



Факультет	технологий и бизнеса	
Кафедра	технологии и сервиса	
Направление подготовки	44.03.01 Педагогическое образование	
Направленность (профиль)	Технология	
	Дизайн и рекламные технологии	Б1.В.20

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого»
ФГБОУ ВО «ТГПУ им. Л. Н. Толстого»

УТВЕРЖДЕНА

на заседании Ученого совета университета

Протокол № 8 от «31» августа 2017 г.

Рабочая программа дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»

Трудоемкость: 4 зачетные единицы

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: заочная

Год начала подготовки: 2014, 2015

Заведующий кафедрой технологии и
сервиса _____ А. Н. Сергеев

Декан факультета технологий и
бизнеса _____ А. А. Потапов

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины и виды учебной работы	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.....	4
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	5
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	6
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	6
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	8
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	10
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	12
7.1. Основная литература.....	12
7.2. Дополнительная литература.....	12
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	12
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	12
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	13
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	14
12. Аннотация рабочей программы дисциплины	17
13. Лист регистрации изменений к рабочей программе дисциплины.....	19

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Достижение планируемых результатов обучения, соотнесенных с общими целями и задачами ОПОП, является целью освоения дисциплины (модуля).

Планируемые результаты освоения образовательной программы (код и название компетенции)	Планируемые результаты обучения	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы
готовностью реализовывать образовательные программы по учебному предмету в соответствии с требованиями образовательных стандартов (ПК-1);	<p>Выпускник умеет ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p> <p>Выпускник владеет (навыки и/или опыт деятельности): навыками обоснования проектных решений.</p>	<p style="text-align: center;">В</p> <p>соответствии с учебным планом</p>
способность использовать основы технологической подготовки в профессиональной деятельности (ДПК-2).	<p>Выпускник знает: средства рекламной деятельности; способы и методы организации рекламной деятельности на предприятии; законодательные акты и нормативные документы в области рекламы; основные виды рекламы; выразительные средства рекламы;</p> <p>Выпускник умеет: определять оптимальный набор рекламных средств для конкретной рекламной акции; составлять план подготовки предприятия к участию в выставке, подготовки и проведения презентации; анализировать различные виды рекламной продукции; выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов; разрабатывать колористическое решение рекламного продукта;</p> <p>Выпускник владеет (навыки и/или опыт деятельности): владения графическими средствами представления рекламного сообщения; организации проектной формы и пространства; художественно-образительными приемами композиционного решения объектов графического дизайна; графическими техниками и проектными технологиями; мастерством креативной реализации идеи средствами графики; способами вариативного решения образа при проектировании средств визуальной коммуникации (рекламы) и полиграфической продукции; компьютерными технологиями в области рекламы.</p>	<p style="text-align: center;">В</p> <p>соответствии с учебным планом</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» относится к обязательным дисциплинам вариативной части основной профессиональной образовательной программы (Блок 1).

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Объем зачетных единиц / часов по формам обучения
	заочная
Максимальная учебная нагрузка (всего)	4/144
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	18
в том числе:	
лекции	6
лабораторные работы	12
Самостоятельная работа студента (всего)	117
в том числе:	
–выполнение заданий для самостоятельной работы в процессе подготовки к выполнению лабораторных работ в модульной объектно-ориентированной динамической учебной среде MOODLE	117
Контроль	9
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Наименование тем (разделов).	Количество академических или астрономических часов по видам учебных занятий			
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Другие виды учебных занятий	Самостоятельная работа обучающихся
Тема 1. Специфика дизайна	1			9
Тема 2. История становления и эволюции дизайна	1			9
Тема 3. Теоретические концепции западного дизайна				9
Тема 4. История рекламы. Промышленная графика				10
Тема 5. Теоретические концепции отечественного дизайна				10
Тема 6. Методология и средства дизайн-проектирования промышленных изделий	2			10
Тема 7. Закономерности и средства композиции		6		10
Тема 8. Основы цветоведения				10
Тема 9. Биодизайн				10
Тема 10. Объемное проектирование				10
Тема 11. Шрифты				10
Тема 12. Реклама	2	6		10
Всего	6	12	0	117
Контроль	9			
ИТОГО:	144			

