АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ; ОУП ВО "АТИСО"

Подписано цифровой подписью: АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ; ОУП ВО "АТИСО"
Дата: 2022.10.04 15:37:10 +05'00'

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР
_____ О.В. Зубкова

« 29» июня 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ДИЗАЙНА

Направление подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль)
Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника
бакалавр
(бакалавр, магистр)

Кафедра: Менеджмента и управления персоналом

Разработчики программы:
Старший преподаватель М.В. Шахматов
Программа обсуждена на заседании кафедры МиУП
протокол № 8 от «28» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой МиУП
_____ Е.В. Маскайкина

«28» мая 2021 г.

Оглавление

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**Ошибка! Закладка не определена.**
2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 3
2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине. 3
2.2 Результаты освоения образовательной программы: 3
3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 4
4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ 4
5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
5.1 Содержание дисциплины (модуля) 4
5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий 6
6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 8
7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА 9
8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 10
9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 11
10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель:

Сформировать у студентов знания и умения в части основ рекламного и графического дизайна, позволяющие грамотно ориентироваться в вопросах разработки и публикации рекламной продукции.

Задачи:

- изучить специфику современного дизайна в сфере рекламы и корпоративных коммуникаций (в потребительском, промышленном и территориальном брендинге);
- сформировать понимания принципов, логики и технологий современного дизайн-проекта и дизайн-продукта;
- овладеть теоретическим и практическим материалом, способностью свободно ориентироваться в данном предмете и взаимодействовать с разработчиками и заказчиками дизайн- продукта.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

Профессиональных компетенций и индикаторов их достижения

Категория профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникацион- ного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПКО-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании ПКО-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн-среде

2.2. Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- понятийно-категориальный аппарат дисциплины;
- основные этапы развития дизайна;
- основные международные дизайн-школы;
- основные стили дизайна;
- особенности и отличия, основные виды и направления дизайна;
- основные инструменты дизайна;
- основные тенденции в графическом и рекламном дизайне;
- принципы визуальной идентификации;
- типологию визуального брендинга;

- основные стратегии и типы корпоративного редизайна;
- инструменты и этапы разработки и механизмы работы с дизайн проектом;

Уметь:

- свободно ориентироваться в технологиях, направлениях и функциях современного рекламного дизайна;
- анализировать мировые и российские образцы профессионального и эффективного дизайна;
- взаимодействовать с разработчиками в области дизайна.

Владеть:

- основными навыками адекватной оценки качества услуг разработчиков и дизайн продукта;
- навыками управления процессом разработки дизайн проекта;
- навыками постановки задач дизайн разработчикам.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Согласно ФГОС и ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью дисциплина «Теория и практика дизайна» относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (**Б1.В.05)**.

Изучение курса базируется на знаниях следующих дисциплин: «Культурология», «Основы маркетинга», «Теория и практика создания рекламного продукта», предшествует дисциплинам «Создание рекламного креатива», «Проектное управление», «Стартап в цифровой сфере».

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины	Всего часов		
	Для очной формы обучения	Для очно-заочной формы обучения	Для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины (зачетных един/часов)	*5/180*	-	
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	*76*		
в том числе:		-	
Лекции	*36*	-	
Семинары, практические занятия	*36*	-	
Консультация к экзамену, Контактная работа на экзамене	*4*	-	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	*72*	-	
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	*Экзамен (32)*	-	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание дисциплины (модуля)

Раздел 1. Теория дизайна

Тема 1. Введение в курс: основные направления дизайна, место и роль дизайна на рынке интеллектуальных услуг.

Основные направления дизайна, стили дизайна в XX веке в контексте истории культуры и искусства (модернизм и постмодернизм). Основные парадигмы, концепции, проблемы и тенденции современного дизайна. Основные форматы дизайн продукта, роль и значение дизайна в создании рекламного образа, основные принципы коммуникации с целевыми аудиториями. Значение дизайна в формировании рекламного продукта, проблема структуры и формы, общие решения и инновационные подходы. Место и роль дизайна на рынке интеллектуальных услуг

Тема 2. Визуальные коммуникации: революция состоявшаяся и несостоявшаяся.

Революционные авангардные течения начала XX века 1910—1030-х годов: русский футуризм, советский конструктивизм, дадаизм, Баухауз. Проблема формы и функции, новые концептуальные и технологические решения в дизайне книги, плакате, рекламе. Проблема линейности смыслового сообщения, авангардное кино. Визуальный язык авангарда, его значение и развитие в современном графическом дизайне и визуальных коммуникациях.

