

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ART-МЕНЕДЖМЕНТА

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научно-методической
и учебной работе

Е. И. Скафа

«22» апреля 2020 г.

МП



**Рабочая программа учебной дисциплины
«РЕКЛАМА И ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

Укрупненная группа направлений подготовки	<i>54.00.00 Изобразительное и прикладные виды искусств</i>
Направление подготовки	<i>54.04.01 Дизайн</i>
Магистерская программа	<i>Дизайн</i>
Программа подготовки	<i>Академическая магистратура</i>
Квалификация	<i>Магистр</i>
Форма обучения	<i>Очная</i>

УТВЕРЖДАЮ:

И. о. декана экономического факультета
Полшков Ю. Н.

21 апреля 2020 г.

М.П.



Рабочая программа учебной дисциплины «Реклама и визуальные коммуникации» составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 марта 2016 г. № 255.

Программа составлена с учетом ГОС ВПО по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР от 13 июня 2016 г. № 615, зарегистрированный в Министерстве юстиции ДНР от 28 июня 2016 г. № 1369; Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № 1171 от 11.11.2017 г. (с изменениями, внесенными от 03.05.2019 г. №567); учебного плана по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн (Магистерской программы: Дизайн), разработанного в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчики:

*доцент кафедры дизайна и art-менеджмента
кандидат педагогических наук*

Трошкина Ю. Ю.

*старший преподаватель
кафедры дизайна и art-менеджмента*

Радионова Э. Д.

*старший преподаватель
кафедры дизайна и art-менеджмента*

Данильян Л. В.

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры дизайна и art-менеджмента

Протокол № 8 а от «16» апреля 2020 г.

Зав. кафедрой

Трошкин А. В.

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией экономического факультета

Протокол № 8 от «20» апреля 2020 года

Председатель УМК

Стрелина Е. Н.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Реклама и визуальные коммуникации» относится к вариативной части (дисциплины по выбору) образовательной программы по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн.

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, *формируемые предшествующими дисциплинами* – «Методология и методы научных исследований», «История и философия науки», «История и методология дизайн-проектирования», «Информационные технологии в дизайне», «Современные проблемы в дизайне», «Проектно-исследовательская деятельность дизайнера», «Методологические основы проектной деятельности» и *сопутствующими* – «Дизайн-проектирование».

Освоение базовых знаний и навыков в области рекламы является необходимым компонентом профессионального мастерства будущего дизайнера. Программа базируется на основах визуализации информации в рекламном процессе. Знания, умения и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины, используются при написании магистерской диссертации.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки	54.04.01 Дизайн
Магистерская программа	Дизайн
Программа подготовки	Академическая магистратура
Квалификация	Магистр
Количество содержательных модулей (тем)	2 (4)
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Вариативная часть
Формы контроля	модульный контроль в 3-м семестре, зачет в 3-м семестре
Количество зачетных единиц	2
Количество часов	72
Год подготовки	2
Семестр	3
Количество часов	
- лекционных	-
- практических, семинарских	-
- лабораторных	20
- самостоятельной работы	52
в т.ч. индивидуальное задание	-
Недельное количество часов, т.ч.	
аудиторных	2
самостоятельной работы студента	5,2

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Реклама и визуальные коммуникации» – приобретение и усвоение студентами профессиональных теоретических знаний и практических навыков в рекламной деятельности, сфере визуальных коммуникаций, понимание сущности и задачи мировой и отечественной рекламы; освоение информационных технологий в рекламном процессе, визуализации информации, развитие творческого воображения, художественного

вкуса, эмоционально-эстетического отношения к действительности, подготовка к самостоятельной деятельности в области современной рекламы.

Задачи дисциплины – ознакомление с теорией развития современной рекламы, основными задачами, особенностями рекламного дизайна; изучение основных типов внешней и внутренней рекламы, ее рекламно-информационного обеспечения; комплексное использование информационных технологий, освоение методов работы с печатной продукцией в полиграфической рекламе, системе визуальных коммуникаций; создание разнообразных дизайн-разработок; использование в обучении эффективных способов и методов, способствующих творческому, экспериментальному подходу при выполнении учебных заданий, воспитание эстетического вкуса, определение роли предмета в формировании художника-дизайнера.

