

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Финк Анастасия Федоровна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 04.07.2025 11:08:50
Уникальный программный ключ:
2431bd5130e74d20a9fc74baab365dd497e3afa3

ЦОУ ВО «Тольяттинская академия управления»

Кафедра

дизайна

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

А.Ф.Финк

20.06.2025



Б1.В.ДВ.04.02

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебная дисциплина	Графический дизайн и реклама
По направлению подготовки	54.03.01 «Дизайн»
Профиль (программа бакалавриата)	Графический дизайн
Форма обучения	Очная

Программа дисциплины рассмотрена (актуализирована) и утверждена на заседании кафедры дизайна

Протокол заседания № 9 от «05» июня 2025 г.

Заведующий кафедрой Вишневская Елена Владимировна

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Рабочая программа дисциплины «Графический дизайн и реклама» составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 13.08.2020 №1015, (с изменениями и дополнениями), и учебного плана направления подготовки 54.03.01 «Дизайн», профиль (программа бакалавриата) «Графический дизайн».

Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕТ / 144 академических часа, в том числе: 48 часов контактной работы и 60 часов самостоятельной работы обучающихся.

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану):

Вид учебной работы		Количество часов								
		Всего по учебному плану	Семестры							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Контактная работа (всего):		48							48	
в том числе:										
Лекции		4							4	
Практические занятия		40							40	
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4							4	
Самостоятельная работа (всего):		60							60	
в том числе курсовая работа										
Виды промежуточной аттестации		Экзамен Курсовая работа 36							Экзамен Курсовая работа 36	
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины:	Часы:	144							144	
	Зач. ед.:	4							4	

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины – сформировать компетенции обучающегося в области Графического дизайна и рекламы, как творческого направления создания эффективного дизайна рекламной продукции

Задачи дисциплины:

- Рассмотреть основы специальной терминологии, классификацию и типологию основных видов рекламы; приемы анализа в рекламе и выявления требований выполнения дизайн-проекта; способ синтеза современных тенденций в рекламной культуре для определения оптимального решения задачи, исходя из требований к дизайн-проекту.

- Раскрыть возможности моделирования рекламного графического дизайна в городской среде с применением полученных знаний в области компьютерных технологий, а также профессиональной дизайнерской работе; особенности приемов и современных стилей, применяемых в рекламных технологиях;

- Продемонстрировать навыки художественно-технических приёмов при создании дизайн – проекта, технические навыки проектирования, опыт макетирования и выбора средств композиционного построения и моделирования из различных материалов; способность выбирать оптимальные решения для проектирования на основе анализа и синтеза современного визуального языка; приемы сочетания в дизайн-разработке абстрактного мышления и графического решения в формировании визуального послания.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

Учебная дисциплина «Графический дизайн и реклама» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)к части, формируемой участниками образовательных отношений, Дисциплины (модули) по выбору (ДВ.4)

Знания, умения и навыки, приобретённые в результате изучения данной дисциплины, будут необходимы для прохождения учебной и производственной практики, для выполнения выпускной квалификационной работы.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Результаты освоения образовательной программы (компетенции обучающихся) устанавливаются в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки и профессиональными стандартами, соответствующими профессиональной деятельности выпускников, а также на основе анализа требований работодателей, предъявляемых к выпускникам. Планируемые результаты освоения дисциплины (знания, умения, навыки) соотносятся с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, что обеспечивает формирование у обучающихся запланированных результатов освоения образовательной программы.

Шифр и название компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
------------------------------------	-------------------------------	--

<p>ПК-1 Способен составлять проектное задание на разработку дизайн-проекта, обосновывать свои проектные предложения</p>	<p>ПК-1.2. Обосновывает проектные предложения на разработку объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>Знать: приемы анализа в рекламе и выявления требований выполнения дизайн-проекта; Уметь: анализировать приемы и современные стили, применяемые в рекламных технологиях и составлять требования к решению задач проектирования Владеть: способностью выбирать оптимальные решения для проектирования на основе анализа и синтеза современного визуального языка; - приемами сочетания в дизайн-разработке абстрактного мышления и графического решения в формировании визуального послания</p>
<p>ПК-3 способен осуществлять выбор показателей для разработки и изготовления авторского проекта</p>	<p>ПК-3.2. осуществляет обоснование методов проектирования авторского объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации для дальнейшего изготовления, в том числе с использованием цифровых технологий</p>	<p>Знать: методы художественно проектирования объекта визуальной информации; Уметь: составлять требования к решению задач проектирования; - разрабатывать набор возможных решений задачи при выполнении дизайн-проекта. - обосновывать принятое решение; Владеть: навыками художественно-технических приёмов при создании дизайн – проекта, технические навыки проектирования, опыт макетирования и выбора средств композиционного построения и моделирования из различных материалов; способность выбирать оптимальные решения для проектирования</p>