Тема 1. Специфика дизайна

Лекция № 1. Цели и задачи курса. Понятие «дизайн». Специфика дизайна

Тема 2. История становления и эволюции дизайна

Лекция № 2. История становления и эволюции дизайна (мировой и отечественный опыт)

Тема 3. Теоретические концепции западного дизайна

Отправные точки зарождения концепций дизайна. Теоретические взгляды основателей Германского Веркбунда. Концепция, восходящая к традициям функционализма. Дизайн - специфическая художественная профессия, область самовыражения художника, форма искусства. Промежуточная позиция между «антивещистским» дизайном Т. Мальдонадо и «Арт-дизайном» Г. Рида. Коммерческий дизайн. Идеи системного подхода в дизайне. Создание «изделий, пленяющих воображение, приносящих наслаждение, удобных, надежных».

Тема 4. История рекламы. Промышленная графика

Рекламная графика в России. Визуальные коммуникации и понятие фирменного стиля.

Тема 5. Теоретические концепции отечественного дизайна

Аксиоморфологическая концепция дизайна. Принцип «открытой формы» художественного проектирования. Теория системного проектирования. Метод дизайн-программ.

Тема 6. Методология и средства дизайн-проектирования промышленных изделий

Лекция №3. Воспроизводство предметной среды и дизайн-проектирование.

Тема 7. Закономерности и средства композиции

Ритм – основа композиционных построений. Равновесие. Динамичность и статичность формы. Симметрия и асимметрии. Масштаб и масштабность. Пропорции. Контраст. Тектоника. Декоративная трансформация плоскости. Анализ динамичности и статичности формы. Выполнение композиций на симметрию и асимметрию и их анализ. Организация плоскости с помощью контрастирующих элементов и нюансных отношений. Тектоника и декоративная трансформация плоскости.

Лабораторно-практическая работа №1. Выполнение ритмических композиций

Лабораторно-практическая работа №2. Построение образно-ассоциативных форм, используя закономерности ритма

Лабораторно-практическая работа №3. Поиск равновесия

Тема 8. Основы цветоведения

Цвет и его роль в композиции. Цвета и их психологическое воздействие. Функция цвета в природе. Изобразительные средства передачи фактуры материалов. Выполнение цветовых таблиц. Использование категорий композиции и цветовых закономерностей в создании аранжировок из цветов. Имитация фактуры материалов

Тема 9. Биодизайн

Биоформы в художественном конструировании. Основные методы дизайнерской бионики (биодизайна).

Тема 10. Объемное проектирование

Объемное проектирование. Моделирование

Тема 11. Шрифты

Шрифты. Шрифтовые плакаты

Тема 12. Реклама

Лекция № 4. Типы и виды рекламы. Структурные элементы рекламы. «Конструктивная структура» рекламы. Законы «свободного» творчества. Графический дизайн.

Лабораторно-практическая работа № 4. Анализ и создание рекламы.

Лабораторно-практическая работа № 5. Разработка дизайн-проекта рекламной акции или стратегии.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа по дисциплине имеет своей целью получение необходимых знаний и умений для подготовки к выполнению лабораторных работ, и индивидуального учебного проекта, при условии самостоятельной работы с литературой (основной и дополнительной) используя ресурсы НОБИ-центра университета, ЭБС, системы управления обучением MOODLE и использования доступных студентам программно-аппаратных комплексов.

Тематика лабораторных работ, порядок выполнения и контроля самостоятельной работы студентов соответствует приведенному в разделе 4 данного документа.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлен в таблице пункта 1 данного документа. Этапы формирования компетенций определяются учебным планом.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенции «готовность реализовывать образовательные программы по учебному предмету в соответствии с требованиями образовательных стандартов (ПК-1)» и «способность использовать основы технологической подготовки в профессиональной деятельности (ДПК-2)».