Требования к результатам освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО РФ по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 марта 2016 г. № 255:

<i>общекультурных (ОК):</i>	
ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОК-3	готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
<i>общепрофессиональных (ОПК):</i>	
ОПК-1	способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень
ОПК-2	способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности
ОПК-3	готовностью использовать на практике умения и навыки в организации исследовательских и проектных работ
ОПК-4	способностью вести научную и профессиональную дискуссию
ОПК-5	готовностью проявлять творческую инициативу, брать на себя всю полноту профессиональной ответственности
ОПК-6	способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе, непосредственно не связанных со сферой деятельности
ОПК-10	готовностью участвовать в творческих мероприятиях (художественных выставках, дизайнерских конкурсах)
<i>профессиональных (ПК):</i>	
<i>научно-исследовательская и педагогическая деятельность:</i>	
ПК-1	готовностью демонстрировать навыки научно-исследовательской деятельности (планирование исследования, сбор информации и ее обработки, фиксирования и обобщения полученных результатов), способностью представлять итоги проделанной работы в виде отчетов, рефератов, статей, каталогов, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных художественных средств редактирования и печати; владеть опытом публичных выступлений с научными докладами и сообщениями
ПК-3	способность к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением
<i>проектная деятельность:</i>	

ПК-5	готовность синтезировать набор возможных решений задач или подходов к выполнению проекта, способностью обосновывать свои предложения, составлять подробную спецификацию требований к проекту и реализовывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе, на практике
<i>информационно-коммуникативная деятельность:</i>	
ПК-6	готовность демонстрировать наличие комплекса информационно-технологических знаний, владение приемами компьютерного мышления и способность к моделированию процессов, объектов и систем используя современные проектные технологии для решения профессиональных задач
<i>организационно-управленческая деятельность:</i>	
ПК-9	способность организации работы творческого коллектива исполнителей, готовностью к принятию профессиональных и управленческих решений, определению порядка выполнения работ и поиску оптимальных решений при создании продукции с учетом требований качества, надежности и стоимости
<i>экспертно-консультационная и инновационная деятельность:</i>	
ПК-10	способность владеть методами авторского надзора, способами продвижения творческого продукта на рынке услуг и иметь целостное представление о проведении процедуры консультационного характера
ПК-11	способность к трансформации художественных идей, результатов научных исследований, внедрению их в практику и организации проведения художественно-творческих мероприятий

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- основные составляющие и особенности рекламного процесса;
- особенности рекламного дизайна, его коммуникативная роль;
- основные виды печатной рекламы, полиграфической продукции;
- роль и задачу внутренней и внешней рекламы;
- программное обеспечение компьютерных технологий в создании рекламной разработки объектов предмета деятельности.

уметь:

- использовать полученную информацию для приобретения профессиональных знаний и навыков;
- выполнять проектные разработки объектов рекламирования, используя различные графические приемы, компьютерные технологии;
- обозначать и формировать рекламную идею, выполнять поиск креативных конструктивных решений дизайн-разработок объектов рекламирования;
- выполнять дизайн-разработки комплекса, элементов рекламного обеспечения коммуникаций выставок, ярмарок, торговых предприятий;
- разрабатывать плакатные издания, полиграфическую продукцию.

владеть:

- навыками работы на компьютере при создании рекламных разработок объектов предмета деятельности;
- методикой создания объектов внешней и внутренней рекламы;
- навыками работы с графическими материалами для передачи художественного замысла;
- навыками самостоятельной деятельности в области современной рекламы;
- творческим мышлением, способным генерировать новые идеи, креативным подходом к решению профессиональных задач.

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Дисциплина «Реклама и визуальные коммуникации» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лабораторные занятия, самостоятельную работу студентов. Лабораторные занятия проводятся с целью практического освоения студентами теоретических положений учебной дисциплины, формируют умения и навыки их практического применения путем индивидуального выполнения соответственно сформулированных задач приближенных к конкретным практическим ситуациям.

Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических методов преподавания. Студенты приобретают практические навыки работы на компьютере, с разнообразными графическими материалами при разработке рекламных объектов, что способствует качественному выполнению заданий.

В учебном процессе применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение, проблемное обучение.

Самостоятельная работа направлена на формирование готовности к самообразованию, развитию созидательной и активной позиции студента и предусматривает выполнение индивидуальных заданий, подготовку к практическим работам (сбор и обработка материала по предварительно поставленной проблеме), завершение и оформление практических работ, изучение учебной и методической литературы, проведение эксперимента, обработку полученных результатов, анализ полученных результатов, использование в учебном процессе интернет-ресурсов.