<p>ПК-4 Способен управлять процессами разработки дизайн-проекта на основе новых достижений информационных технологий и компьютерной графики</p>	<p>ПК-4.1 Применяет методы и формы контроля соблюдения технологической цепочки воплощения творческого замысла дизайн-проекта</p>	<p>Знать: Типовые этапы и сроки проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации различной сложности; Уметь: Применять методы технического, технологического и художественного контроля соблюдения технологической цепочки разработки творческого замысла и сроков реализации этапов работ в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Владеть: Навыками определения методов и форм контроля соблюдения технологической цепочки, разработки творческого замысла и сроков реализации этапов работ по воплощению дизайн-проекта, визуального эффекта в компьютерной графике в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>
--	---	---

5. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Семестр изучения: 7

Подраздел, тема	Виды учебной работы					Промежуточная аттестация в часах	Форма текущего контроля	Формируемые компетенции
	Контактная работа (в часах)			Самостоятельная работа				
	Лекции	Практические занятия	КСР	в часах	формы организации самостоятельной работы			
Тема 1. Представление о сфере рекламы. Технологии организации, размещение и проведение рекламы. Планы и стратегии маркетинга и рекламы	1	4		10	Повторение пройденного материала, изучение дополнительного теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка к практическим занятиям (семинар), доклад-эссе	-	Устный опрос Доклад-эссе	ПК-1.2 ПК-3.2
Тема 2. Организация, изготовление и производство различных видов рекламной продукции. Реклама в средствах массовой информации	1	8		10		-		ПК-1.2 ПК-3.2
Тема 3. Методы изучения потребностей в формировании и	1	12		20	Повторение пройденного материала изучение дополнительного		Устный опрос и проверка выполненных	ПК-3.2

прогнозировании потребительских предпочтений					теоретического материала, Подготовка к устному опросу. Подготовка к практическим занятиям		заданий		
Тема 4. Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно- пластических образов, символов, знаков.	1	16		20				ПК-4.1	
Форма промежуточной аттестации Экзамен, курсовая работа					Подготовка к промежуточной аттестации	36			
Всего	4	40	4	60		36			
	144								

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Представление о сфере рекламы. Технологии организации, размещение Задачи, функции и результаты воздействия рекламы. Классификация рекламы. Эволюция современной рекламы. Влияние рекламы на экономику.

Комплекс маркетинга и рекламы. Поведение потребителя и сегментирование рынка рекламы. Исследование сбыта и рекламы. Роль рекламы в планировании. Планирование маркетинговой стратегии и рекламы.

Тема 2. Организация, изготовление и производство различных видов рекламной продукции. Реклама в средствах массовой информации

Составление рекламных текстов и рекламная стратегия. Художественное редактирование. Терминология и типология рекламных текстов.

Технология и планирование печатного производства. Электронные средства массовой информации. Планирование и выбор средств массовой информации. Наружные средства массовой информации.

Тема 3. Методы изучения потребностей в формировании и прогнозировании потребительских предпочтений

Методы сегментации и анализа потребительского рынка. Методы изучения потребностей потребительского рынка. Требования к объектам рекламы, рекламной продукции и рекламным услугам. Выявление, формирование и прогнозирование потребительских предпочтений.

Тема 4. Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков.

Использование в рекламной деятельности выразительных и художественно-изобразительных средств. Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

В рамках данной учебной дисциплины обучающиеся выполняют самостоятельную внеаудиторную работу в виде повторения пройденного материала изучение дополнительного теоретического материала, подготовки к практическим занятиям (семинар), подготовки доклада-эссе, подготовки к творческим практическим занятиям , в том числе итоговому творческому занятию подготовки к промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа может выполняться обучающимся дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Проверка результатов выполнения практических заданий осуществляется во время часов, выделенных на контроль самостоятельной работы обучающихся (КСР).