Тема 3. Дизайн второй половины XX века: порядок и хаос

Графический дизайн 1950-1970-х годов. Основные принципы и решения интернационального типографического стиля, швейцарская школа дизайна, рациональный подход к визуальным коммуникациям, функционализм в архитектуре и дизайне. Становление современной корпоративной культуры. Дизайн и верстка многостраничных изданий, основные принципы модульной сетки. «Швейцарский панк», начало движения «новой волны»

Тема 4. Поп-арт и поп-дизайн

Поп-арт в контексте модернизма и развития массовой культуры 1950-1960-х годов. Основные представители поп-арта, Энди Уорхол, кино-эксперименты, оп-арт, феномен поп-дизайна, поп-арт и поп-дизайн в современной визуальной культуре и дизайне.

Тема 5. Постмодернистский дизайн в цифровую эру

Дизайн постмодернизма, мемфис, «новая волна» типографики, постмодернистский дизайн как реакция на интернациональный типографический стиль швейцарской школы. Компьютерная революция 1990-х, Крэнбургская академия Искусств, деконструкция, основные представители нового дизайна (Нэвил Броуди, Дэвид Карсон, Emigre, Тибор Кальман и др.). Современные дизайнеры (Паола Шер, Стефан Загмайстер, Франческо Франчи)

Тема 6. Современная корпоративная айдентика

Возникновение, развитие и основные принципы корпоративной айдентики (знак, логотип, фирменный стиль). Проблема смысло- и формообразования, стилистические особенности корпоративной айдентики, дизайнеры, повлиявшие на облик современной корпоративной культуры (Пол Рэнд, Сол Басс, Милтно Глейзер и др.) Плагиат в дизайне, основные тенденции современной корпоративной айдентики (стилистика логотипов 2.0, плоский дизайн), айдентика в сфере потребительского рынка, культурных институтов, промышленных и территориальных брендов.

Тема 7. Типографика

Типографика: роль и значение типографики в современном дизайне, основные направления и школы, типографика в современной айдентике. Типографика модернизма и постмодерна, различия и основные приемы. Шрифт Гельветика и его значение для корпоративных коммуникаций.

Тема 8. Дизайн упаковки

Дизайн упаковки: виды упаковки, основные приемы и решения, новые материалы и технологии дизайна упаковки, инновации в дизайне упаковки.

Тема 9. Дизайн в цифровой среде

Дизайн в цифровой среде и новых медиа: развитие и эволюция, основные форматы (веб-дизайн, дизайн интерфейсов, инфографика), проблемы и тенденции. Цифровая революция и новые компьютерные технологии (перелом 1990-х). Новые цифровые технологии, пионеры цифрового дизайна, эволюция печатных изданий в цифровой среде.

Раздел 2. Практика дизайна

Тема 10. Основные понятия и разновидности графического дизайна

Рекламный дизайн в современном мире. Рекламный дизайн, как визуальная составляющая рекламы. Применение компьютерной графики, графические редакторы.

Тема 11. Закономерности зрительного восприятия форм и пространства

Свойства и закономерности восприятия, перспектива, изображение теней. Общие понятия о композиции. Виды композиции: плоскостная, объемно-фронтальная, объемно-пространственная, глубинно-пространственная. Открытая и закрытая композиция. Форма и формообразование. Свет и цвет. Контраст. Материалы и текстура. Ритм. Ассоциации и реальность. Абстракция. Стилизация. Правила построения графической композиции.

Тема 12. Основы работы со шрифтами

Элементы шрифта. Основные требования, предъявляемые к работе со шрифтами. Технологические приемы выполнения шрифтовых работ. Задачи и значение применения шрифтовых композиций.

Тема 13. Работа с цветом

Цифровое представление цвета. Основы цветовой гармонии. Методы и средства построения цветовой гармонии. Роль цвета в дизайне.

Тема 14. Разработка дизайна фирменного стиля компании

Основные понятия: логотип, товарный знак, фирменный стиль. Способы создания и разработка фирменного логотипа. Разработка идеи художественных и текстовых элементов, цветового решения фирменного стиля. Основные требования к фирменному стилю и дизайну его элементов. Основные принципы дизайна визитной карточки. Правила составления руководства к использованию фирменного стиля.

Тема 15. Основы верстки фирменной документации и рекламной полиграфической продукции.