Тематический план дисциплины «Реклама и визуальные коммуникации»

Темы	Краткое содержание темы
Содержательный модуль 1 Современная реклама. Особенности рекламного процесса.	
Тема 1. Основные составляющие и особенности рекламного процесса	1. История развития рекламы. 2. Современное предназначение рекламы, ее роль и проблемы в современном бизнесе. 3. Функции рекламы, классификация видов, реклама как процесс коммуникации. 4. Принципы и приемы работы дизайнера. 5. Создание фирменного знака, эмблемы.
Тема 2. Полиграфическая реклама как продукт высоких технологий	1. Общие сведения о печатной рекламе. 2. Основные виды рекламной полиграфии. 3. Рекламный плакат, его виды, задачи, предназначение, основные принципы дизайна. 4. Разработка рекламно-информационного плаката, листовки, буклета.
Содержательный модуль 2. Рекламно-информационное обеспечение.	
Тема 3. Внутренняя реклама	1. Рекламно-информационные технологии. 2. Особенности внутреннего дизайна рекламы. 3. Создание фирменного стиля, как особого вида маркетинговых коммуникаций. 4. Разработка элементов фирменного стиля.
Тема 4.	1. Виды внешней рекламы, принципы, приемы и правила дизайна в

Внешняя реклама	разработке. 2.Вывески, общие сведения, типы, способы изготовления и композиционные приемы разработки. 3.Разработка вывески, как элемента живописно-графической рекламы.
-----------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Структура дисциплины «Реклама и визуальные коммуникации» по видам учебной деятельности

Названия содержательных модулей и тем	Количество часов			
	Очная форма			
	всего	в т.ч.		
		лекции	лабораторные	самостоятельная работа
Содержательный модуль 1. Современная реклама. Особенности рекламного процесса.				
Тема 1.Основные составляющие и особенности рекламного процесса	18	-	5	13
Тема 2. Полиграфическая реклама как продукт высоких технологий	18	-	5	13
Итого по 1 содержательному модулю	36	-	10	26
Содержательный модуль 2. Рекламно-информационное обеспечение.				
Тема 3. Внутренняя реклама	18	-	5	13
Тема 4.Внешняя реклама	18	-	5	13
Итого по 2 содержательному модулю	36	-	10	26
Всего часов по курсу	72	-	20	52

4. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Содержательный модуль 1

Современная реклама. Особенности рекламного процесса.

1. Дать определение рекламы, ее роль в современном обществе.
2. Основные цели, задачи и функции рекламы.
3. Исторические предпосылки возникновения рекламы.
4. Элементы модели массовой коммуникации.
5. Роль маркетинговых коммуникаций в продвижении товара.
6. Виды рекламных агентств и предоставляемые ими услуги.
7. Основные составляющие и особенности рекламного процесса.
8. Классификация видов и способов рекламы.
9. Психологические и художественные аспекты рекламной деятельности.
10. Способы рекламного информирования.
11. Особенности рекламного дизайна.

12. Принципы и приёмы работы дизайнера в рекламе.
13. Выбор рекламного текста в решении проектных рекламных задач.
14. Зрительные и цветовые ассоциации в рекламе.
15. Предназначение печатной рекламы.
16. Основные виды рекламной полиграфии.
17. Полиграфическая рекламная продукция малых форм.
18. Требования, предъявляемые к рекламному тексту и графическим изображениям.
19. Рекламный плакат, его задачи, разновидности, предназначения.
20. Процесс разработки, средства дизайна рекламных плакатов.
21. Факторы, влияющие на выбор шрифтов, их классификации, принцип подбора шрифтов в рекламе.
22. Факторы, влияющие на эффективность деятельности рекламных объявлений.
23. Система условных графических изображений, знаков, символов для передачи информации.

Содержательный модуль 2

Рекламно-информационное обеспечение.

24. Особенности рекламного дизайна в формировании внутренней среды.
25. Критерии выбора соответствующих дизайн-объекту рекламных средств.
26. Технология использования компьютерных программ.
27. Приёмы работы дизайнера с рекламными текстами, шрифтами.
28. Основные компоненты фирменного стиля.
29. Роль торгового знака в рекламе фирмы.
30. Композиция фирменного знака. Виды товарных знаков.
31. Основные факторы визуальной ориентации населения в местах торговли.
32. Роль коммуникационной рекламы в формировании рекламно-информационного обеспечения.
33. Рекламный образ и его формирование
34. Значение цвета в рекламе
35. Основные типы и задачи внешней рекламы.
36. Факторы определения и формирования рекламной идеи.
37. Совокупность графических символов, способов визуализации информации. предприятий, фирм, с целью создания их узнаваемого зрительного образа.
38. Основное предназначение вывески, требования и содержание.
39. Композиционные приёмы разработки индивидуального художественного образа живописно-графической рекламы.
40. Виды изобразительной рекламы.
41. Виды наружной рекламы.
42. Дизайн наружной рекламы.

5. ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОЙ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 54.04.01 Дизайн

Магистерская программа: Дизайн

Форма обучения: очная

Семестр: третий

Учебная дисциплина: «Реклама и визуальные коммуникации»

Модульная контрольная работа Вариант № п

Теоретическое задание.

1. Основное предназначение вывески, требования и содержание.
2. Композиционные приёмы разработки индивидуального художественного образа живописно-графической рекламы.

Практическое задание.

Выполнение инфографической работы «Приемы создания рекламного образа».

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды заданий, составляет 20 баллов.

1. Теоретическое задание (2 теоретических вопроса) в случае полного правильного ответа на один вопрос – 2 балла; в случае определенных неточностей или неполного ответа – 1 балл; ответа нет – 0 баллов. Максимально за 2 теоретических вопроса – 4 балла.

2. Выполнение инфографической работы максимально оценивается в 16 баллов.

10-16 баллов – соответствие содержания инфографической работы теме; правильная структурированность представленного материала; наличие логической связи изложенной информации; аккуратность выполнения работы;

5-9 баллов – содержание инфографической работы в целом соответствует теме; логическая связь изложенной информации недостаточно выражена графически; работа выполнена не совсем аккуратно;

до 5 балла – работа выполнена не в полном объеме, информация не структурирована; работа выполнена не аккуратно.

7. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Организационно-учебная работа студента в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, активность во время проведения практических занятий.

Самостоятельная работа максимально оценивается в 10 баллов по каждому содержательному модулю и 20 баллов за семестр. В разрезе отдельных тем оценивание осуществляется следующим образом.

Оценивание СРС и ИРС по дисциплине «Реклама и визуальные коммуникации»

№ п/п	Тема	СРС	ИРС
	Содержательный модуль 1.		
1	Основные составляющие и особенности рекламного процесса	5	12
2	Полиграфическая реклама как продукт высоких технологий	5	13
Итого по 1 содержательному модулю		10	25
	Содержательный модуль 2.		
3	Внутренняя реклама	5	12
4	Внешняя реклама	5	13
Итого по 2 содержательному модулю		10	25
Итого		20	50
Всего по СРС и ИРС		70	

8. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Индивидуальные задания заключаются в разработке объектов визуальных коммуникаций в виде проектно-графических работ.

Варианты индивидуальных заданий:

Задание 1

Разработать изобразительный товарный знак туристической фирмы как константу фирменного стиля (оригинальность художественного изображения, простота знака, графическое и композиционное решения).

Задание 2

Разработать рекламную стратегию для строительной фирмы. Создать рекламу, печатную публикацию (информационное сообщение). Написать текст, придумать заголовок, иллюстрацию, слоган.

Задание 3

Разработать логотип дизайн-студии, как основной элемент корпоративного стиля (простота знака, современные дизайнерские решения).

Задание 4

Выполнить разработку шрифтового информационного плаката как элемента рекламной продукции, используя возможности шрифтовой графики.

Задание 5

Выполнить разработку буклета, рекламного проспекта. Выполнить макет буклета с использованием графики шрифта.

Задание 6

Выполнить графическую разработку поздравительной открытки экспрессивным шрифтовым решением к любому празднику.

Задание 7

Разработать комплект сувенирной продукции: брелок, значок, пакет, авторучка (как элементы фирменного стиля любого предприятия).

Задание 8

Выполнить графическую разработку настенного календаря, используя фотографии, рисунки с использованием визуальных эффектов.

Задание 9

Разработать графический вариант наружной рекламы - билборда с размещением информации о любом мероприятии.

Задание 10

Разработать графическое и конструктивное решение упаковки товара промышленной продукции любого предприятия с использованием обязательных элементов (логотипа, торговой марки, обязательной информации для потребителя), учитывая рекламные функции упаковки.

Задание 11

Разработать визуальную продукцию – информационный стенд, как вид оформительского искусства, для участия в выставке (с размещением информации).

Задание 12

Выполнить графическую и конструктивную разработку оформления упаковки-конверта для компакт-дисков.

Задание 13

Выполнить графическое решение почтовой марки к любому мероприятию.