Дескриптор компетенций	Показатели оценивания	Критерии оценивания
Знания	<ul style="list-style-type: none"> – средств рекламной деятельности; – способов и методов организации рекламной деятельности на предприятии; – законодательных актов и нормативных документов в области рекламы; – основных видов рекламы; выразительных средств рекламы 	<p>Оценка «отлично» выставляется если в процессе освоения дисциплины и сдачи экзамена сумма баллов БРСД находится в диапазоне значений 81–100.</p> <p>Оценка «хорошо» выставляется если в процессе освоения дисциплины и сдачи экзамена сумма баллов БРСД находится в диапазоне значений 61–80.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» выставляется если в процессе освоения дисциплины и сдачи экзамена сумма баллов БРСД находится в диапазоне значений 41–60.</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» выставляется если в процессе освоения дисциплины и сдачи экзамена сумма баллов БРСД находится в диапазоне значений 0–40.</p>
Умения	<ul style="list-style-type: none"> – определять оптимальный набор рекламных средств для конкретной рекламной акции; – составлять план подготовки предприятия к участию в выставке, подготовки и проведения презентации; – анализировать различные виды рекламной продукции; – ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности; – выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов; – разрабатывать колористическое решение рекламного продукта 	
Навыки и (или) опыт деятельности	<ul style="list-style-type: none"> – владения графическими средствами представления рекламного сообщения; – обоснования проектных решений; – организации проектной формы и пространства; – художественно-изобразительными приемами композиционного решения объектов графического дизайна; – графическими техниками и проектными технологиями; мастерством креативной 	

реализации идеи средствами графики;
 – способами вариативного решения образа при проектировании средствах визуальной коммуникации (рекламы) и полиграфической продукции;
 – компьютерными технологиями в области рекламы

Критерии оценивания компетенций сформированы на основе балльно-рейтинговой системы дисциплины (БРСД) с помощью комплекса методических материалов, определяющих процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих данный этап формирования компетенций (пункты 6.3, 6.4 данного документа).

Знания, умения, навыки и компетенции студентов по дисциплине оцениваются по четырехбалльной системе. При четырехбалльной системе преподавателями как правило, используются следующие показатели – сумма баллов БРСД (см. пункт 6.4 данного документа), при условии успешного прохождения текущего контроля успеваемости по дисциплине.

Оценка «отлично» выставляется если в процессе освоения дисциплины и сдачи экзамена сумма баллов БРСД находится в диапазоне значений 81–100. При этом студент на экзамене:

– дает полный и правильный ответ на поставленный в процессе промежуточной аттестации теоретический вопрос, изложение материала произведено в логической последовательности, в самостоятельном (без наводящих вопросов) ответе обстоятельно раскрывает теоретические положения дисциплины, приводит аргументированные примеры, раскрывает пути реализации теоретических положений. В ответе могут быть допущены 1–2 неточности.

– студент в процессе защиты индивидуального учебного проекта демонстрирует высокий уровень степени овладения умениями производить обоснованный выбор проектных решений при разработке технической документации на производство строительных работ. При этом сумма баллов БРС за выполнение и защиту учебного научно-исследовательского проекта находится в диапазоне значений 9–10.

Оценка «хорошо» выставляется если в процессе освоения дисциплины и сдачи экзамена сумма баллов БРСД находится в диапазоне значений 61–80.

При этом ответ студента на теоретический вопрос, соответствующий указанным выше критериям для оценки «отлично», но отличается меньшей обстоятельностью и глубиной изложения программного материала дисциплины, ответ на теоретический вопрос содержит несущественные ошибки в изложении материала;

– студент в процессе защиты индивидуального учебного проекта демонстрирует высокий / средний уровень степени овладения умениями производить обоснованный выбор проектных решений при разработке технической документации на производство строительных работ. При решении практических задач, студент способен самостоятельно исправить ответ после дополнительного вопроса преподавателя. При этом сумма баллов БРСД за выполнение и защиту учебного проекта находится в диапазоне значений 7–8.