Модульная сетка. Виды верстки. Особенности дизайна деловой документации (фирменный бланк, конверт и т.д.), рекламного листа.

Тема 16. Современные тенденции в графическом дизайне.

Обзор актуальных тенденций в области графического дизайна по материалам конкурсов «Золотая пчела», Рейтинг русского дизайна, «Идея!» (Россия), D&AD (Великобритания), журнала о графическом дизайне «[кАк}» и экспертных интернет ресурсов kak.ru, LogoLounge.com (логотипы), www.thedieline.com (периодические материалы по трендам в дизайн-упаковке).

Тема 17. Разработка руководства по использованию фирменного стиля

Цели создания и использование руководства по использованию фирменного стиля компании. Структура руководства по использованию фирменного стиля компании.

5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

Общая трудоемкость изучения дисциплины по учебному плану: З.Е. (часов) ***5/180***

Форма обучения **Очная** Вид контроля **Экзамен**

Таблица 4.1

№ п/п	Название раздела, темы	Очная форма обучения						Компетенции	Литература
		Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	КонсЭ, КтЭ, Контроль		
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
Раздел 1. Теория дизайна									
1	Введение в курс: основные направления дизайна, место и роль дизайна на рынке интеллектуальных услуг.	16	4		4	8		ПКО-2	Л.1-8
2	Визуальные коммуникации: революция состоявшаяся и несостоявшаяся.	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
3	Дизайн второй половины XX века: порядок и хаос	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
4	Поп-арт и поп-дизайн	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
5	Постмодернистский дизайн в цифровую эру	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
6	Современная корпоративная айдентика	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
7	Типографика	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
8	Дизайн упаковки	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
9	Дизайн в цифровой среде	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
Раздел 2. Практика дизайна									
10	Основные понятия и разновидности графического дизайна	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
11	Закономерности зрительного восприятия форм и пространства	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
12	Основы работы со шрифтами	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
13	Работа с цветом	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
14	Разработка дизайна фирменного стиля компании	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
15	Основы верстки фирменной документации и рекламной полиграфической продукции.	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
16	Современные тенденции в графическом дизайне.	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
17	Разработка руководства по использованию фирменного стиля	8	2		2	4		ПКО-2	Л.1-8
	Экзамен	36					36		
	Всего часов	180	36		36	72	36		
	Зачетные единицы	5							

Форма контроля: экзамен

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Самостоятельная работа студентов включает следующие ее виды:

- изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану;
- самоподготовка к практическим и другим видам занятий – расчетно-аналитическая работа по индивидуальному учебному заданию;
-самостоятельная работа студентов при подготовке к экзамену.

Эти виды работ предполагают:

- самостоятельную работу студента в библиотеке;
- изучение материалов специализированных сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;
- изучение электронных учебных материалов (электронных учебников, методических материалов, представленных на сайте УрСЭИ), программных компьютерных программ;

Задания для самостоятельной работы студентов включают в себя:

- выполнение тестовых заданий, размещенных в программной оболочке Moodle – по темам, вынесенным на самостоятельное изучение;
- выполнение практических зданий в индивидуальном учебном задании;
- подготовка докладов по отдельным вопросам курса.

Указания и задания по самостоятельной работе выдаются на практических занятиях с учетом индивидуального уровня освоения материала студентом.

Темы для самостоятельной работы студентов:

1.Оригинал макет и технологии его создания. Оригинал-макет. Клипарты, фотобанки, photostocks.

2. Этапы и процессы работы над макетами в полиграфии. Макетирование. Ручное макетирование. Компьютерное макетирование. Программные продукты. Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign.

3. Этапы создания оригинал-макета. Композиционные и эстетические требования. Равновесие, пропорция, доминирование, контраст, направленность движения взгляда, когерентность, единство композиции.

4. Типы оригинал-макетов. «Мондриан», «сетка», «окно», «рамка», «цирк», «под обрез», «комикс», «текст».

5. Оригинал-макет рекламного сообщения. Требования. Формат издания и размер рекламного объявления. А1, А2, А3, А4. Обрезной формат. Цвет. Место объявления. Размер объявления. Форма объявления.

6. Технические требования к электронным оригинал-макетам. Форматы файлов. *AI. *EPS. *PSD. *TIFF. Особенности офсетной печати. Уровень «черного» . Размер файла «под обрез».

7.Свойства и признаки наружной рекламы.

8. Виды наружной рекламы.