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении данной дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Тема занятия	Вид образовательной технологии	Форма проведения занятия
Тема 1. Представление о сфере рекламы. Технологии организации, размещение и проведение рекламы. Планы и стратегии маркетинга и рекламы	Интерактивная технология	Лекция-визуализация
		Практическое занятие (семинар)
Тема 2. Организация, изготовление и производство различных видов рекламной продукции. Реклама в средствах массовой информации	Интерактивная технология	Лекция-визуализация
		Практическое занятие (семинар)
Тема 3. Методы изучения потребностей в формировании и прогнозировании потребительских предпочтений	Интерактивная технология	Лекция-визуализация
	Традиционная технология	Практическое занятие
Тема 4. Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков	Интерактивная технология	Лекция-визуализация
	Традиционная технология	Практическое занятие

9. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

9.1. Формы контроля по дисциплине

Текущий контроль. В процессе изучения учебной дисциплины обучающимся выполняются практические задания, проводятся устные опросы. Результаты выполнения всех практических заданий и устных опросов являются основанием для выставления

оценок текущего контроля по данной учебной дисциплине. Выполнение всех работ является обязательными для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все задания, не допускаются к сдаче экзамена по данной учебной дисциплине.

Промежуточная аттестация. Для контроля усвоения обучающимися данной дисциплины учебным планом экзамен. Экзамен проводится в форме письменного ответа на теоретический вопрос и просмотра всего состава работ – практических заданий, выполненных в ходе подготовке к экзамену и прохождения текущего контроля.

9.2. Оценочные материалы (оценочные средства) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Текущий контроль.

Список тем для подготовки докладов эссе

№	Наименование задания	Тема №
1	Правовое регулирование рекламной деятельности.	1
2	Целевая аудитория и целевое поведение.	1
3	Типы целевых аудиторий.	1
4	Принцип бильярдного шара в рекламе.	2
5	Нейро-лингвистическое программирование.	2
6	Реклама, стимулирование сбыта и стратегический маркетинг.	1
7	Маркетинговые цели рекламной кампании.	1
8	Механизмы воздействия и убеждения в рекламном ролике.	2
9	Вербальная и визуальная репрезентация гендера в рекламе.	2
10	Творческий процесс. Этапы управления творческим процессом.	2
11	Виды обращений на основе творческой стратегии. «Жесткая» и «мягкая» продажи.	2
12	Демонстративная символика сообществ.	2
13	Составляющие творческой стратегии.	2
14	Творческая идея. Теория случайностей.	2
15	Современные тенденции в наружной рекламе.	1
16	Теория РАМ–проводника творческой идеи.	2
17	Разработка творческих идей: осведомленность о марке.	2

18	Современные тенденции в рекламе.	1
19	Советы профессионального рекламиста Огилви дизайнерам.	1
20	Виды рекламных роликов.	2
21	Сценарий рекламного ролика.	2
22	Основные инстинкты в ролике.	2

Список типовых творческих практических заданий

Тема 3. Методы изучения потребностей в формировании и прогнозировании потребительских предпочтений

Цель: Выявление, формирование и прогнозирование потребительских предпочтений.

Задача: Используя методы сегментации и анализа потребительского рынка, методы изучения потребностей потребительского рынка, определить требования к объектам рекламы, рекламной продукции и рекламным услугам.

Технология работы: Тема определяется обучающимся индивидуально

Разработать последовательно систему аналогов

Разработать последовательно серию работ

Этапы работы над заданием

- Ознакомиться с условием задания
- Обосновать концепцию
- Представить идею - предварительное эскизирование на бумаге: Формат: А-5 на компьютере с применением графических редакторов - презентация
- Техника выполнения: ручная графика полиграфия, векторная графика, фотография, презентация
- Разработать итоговый вариант Формат: А-4, А-5
- Представить результат работы над заданием

Результат практического задания

Разработка концепция представления товара. Макет выполняется в графическом редакторе.

Тема 4. Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков.

Практическое итоговое творческое задание

Цель: Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков.