Задание 14

Разработать один из основных элементов фирменного стиля любой фирмы-фирменный комплект шрифтов (единство формы, графика букв, нахождение выразительного образа).

Задание 15

Разработать носитель фирменного стиля - визитную карточку модельного агентства (три варианта).

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ТВОРЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

Защита индивидуального задания происходит в каждом модуле поэтапно после изучения соответствующей темы в форме собеседования с преподавателем. В конце работа сдается в печатном и электронном виде.

25 баллов за модуль – выполнено в полном объеме.

15-25 баллов – дано обоснование, но использованные методы содержат ошибки.

До 14 баллов – количество выполненных разделов менее половины. Содержание материала не раскрыто в полной мере.

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОБЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Общая оценка знаний студентов по дисциплине проводится по 100-балльной шкале согласно следующим критериям:

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная работа	10
	Индивидуальное задание	25
	Модульная контрольная работа	20
	Итого	60
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная работа	10
	Индивидуальное задание	25
	Итого	40
Общий итог		100

Порядок оценивания учебных достижений обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 7-м (ул. Челюскинцев, 186) и 5-м учебных корпусах (ул. Челюскинцев, 189 в) университета. Помещения для проведения практических занятий оборудованы меловой или маркерной доской, мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком, комплектом учебной мебели для студентов, рабочим местом преподавателя; имеется выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Материально-техническая база обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практических занятий, выполнения проектов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также включает помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Помещения для проведения лабораторных занятий оснащены необходимым оборудованием для изобразительной деятельности (мольберты, доски для демонстрации изображений, художественный реквизит) и др.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методических кабинетах 7-го (ауд.108) и 5-го учебных корпусов (ауд. 207), материально-техническая база учебной лаборатории кафедры дизайна и art-менеджмента и межкафедральной лаборатории.

В процессе обучения студенты имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета ГОУ ВПО «ДОННУ». С использованием ресурсов платформы дистанционного обучения также осуществляется текущий контроль знаний студентов на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

12. РЕСУРСЫ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Изучение дисциплины «Реклама и визуальные коммуникации» может осуществляться с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий:

1. *Дистанционный курс «Реклама и визуальные коммуникации»* для студентов направления подготовки 54.04.01 Дизайн доступен по ссылке на платформе Moodle Центра дистанционного обучения экономического факультета ГОУ ВПО «ДОННУ»: <http://ef.donnu-support.ru/moodle/course/view.php?id=891>

2. *Облако сервиса mail.ru Трошкиной Ю. Ю.* Папка «Реклама и визуальные коммуникации» <https://cloud.mail.ru/public/2FRK/2a9Jz4vU8>

13. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование основной литературы	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС ДонНУ
1	Реклама и визуальные коммуникации: учебное пособие для магистратуры направления подготовки 54.04.01 Дизайн / сост.: Ю. Ю. Трошкина, Э.Д.Радионова, Л.В.Данильян. – Донецк: ДонНУ, 2019. – 130 с.		+
2	Трошкина Ю. Ю. Реклама и визуальные коммуникации: учебно-методическое пособие для магистратуры		+

	направления подготовки 54.04.01 Дизайн / Ю. Ю. Трошкина, Э. Д. Радионова. – Донецк: ДонНУ, 2019., 2019. – 125 с.		
3	Антипов, К.В. Основы рекламы / К.В. Антипов. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031 (дата обращения: 26.11.2018). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02394-1. – Текст : электронный.L: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589 (дата обращения: 26.01.2019). – ISBN 978-5-8154-0357-4. – Текст : электронный.		ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»
Наименований основной литературы: 3		0 печатных экземпляров	3 электронных ресурса
Наименования дополнительной литературы			
			Наличие в ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»
1	Алексеев, А.Г. Проектирование: предметный дизайн / А.Г. Алексеев ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2017. – 95 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487646 (дата обращения: 26.11.2019). – ISBN 978-5-8154-0405-2. – Текст : электронный.		+
2	Арбатский, И.В. Шрифт и массмедиа: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по программам магистерской подготовки по направлениям "Дизайн", "Дизайн архитектурной среды", "Градостроительство" / И.В. Арбатский. – Красноярск : СФУ, 2015. – 271 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496976 (дата обращения: 26.01.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7638-3358-4. – Текст : электронный.		+
3	Марочкина, С.С. Введение в специальность: реклама / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова. – Москва : Юнити, 2015. – 239 с. : ил. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757 (дата обращения: 26.11.2018). – ISBN 978-5-238-01657-3. – Текст : электронный.		+
4	Маликова, Н.Н. Дизайн и методы социологического исследования / Н.Н. Маликова, О.В. Рыбакова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. – 234 с. : табл.		+

	– Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275794 (дата обращения: 26.01.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7996-1333-4. – Текст : электронный.		
5	Нартя, В.И. Основы конструирования объектов дизайна : [16+] / В.И. Нартя, Е.Т. Суиндигов. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2019. – 265 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=565018 (дата обращения: 26.01.2019). – Библиогр.: с. 280. – ISBN 978-5-9729-0353-5. – Текст : электронный.		+
6	Пылаев, А.Я. Архитектурно-дизайнерские материалы и изделия: учебник для бакалавров направлений «Архитектура» и «Дизайн» : [16+] / А.Я. Пылаев, Т.Л. Пылаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», Академия архитектуры и искусств. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. – Ч. 1, 2. Материалы и изделия архитектурной среды. – 402 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561240 (дата обращения: 26.01.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2858-5. – Текст : электронный.		+
7	Смирнова, Л.Э. История и теория дизайна / Л.Э. Смирнова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. – 224 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435841 (дата обращения: 26.01.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7638-3096-5. – Текст : электронный.		+
		Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	
8	Страуструп, Б. Дизайн и эволюция C++ : Пер. с англ. / Бьерн Страуструп. – М. : ДМК, 2000. – 448 с.	3	
9	Лаврентьев, А. Н. История дизайна : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 052400 Дизайн / А. Н. Лаврентьев. - Москва : Гардарики, 2008. – 303 с.	3	
10	Мировая художественная культура. XX век : изобразит. искусство и дизайн / Е. П. Львова, Д. В. Сарабьянов, Е. П. Кабкова и др. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2008. - 460 с. + 1 электрон. опт. диск (CD-ROM)..	3	
			Наличие электронной версии в ЭБС

			«Elibrary»
11	Кухта М. С. Дизайн и технологии : учебник. – Томск :СТТ, 2016. – 170 с. – (Дизайн и общество).		+
12	Новиков А. М. Н 85; 87.8 Методология художественной деятельности. – М.: Издательство «Эгвес», 2008. – 72 с.		+
			ЭБС «Юрайт», РФ, раздел «Легендарные книги»
13	Каменев, В. И. Аксонометрические проекции / В. И. Каменев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 190 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-09755-9. — Режим доступа : www.urait.ru/book/aksonometricheskie-proekcii-428522		+
14	Михаловский, И. Б. Архитектурные формы Античности / И. Б. Михаловский. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 263 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-08199-2. — Режим доступа : www.urait.ru/book/arhitekturnye-formy-antichnosti-438502		+
15	Тугендхольд, Я. А. Живопись и зритель / Я. А. Тугендхольд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 120 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-09608-8. — Режим доступа : www.urait.ru/book/zhivopis-i-zritel-428187		+
16	Тэн, И. Философия искусства : краткий курс лекций / И. Тэн ; переводчик Н. Соболевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 351 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-07455-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/423106		+
17	Цирес, А. Г. Искусство архитектуры / А. Г. Цирес. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 272 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-05825-3. — Режим доступа : www.urait.ru/book/iskusstvo-arhitektury-410437		+
Наименований дополнительной литературы: 17		9 печатных экземпляров	14 электронных ресурсов
Всего по дисциплине Наименований: 15		9 печатных экземпляров	17 электронных ресурсов
№ п/п	Периодические издания	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС «Elibrary»
1	Международный журнал научных исследований «Дизайн. Искусство. Промышленность». Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет (Челябинск)		+
2	Журнал «АРХИТЕКТУРА И ДИЗАЙН» Общество с ограниченной ответственностью "НБ-Медиа" (Москва)		+
	Наименований 2	0 печатных издания	2 электронных ресурса

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Научная библиотека Донецкого национального университета. – Режим доступа: library.donnu.ru
2. Сборник статей по истории и теории дизайна – <http://www.fondartproject.ru/publishing/problems-dizaina-5-sbornik-statei/>
3. Официальный сайт Союза дизайнеров России <http://www.design-union.ru>
4. Блог о будущем дизайна, инновациях в технологиях, материалах и проектной деятельности, медиаресурсы о дизайне – <https://www.designboom.com/>
5. Информационное агентство Союза архитекторов <http://www.architekt.ru/>

15. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL для свободного программного обеспечения: Антивирус Касперского, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Paint.NET.