Оценка «удовлетворительно» выставляется если в процессе освоения дисциплины и сдачи экзамена сумма баллов БРСД находится в диапазоне значений 41–60. При этом студент на экзамене:

– излагает программный материал по теоретическому вопросу в основном полно, но при этом допускает существенные ошибки, ответ носит репродуктивный характер, наблюдается нарушение логики изложения, студенту требуется помощь со стороны преподавателя путем наводящих вопросов и кратких разъяснений.

– студент в процессе защиты индивидуального учебного проекта демонстрирует средний уровень степени овладения умениями производить обоснованный выбор проектных решений при разработке технической документации на производство строительных работ. При этом сумма баллов БРСД за выполнение и защиту учебного научно-исследовательского проекта находится в диапазоне значений 4–6.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется если в процессе освоения дисциплины и сдачи экзамена сумма баллов БРСД находится в диапазоне значений 0–40.

– при этом ответ студента на теоретический вопрос обнаруживает незнание или непонимание большей, или наиболее значимой части содержания учебного материала как по основным, так и по дополнительным вопросам преподавателя, допускаются существенные ошибки, которые студент не может исправить с помощью наводящих вопросов преподавателя, студент допускает грубое нарушение логики изложения.

– студент в процессе защиты индивидуального учебного проекта демонстрирует низкий уровень степени овладения умениями производить обоснованный выбор проектных решений при разработке технической документации на производство строительных работ. Проявляется неумение применять теоретические знания для объяснения конкретных фактов и при решении практических задач. При этом сумма баллов БРСД за выполнение и защиту учебного научно-исследовательского проекта находится в диапазоне значений 0–3.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Оценка знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» в процессе освоения соответствующего этапа формирования компетенций «готовность реализовывать образовательные программы по учебному предмету в соответствии с требованиями образовательных стандартов (ПК-1)» и «способность использовать основы технологической подготовки в профессиональной деятельности (ДПК-2)» в дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» используются практические задания на освоение программного материала, изложенные в соответствующих разделах учебно-методических пособий по выполнению лабораторных работ.

Тематика лабораторных работ представлена в п. 4. данного документа.

Контроль самостоятельной работы студентов по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» осуществляется на этапе допуска к выполнению лабораторной работы представленных в соответствующих разделах учебно-методических пособий по выполнению лабораторных работ. Как правило, при подготовке к выполнению лабораторной работы студентам необходимо изучить теоретический материал, изложенный в теоретической справке лабораторной работы, курсе лекций, основной и дополнительной литературе, познакомиться с изучаемым оборудованием и прикладным программным обеспечением, и ответить на контрольные вопросы.

Пример контрольных вопросов по лабораторной работе.

ЛАБОРАТОРНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 1

Выполнение ритмических композиций

Цель работы: познакомиться с таким понятием как ритм; используя эти знания, создать несколько ритмичных композиций.

Контрольные вопросы

1. Можно ли ритм считать основой жизнедеятельности человека?
2. Как нарушение производственного ритма сказывается на трудоспособности рабочего?
3. Ритм понятие человеческого воображения или творение природы?
4. Какие растения или насекомые более всего пригодны для стилизации ритмического ряда?
5. Назовите признаки, по которым отбирают природный аналог для ритма.
6. Какие изобразительные средства существуют для выражения ритмических и метрических построений?
7. Можно ли использовать комбинаторный прием при поиске ритмических и метрических построений?

Пример контрольных тестов

Вариант 1

ВОПРОС 1: к какому периоду можно отнести возникновение дизайна как профессиональной индустрии?

1. Дизайн как целенаправленная деятельность по созданию внешней формы любых искусственных объектов извечен. Датой его возникновения можно считать тот день, когда впервые палка или камень были обработаны для выполнения определенных функций.

2. Дизайн возникает с развитием производства, основанного на тиражировании созданного мастером образца. Так, на мануфактурах Древнего Рима рабы копировали созданный художником предмет.

3. Возникновение дизайна можно отнести к 1910-м годам, толчком чему послужило развитие различных направлений беспредметного искусства.

4. К началу 30-х годов XX века, когда дизайн впервые выступает как реальная коммерческая сила.