Задача: Использование выразительных и художественно-изобразительных средств

Технология работы: Тема определяется обучающимся индивидуально

Разработать последовательно систему аналогов

Разработать последовательно серию работ

Этапы работы над заданием

- Ознакомиться с условием задания

- Обосновать концепцию

- Представить идею - предварительное эскизирование на бумаге: Формат: А-5 на компьютере с применением графических редакторов - презентация

- Техника выполнения: ручная графика полиграфия, векторная графика, фотография, презентация

- Разработать итоговый вариант Формат: А-4, А-5

- Представить результат работы над заданием

Результат практического задания

Дизайн-проект рекламного обращения в разных средах (в СМИ, в виртуальной среде, в городской среде).

Промежуточная аттестация

Список вопросов для подготовки к экзамену

- 1 Расскажите о роли рекламы в организации сбыта товаров?
- 2 Какое влияние оказывает реклама на торговлю и экономику?
- 3 Какое воздействие оказывает современная реклама за счет появления печати и фотографий?
- 4 Расскажите о первых рекламных агентствах?
- 5 Что представляет собой реклама с точки зрения макроэкономики?
- 6 Через какие государственные структуры происходит регулирование рекламы?
- 7 Чем занимаются рекламные отделы фирм?
- 8 Какова роль рекламных агентств в сфере бизнеса?
- 9 Какие факторы оказывают влияние на взаимоотношения между клиентом и фирмой?
- 10 Как происходит определение сегмента рынка, выбор его места и размера?
- 11 Перечислите и расскажите о комплексе маркетинга в рекламе?
- 12 Что влияет на характер принятия решения потребителем?
- 13 Как понимание поведения потребителя помогает создавать эффективную рекламу?
- 14 Расскажите об основных этапах исследования сбыта в рекламе?

- 15 Перечислите терминологию рекламных текстов и расскажите о каждом из них?
- 16 Расскажите о визуальных средствах рекламы?
- 17 Какова технология и планирование печатного производства?
- 18 Расскажите о технологии производства телевизионной рекламы?
- 19 Расскажите о технологии производства радиорекламы?
- 20 Какова роль газет в комплексе рекламного творчества?
- 21 Каковы преимущества и недостатки телеэфира в рекламе?
- 22 Перечислите и расскажите о почтовых и наружных средствах распространения рекламы?
- 23 Какую роль играют ярмарки и выставки в продвижении рекламы?
- 24 Каковы особенности корпоративной рекламы?
- 25 Какие формы и средства используются для связи с общественностью?
- 26 Расскажите о типах некоммерческой рекламы?
- 27 Эффективность и конкурентоспособность рекламного бизнеса.
- 28 Бриф. Работа дизайнера с брифом.
- 29 Концептуальное понимание товара в рекламе.
- 30 Модель жизненного цикла рекламы.
- 31 Концепция представления товара.
- 32 Дизайнерское отображение свойств товара в рекламе через его атрибуты
- 33 Внимание потребителя и структура рекламного объявления
- 34 Тизерная реклама.
- 35 Реализация идентичности бренда
- 36 Обоснование реального бюджета рекламной кампании.
- 37 Методы формирования рекламного бюджета. Их плюсы и минусы.
- 38 Приемы создания осведомленности о марке
- 39 Технологии формирования отношения к марке.
- 40 Разработка творческих идей при наличии высокововлеченной целевой аудитории.

Практическое задание на экзамене - просмотр всего состава практических работ, выполненных в ходе подготовке к экзамену и прохождения текущего контроля.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

10 РЕСУРСНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Для проведения практических занятий по данной дисциплине используются учебные аудитории, с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью, оснащенные компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза

Для самостоятельной работы обучающихся используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерами оснащенное компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

Для проведения контроля самостоятельной работы по данной дисциплине используются учебные аудитории, с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) учебной мебелью, лаборатория компьютерных технологий в дизайне и компьютерные классы, оснащенные компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза

Для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине используются учебные аудитории, с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук), и учебной мебелью, лаборатория компьютерных технологий в дизайне и компьютерные классы, оснащенные компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

Перечень лицензионного программного обеспечения

№ п/п	Наименование	Тип ресурса
1	(ОС) Windows Офисный пакет Microsoft Visio	СЛД АО «СофтЛайн Трейд» № /131 от 10.07.2020 (бессрочно) ЛС Microsoft - Open Value Subscription для решений Education Solutions № V8265046
2	СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства	ООО "Консультант" дог №251 от 01.01.2024 (бессрочно)
3	Антивирус Касперского отечественного производства	СЛД АО «СофтЛайн Трейд» №Тг000840657 от 10.02.2024 - 11.02.2026
4	Adobe Creative Cloud: After Effects Photoshop	СЛД ТП АО "Софтлайн Трейд"

