных умений студентов художественных факультетов университета : монография / С.Г. Ушакова. - 2-е изд., стер. - М. : Флинта, 2014. - 147 с. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-9765-2026-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375500.

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», необходимых для освоения дисциплины

www.rosdesign.com
www.myfonts.com
www.adoube.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 эргономики, различных типах интерьерной среды

и композиционных приемах построения интерьера, методические и технологические требования к выполнению работы. Студентов знакомят с аналогами и прототипами, характерными особенностями конструирования объектов, 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. Самостоятельная работа по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» включает работу над изучением и сбором материала по тематике 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:

1) мультимедийные технологии, для чего отдельные лекции проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.

2) 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).

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

– технические и аппаратные средства обеспечения (ПК, ноутбук, принтер, сканер);

– прикладные программные средства и операционные системы (ОС Windows; пакет офисных программ, пакеты графических редакторов; программа для чтения файлов в формате *pdf: Adobe Reader; программа для воспроизведения видеофайлов Windows Media);

– информационное обеспечение:

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 студентов .

8.1 Перечень необходимого программного обеспечения.

Преподавание и подготовка студентов предполагает использование стандартного программного обеспечения для персонального компьютера, браузеров для поиска информации в глобальной сети Интернет, поиска информации в базах данных. Windows 7, Microsoft Office; Word; Adobe Creative Cloud , Corel Draw!

.

8.2 Перечень информационных справочных систем:

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (http://www.elibrary.ru)/
3. Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru);
4. Электронная библиотечная система издательства "Лань" (http://e.lanbook.com/)
5. Электронная библиотечная система «Юрайт» (http:// www.biblio-online.ru)
6. Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // http://window.edu.ru/;
7. Электронный архив документов КубГУ (http://docspace.kubsu.ru/)

(Электронная библиотека КубГУ содержит материалы, предлагаемые студентам в процессе обучения)

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. Аудитория 415, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук, интерактивная доска) и соответствующим программным обеспечением (ПО), учебной мебелью (столы, стулья). Аудитория 406, оснащенная мебелью (столы, стулья, шкафы, переносные наглядные пособия).
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитории 415, 420, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук, интерактивная доска) и соответствующим программным обеспечением (ПО).
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории 415, 420, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук, интерактивная доска) и соответствующим программным обеспечением (ПО).
4.	Самостоятельная работа	Аудитории 408,410,412 для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

График самостоятельной работы студента
по дисциплине
«дизайн и рекламные технологии»
кафедра Дизайна, технической и компьютерной графики

№	Раздел, тема	Содержание сам.работы	Час	Сроки Выполнения задания	Форма отчетности по заданию	Форма контроля	Сроки контроля	Учебно-методическое. обеспечение СРС

1	Раздел 1 Введение Средства распространения рекламы	Задание 1Введение.Виды Рекламных технологий. Задание 2. Разработка рекламной презентации социального мероприятия (фестиваль, конкурс и т.д.)	108	8 недель 8 недель	Сбор информации по темезадания. Выполнить задание по созданию проекта презентации фестиваля.	Текущий просмотр Промежуточный просмотр (Зачёт)	7сем.	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.	Раздел 2. Введение Современные рекламные технологии.	Задание 2.1 Наружная реклама. Дизайн-проектирование наружной рекламной вывески для кафе, Задание 2.2 Печатная реклама. Дизайн-проектирование печатной рекламной продукции для кафе.	81	4 недель 4 недель	Сбор информации по теме. Выполнить задание по создание Выполнить задание по создание рекламной продукции.	Промежуточный просмотр Промежуточный просмотр (экзамен)	8сем.	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
	Всего час.		189					