5. Ко второй половине XIX века, когда сформировался ряд необходимых для этого социально-экономических факторов.

ВОПРОС 2: побуждающим началом функционирования дизайн-системы «Реклама» служат:

1. Средства массовой коммуникации.

2. Развитие экономической структуры общества.

3. Потребность общества в информации об имеющихся товарах и предлагаемых услугах.

4. Необходимость воспитания аудитории на основе извечных нравственных ценностей, формирования разумных потребностей.

ВОПРОС 3: одним из самых первых видов дизайна можно считать:

1. Художественное конструирование.

2. Инженерно-технический дизайн.

3. Арт-дизайн.

4. Стайлинг.

ВОПРОС 4: закон целостности композиции в дизайне предполагает:

1. Наличие единого признака, облегчающего переход от одной зоны внимания к другой.

2. Градацию меры проявления единого признака, что определяет иерархию зон внимания и управляет процессом восприятия.

3. Обязательное выполнение всех пяти основных законов композиции.

4. Угловые размеры композиции не должны превышать 30°.

5. Композиция должна быть уравновешенной относительно одной из осей или точки симметрии.

ВОПРОС 5: какие элементы оформления используются в газетной рекламе?

1. У газетной рекламы, как и у рекламы в целом, есть богатейший арсенал только ей присущих элементов оформления.

2. Элементы оформления плакатной графики.

3. Те же, что и в других видах печатной продукции.

4. Элементы оформления, заложенные в фирменном стиле рекламодателя.

ВОПРОС 6: композиция рекламного обращения, опубликованного в газете, с точки зрения дизайна наиболее близка:

1. Полностью оригинальна в силу специфики ее функций.

2. Журнальной полосе.

3. Газетному материалу.

4. Изданию в целом.

5. Книжной обложке.

ВОПРОС 7: структура рекламного обращения в газете зависит от:

1. Типа издания.

2. Объема материала.

3. Требований рекламодателя.

4. Типа и вида рекламы.

5. Профессионализма дизайнера.

ВОПРОС 8: какой тип газетной рекламы может быть подан в виде дисплей-рекламы?

1. Только престижная реклама.

2. Престижная, торгово-промышленная и потребительская реклама.

3. Потребительская реклама.
4. Торгово-промышленная и престижная реклама.
5. Потребительская и престижная реклама.

ВОПРОС 9: какие структурные элементы рекламного обращения «несут ответственность» за привлечение непроизвольного внимания реципиента?

1. Фирменный знак.
2. Иллюстрация.
3. Слоган.
4. Заголовок и первая часть основного текста.
5. Иллюстрация и заголовок.

ВОПРОС 10: можно ли назвать динамичной композицию рекламного обращения, построенную на основании вертикальной осевой симметрии?

1. Нельзя, так как разделенные осью части симметричной композиции равновелики, а, следовательно, и равнозначны, и композиция в целом статична.
2. Можно, если ритмическая организация элементов оформления ясно указывает на иерархию зон внимания и нарастание меры проявления основного признака к смысловому центру композиции и убывание от него.
3. Нельзя, так как нет движения по направляющей диагонали «лево верх - право низ».
4. Можно, так как симметричная композиция значительно облегчает процесс восприятия, легко направляя движение глаз реципиента сверху вниз.

ВОПРОС 11: что представляет собой модульная сетка?

1. Решетка из горизонтальных и вертикальных линий, образующих прямоугольные модули, которые определяют масштаб рекламных материалов и фирменных элементов.
2. Система форматов набора в печатных изданиях, регламентирующая верстку любых материалов.
3. Стандартное оформление фирменного блока, что позволяет проследить элементы единого стиля в любой композиции.
4. Единая система пропорционирования знака, логотипа и фирменного блока, что облегчает реципиенту их восприятие как элементов целого.
5. Единая система пропорционирования и расположения констант фирменного стиля.

ВОПРОС 12: какие из перечисленных признаков служат гарантией создания удачного слогана?

