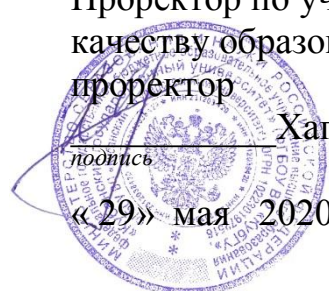


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет архитектуры и дизайна

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
Хагуров Т.А.
подпись
« 29 » мая 2020 г



**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 2020


Рабочая программа дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн.

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

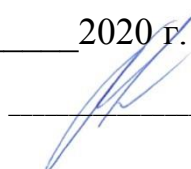


Т.Е.Пучкова

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры дизайна, технической и компьютерной графики ФАД КубГУ
протокол № __8__ «10__»__апреля____2020 г.
Заведующий кафедрой дизайна, технической и компьютерной графики ФАД КубГУ М. Н.Марченко



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета ФАД КубГУ
протокол № __8__ «30__»__апреля____2020 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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих навыков:

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			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.

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	
1	2	3	4	5	6	7
7 семестр						
1	Введение Средства распространения рекламы	180	-	-	72	108
	Итого:	180	-	-	72	108
8 семестр						
2	Введение Современные рекламные технологии	116,8	-	-	36	80,8
	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)	<p>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</p> <p>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</p> <p>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.</p>
2.	Раздел 2. Современные рекламные	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

	<p>технологии.</p> <p>Работа с методической литературой.</p> <p>Выполнение индивидуальных заданий.</p>	<p>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</p> <p>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</p>
--	--	--

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	<p>ЛР: Задание 1.1 Введение. Виды рекламных технологий. Технологии печатной рекламы.</p>	<p>Анализ и коллективное обсуждение работ Поэтапное выполнение задания под руководством педагога</p>
	<p>ЛР: Задание 1.2 Дизайн-проектирование печатной рекламной продукции для социального мероприятия (фестиваль, конкурс и т.д.)</p>	<p>Поэтапное выполнение задания под руководством педагога</p>
8	<p>ЛР: Задание 2.1 Наружная реклама. Дизайн-проектирование наружной рекламы для объекта общественного назначения.</p>	<p>Ознакомительная беседа. Поэтапное выполнение дизайн-проекта под руководством педагога</p>

	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. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике [Электронный ресурс] / В.Д. Курушин. — Электрон. дан. — Москва : ДМК Пресс, 2017. — 308 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97360>. — Загл. с экрана.

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. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс] / В.Д. Курушин. — Электрон. дан. — Москва : ДМК Пресс, 2008. — 272 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/1103>. — Загл. с экрана.

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 (модуля).

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](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.