9. Технические параметры к изготовлению и производству наружной рекламы

10. Этапы создания файла в формате Acrobat PDF, настройки программы Acrobat Distiller

11.Свойства и признаки «директ-мейл».

12. Виды «директ-мейл».

13. Технические параметры к изготовлению и производству «директ-мейл».

14. Инфографические программы для ПК - векторная графика - редактирование изображений

15.Онлайновые инструменты для визуализации данных - периодическая система методов визуализации:

- Wordle.net
- Chatle.net
- ChartsBin
- DIY Chart
– Gephi
- Cliffy
- iCharts
- Many Eyes
- проект Noun

16. Поиск данных онлайн:
- Data.gov
- Data Market
- FactBrowser
- Google Public Data
- Internet World Stats
- Many Eyes
- Quantcast
- Википедия
- Wolfram Alpha

17. Онлайновые ресурсы для разработки инфографики:
- Easel.ly
- Infogr.am
- Piktochart
- Venngage
- Visual.ly

18.Виды инфографики в периодической печати.

19. Виды инфографики в телевизионном эфире.

20. Виды инфографики в материалах информационных агентств.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Пигулевский, В. О. История дизайна. Вещи и бренды: учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 235 c. — ISBN 978-5-4487-0266-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/75952.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Сайкин, Е. А. Основы дизайна: учебное пособие / Е. А. Сайкин. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018. — 58 c. — ISBN 978-5-7782-3610-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/91291.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2019. — 271 c. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/87990.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Мирхасанов, Р. Ф. История дизайна : учебное пособие : в 2 частях : [12+] / Р. Ф. Мирхасанов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – Ч. 1. Промышленное производство и дизайн. – 516 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602193 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-2471-1 (Ч. 1). - ISBN 978-5-4499-2470-4. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

5. Нагаева, И. А. Основы web-дизайна. Методика проектирования : учебное пособие : [12+] / И. А. Нагаева, А. Б. Фролов, И. А. Кузнецов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 237 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602208 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1957-1. – Текст : электронный.

6. Музалевская, Ю. Е. Дизайн-проектирование: методы творческого исполнения дизайн-проекта: учебное пособие / Ю. Е. Музалевская. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 73 с. — ISBN 978-5-4486-0566-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/83264.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Валиева, Р. З. Технология и дизайн-проектирование изделий прикладного творчества: учебно-методическое пособие / Р. З. Валиева, А. Р. Вазиева. — Набережные Челны: Набережночелнинский государственный педагогический университет, 2019. — 89 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/97103.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Нартя, В. И. Основы конструирования объектов дизайна: учебное пособие / В. И. Нартя, Е. Т. Суиндиков. — Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2019. — 264 с. — ISBN 978-5-9729-0353-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/86615.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Интернет ресурс (адрес)/система	Описание ресурса/ системы
Профессиональные базы данных		
1.	http://www.advi.ru	Журнал «Рекламные идеи»
2.	http://www.grebennikoff.ru/product/8	Журнал «Реклама. Теория и практика»
3.	https://www.rsl.ru/	Российская Государственная библиотека
4.	https://www.scopus.com	Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus
5.	https://apps.webofknowledge.com	Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science
6.	http://www.elibrary.ru	Научная электронная библиотека
7.	https://cyberleninka.ru/	Научная электронная библиотека «Киберленинка»
8.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
9.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Мультимедийная лекционная аудитория.

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональный компьютер (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); стационарный видеопроектор с экраном; звуковое оборудование (микрофон, колонки); меловая доска; коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Компьютерный класс (лаборатория) для практических работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональные компьютеры (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox.; доска маркерная

10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Теория и практика дизайна» используются следующие образовательные технологии.

Стандартные формы обучения:

- лекции с использованием мультимедийных презентаций;
- семинарские занятия, на которых обсуждаются основные теоретические вопросы;
- письменные домашние работы;
- расчетно-аналитические задания;
- обзор официальных документов и материалов периодической печати;
- консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- лекции в диалоговом режиме;
- групповые дискуссии;
- моделирование и решение конкретных ситуационных задач;
- компьютерное тестирование.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра экономики	О.В. Зубкова		29.06.2021 г.
2	Кафедра МиУП	Е.В. Маскайкина		29.06.2021 г.
3	Кафедра ГЕМД	Е.П. Маскайкин		29.06.2021 г.
4	Учеб.-метод. отдел	М.О. Дерябичева		29.06.2021 г.
5	Библиотека	Г.В. Шпакова		29.06.2021 г.