1. Ясность.
2. Краткость.
3. Звучность.
4. Все три признака.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

По дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» используется комплекс учебно-методических материалов в печатном и электронном виде, выполняющий обучающую, информационно-справочную и контролирующую функции. В качестве контролирующей функции комплекс используется для текущего и промежуточного контроля успеваемости и полностью обеспечивает возможность самостоятельной работы студента по материалам дисциплины.

Для текущей оценки сформированности теоретических знаний по дисциплине используется письменный опрос на контрольные вопросы по материалам лекций. Оценка теоретических знаний, умений и навыков, сформированных в процессе выполнения лабораторных работ, осуществляется в форме письменного опроса (составная часть отчета по лабораторной работе), выполнения практических заданий и процесса защиты выполненной лабораторной работы. Требования к содержанию отчета по лабораторной работе сформулированы в соответствующем разделе каждой лабораторной работы.

Для текущей оценки сформированности теоретических знаний по дисциплине используется письменный опрос на контрольные вопросы по материалам лекций. Оценка теоретических знаний, умений и навыков, сформированных в процессе выполнения лабораторных работ, осуществляется в форме письменного опроса (составная часть отчета по лабораторной работе), выполнения практических заданий и процесса защиты выполненной лабораторной работы. Требования к содержанию отчета по лабораторной работе сформулированы в соответствующем разделе каждой лабораторной работы.

Максимальное число баллов, набранных студентом – 100. Шкала диапазонов итоговой оценки определяется в соответствии с таблицей.

Шкала оценки по дисциплине

Название тем (укрупненных блоков тем)	Максимальная оценка (в баллах)
Тема 1. Специфика дизайна	6
Тема 2. История становления и эволюции дизайна	6
Тема 3. Теоретические концепции западного дизайна	6
Тема 4. История рекламы. Промышленная графика	6
Тема 5. Теоретические концепции отечественного дизайна	6
Тема 6. Методология и средства дизайн-проектирования промышленных изделий	6
Тема 7. Закономерности и средства композиции	6
Тема 8. Основы цветоведения	6
Тема 9. Биодизайн	8
Тема 10. Объемное проектирование	8
Тема 11. Шрифты	8
Тема 12. Реклама	8
Контрольные работы	0
Итого:	80
Зачет	20
Итоговая балльная оценка	100

В общем случае оценка знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности на этапах текущего контроля осуществляется согласно следующей методике: выполнение лабораторной работы – 2 балла; защита лабораторной работы – 3 балла. Итого: 5 баллов. Ряд лабораторных работ отличаются повышенной сложностью, соответственно количество баллов для них увеличено.

Посещение лекций -5 баллов.

Корреляция между стобалльной системой оценивания БРС и оценкой на промежуточной аттестации

Баллы, набранные студентом в течение семестра	Баллы за промежуточную аттестацию (экзамен)	Общая сумма баллов за модуль в семестр	Оценка на экзамене
21 – 80	0 – 20	81 – 100	отлично
	0 – 20	61 – 80	хорошо
	0 – 20	41 – 60	удовлетворительно
0 – 20	0 – 20	0 – 40	неудовлетворительно

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература

1. Абрамова, В. И. Дизайн и рекламные технологии: учебное пособие / В. И. Абрамова, А. Н. Сергеев, А. В. Сергеева. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2016 –196 с. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25713332> (Дата обращения 29.08.2017)

2. Абрамова, В. И. Лабораторный практикум по курсу «Дизайн и рекламные технологии»: учебно-методическое пособие / В. И. Абрамова, А. Н. Сергеев, А. В. Сергеева. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2016 – 100 с. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25713333> (Дата обращения 29.08.2017)

7.2. Дополнительная литература

1. Техническое творчество и дизайн: учеб.-метод. пособие / В. М. Заёнчик, В. Е. Шмелёв, П. Н. Медведев, А. Н. Сергеев. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2016 – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – ISBN 978-5-7679-3389-1. — 346 с. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25713389> (Дата обращения 29.08.2017)

2. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П.А. Кузнецов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 296 с. : схем., ил., табл. - ISBN 978-5-394-01068-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403> (Дата обращения 29.08.2017)

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Российское образование [Электронный ресурс]: федеральный портал / ФГУ ГНИИ ИТТ «Информика». – М.: [б. и.], 2002. – Загл. с титул. экрана. – Б. ц. URL: www.edu.ru (Дата обращения 29.08.2017).