InDesign Premiere Pro Illustrator Adobe Creative Cloud Acrobat DC (Дизайнерский пакет ПО)	дого №Trd000708115/10 от 27.01.2022 (бессрочно)
---	---

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

- LibreOffice- бесплатная утилита, работающая с редактором электронных таблиц, презентациями, текстовыми процессорами, редактором формул и векторными иллюстрациями;

- 7-Zip– архиватор;

- Far Manager- бесплатный консольный файловый менеджер;

-Windows Media Player- универсальный мультимедиа проигрыватель, предназначенный для воспроизведения и каталогизации вашей музыки и видео;

-K-Lite Mega Codec Pack- универсальный набор кодеков, фильтров и инструментов для воспроизведения и обработки абсолютно любых мультимедийных файлов;

- Adobe Flash Player xx Plugin- программа для воспроизведения мультимедиа в браузере; - Foxit Reader - Russian высокопроизводительная и многофункциональная программа просмотра PDF-файлов, которая позволяет открывать, просматривать и распечатывать любые документы в формате PDF;

- Google Chrome - бесплатный веб-браузер

В соответствии с Положением о создании специальных условий для инвалидов и лиц с ОВЗ информационно-технологическая база образовательного процесса предусматривает использование материально-технических средств с учетом различных нозологий инвалидов и лиц с ОВЗ.

11 ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип	Количество в библиотеке
1	Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. - 2-е изд. - Саратов : Вузовское образование, 2021. - 440 с. - ЭБС IPR Smart . - ISBN 978-5-4487-0765-0. - Текст : электронный. -	учебное пособие	ЭБС IPR Smart

№ п/п	Библиографическое описание	Тип	Количество в библиотеке
	URL: http://www.iprbookshop.ru/75951.html		

11.2. Дополнительная литература

1. Графический дизайн. Современные концепции : учеб. пособие для вузов / отв. ред. Е. Э. Павловская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2018. - 183 с. : ил. - (Университеты России). - ISBN 978-5-534-06028-7.
2. Павловская, Е. Э. Графический дизайн. Выпускная квалификационная работа : учеб. пособие / Е. Э. Павловская, П. Г. Ковалев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2018. - 227 с. : ил. - (Бакалавр - Магистр. Модуль). - ISBN 978-5-534-06575-6.
3. Пендикова, И. Г. Графический дизайн: стилевая эволюция : монография / под ред. проф. Л.М. Дмитриевой. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2023. — 160 с. - ISBN 978-5-9776-0373-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1897823>
4. Графический дизайн. Современные концепции : учеб. пособие для вузов / отв. ред. Е. Э. Павловская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2018. - 183 с. : ил. - (Университеты России). - ISBN 978-5-534-06028-7 : 825р.74к. - Текст : непосредственный.

Периодические издания:

1. Геометрия и графика : научно – методический журнал. – URL: <https://znanium.com/catalog/magazines/issues?ref=9830c955-1df0-11e4-b05e-00237dd2fde2>
2. Publish. Дизайн. Верстка. Печать : проф. журнал. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/64080>

11.3. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные библиотечные системы

1. East View Information Services : Universal Databases (универсальные базы данных) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dlib.eastview.com>.
2. IPRBooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.
3. ZNANIUM.COM: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://znanium.com>.

4. Гарант [Электронный ресурс]: информационно-правовое обеспечение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>
5. Консультант плюс: справочно-правовая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>; T:\consultantplus\cons.exe.
6. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://uisrussia.msu.ru/index.php>
7. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>.
8. ЭБС ТАУ: электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://83.234.207.58/MarcWeb2/Default.asp>

12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение обучающимся дисциплины предполагает посещение лекций, выполнение практических заданий, участие в семинарах (вебинарах), выполнение заданий для самостоятельной работы. При подготовке к лекции и для выполнения самостоятельной работы обучающемуся необходимо прочитать материал предыдущей лекции, стремясь к пониманию всех понятий и утверждений. По дисциплине проводятся следующие виды лекций: лекция-презентация – лекция информационного характера, предполагающая объяснения преподавателя с иллюстративным изложением материала; лекция с элементами обратной связи – лекция, на которой преподаватель производит изложение учебного материала, используя краткие ответы на вопросы, как правило, в начале лекции или в начале какого-либо раздела лекции, и групповое обсуждение отдельных «проблемных» мест, что предполагает подготовку и самостоятельное изучение обучающимися теоретического материала по заявленной преподавателем теме; интерактивная лекция – лекция, на которой изучаемый материал представляют обучающиеся в виде докладов-эссе по заранее выданным темам.

Освоение дисциплины предполагает выполнение практических заданий (практики) во время контактной работы с преподавателем либо в часы самостоятельной работы. Все практические задания дисциплины базируются на использовании результатов реальных статистических отчетов, предоставляемых преподавателями во время занятий и размещенных в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Выполненные практические работы сдаются на проверку преподавателю одним из следующих способов: сохранение в электронной информационно-образовательной среде, отправка преподавателю на почтовый ящик. При отправке преподавателю выполненной работы по почте обучающемуся следует

обеспечить личную идентификацию. Как правило, в теме или тексте письма указывается курс, ФИО обучающегося, дисциплина, тема, по которой выполнена работы. Отдельные практические работы могут быть проверены преподавателем непосредственно в аудитории. Результаты проверки выполненных работ доводятся до сведения обучающегося во время аудиторных занятий, в часы КСР, размещаются в электронной информационно-образовательной среде.

Для закрепления приобретенных знаний, умений и навыков, для развития способностей к самообучению в дисциплине предусмотрена самостоятельная работа. Самостоятельная работа может выполняться обучающимся дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Для успешного выполнения самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется заранее ознакомиться с перечнем заданий и графиком ее выполнения. Подготовка к лекциям и практическим занятиям с последующим участием в устном опросе предполагает: систематическое чтение конспектов лекций, учебников и источников дополнительной литературы; работу со справочниками и нормативными документами; аналитическую обработку, составление таблиц и схем для систематизации изученного материала; ответы на контрольные вопросы и составление плана и/или тезисов ответов; решение тренировочных задач. Подготовка к тестированию предполагает: чтение конспекта лекций, учебников и источников дополнительной литературы для поиска ответов на примерные вопросы теста; составление плана и/или тезисов ответов.

Для выполнения практических заданий самостоятельной работы (подготовка докладов-эссе, решение дополнительных задач) по данной дисциплине в домашних условиях (за пределами Академии) обучающемуся необходим персональный компьютер (планшет) и программный пакет Microsoft Office не ниже 10 версии. Самостоятельная работа сопровождается методическими указаниями, размещенными в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Методические указания содержат формулировку задания, примерную технологию выполнения, формат сдачи выполненной работы. Преподаватель во время аудиторных занятий заранее обсуждает с обучающимися задание самостоятельной работы и порядок ее сдачи. Консультации по выполнению самостоятельных работ, обсуждение отметок и допущенных ошибок, защита отдельных видов самостоятельных работ осуществляется во время КСР на кафедре дизайна или в аудитории по расписанию. Консультации преподавателя по выполнению самостоятельной работы могут осуществляться посредством асинхронного (почта, ЭИОС) и синхронного (zoom, сети) коммуникационного взаимодействия по предварительной договоренности с преподавателем. Выполняемые самостоятельные работы являются

элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении экзамена.

Формой промежуточного контроля выступает экзамен. Экзамен выставляется по результатам текущего контроля и письменного ответа на теоретический вопрос. Критерии выставления экзамена озвучиваются преподавателем на первых занятиях по дисциплине.

13. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Составил:

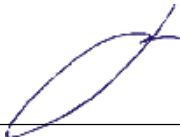
Н.С. Карпенко, доцент



(подпись)

Заведующий кафедрой

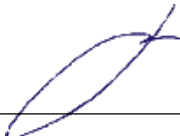
Е.В. Вишневская, к.п.н., доцент



(подпись)

Заведующий выпускающей кафедрой


Е.В. Вишневская, к.п.н., доцент



(подпись)

Директор БИК

О.В. Балакина



(подпись)

Начальник ООУП

С.В. Фирсова



(подпись)