2. Университетская библиотека Online [Электронный ресурс] / ООО «Директ-Медиа». – М.: [б. и.], 2006. – Загл. с титул. экрана. – Б. ц. URL: www.biblioclub.ru (Дата обращения 29.08.2017).

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: информационный портал / ООО «РУНЭБ», Санкт-Петербургский государственный университет. – М.: [б.и.], 2010. – Загл. с титул. экрана. – Б. ц. URL: www.eLibrary.ru (Дата обращения 29.08.2017).

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» является типовым курсом, развивающим навыки проектной работы и направлена на формирование у студентов готовности к комплексному использованию сервисных технологий в будущей профессиональной деятельности.

Преподавание дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» включает в себя следующие образовательные технологии, включая инновационные образовательные технологии:

1. Изложение основных теоретических положений разделов дисциплины, осуществляется в интерактивном взаимодействии преподавателя и студентов в ходе лекций с элементами дискуссии и разбором конкретных технологических и дидактических ситуаций, с использованием презентаций, выполненных с применением мультимедийных технологий.

2. Преподавание дисциплины строится на тесном междисциплинарном взаимодействии с дисциплинами базовой и вариативной части дисциплин направления на основе использования проблемно-ориентированного междисциплинарного подхода.

3. В процессе практической подготовки, в ходе выполнения ряда работ, и в процессе самостоятельной работы используется метод проектов. Происходит постепенное вовлечение студентов в выполнение задач, решаемых в реальной педагогической деятельности, в том числе на основе опыта. Индивидуальный подход к формированию тематики учебных проектов, позволяет изменять последовательность изучения разделов дисциплины, позволяет сформировать индивидуальные образовательные траектории студентов. По желанию студенты объединяются в творческие коллективы для работы над более трудоемким и объемным проектом. Результатом проектной деятельности студентов является создание макетов электронных учебных пособий и аудио-, видео-, мультимедийных материалов образовательного назначения.

4. Подготовка по дисциплине включает в себя организацию аудио-, фото-, видеокolleкций и другого мультимедийного образовательного контента, являющихся компонентами формирования и пополнения комплекса сетевых медиатек, как дисциплины, так и сетевого хранилища образовательного контента на сервере образовательного учреждения – медиатеки университета, а также подготовку мультимедийного контента для загрузки в модульную объектно-ориентированную динамическую учебную среду – свободной системы управления обучением MOODLE.

5. С целью активизации работы студентов по усвоению материалов учебной дисциплины студенты обеспечиваются электронными УМК, доступными студентам как в ЭБС так и в системе управления обучением MOODLE (доступен из локальной сети ФГБОУ ВО «ТГПУ им. Л. Н. Толстого»; с сайта университета из раздела «Электронное обучение». Системные требования: Foxit Reader; Adobe Reader. URL: <http://moodle.tsput.ru/> и может использоваться в процессе выполнения самостоятельной работы и в технологиях дистанционного обучения.

6. При изучении дисциплины используется балльно-рейтинговая система оценки успеваемости студентов по дисциплине, представленная в разделе 6.4 данного документа.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» информационно-коммуникационные технологии используются как средство выполнения профессиональных задач, а также как вспомогательный инструмент в процессе преподавания дисциплины.

Среда электронного обучения ТГПУ им. Л. Н. Толстого (<http://moodle.tsput.ru>) и электронный учебный курс для самостоятельной подготовки к выполнению лабораторных работ, лекционным занятиям.

Перечень программного обеспечения:

1. Chrome – кроссплатформенный веб-браузер. Программа распространяется на условиях собственной лицензии EULA. – URL: <http://www.google.ru/intl/ru/chrome/> (Дата обращения 29.08.2017).

2. FastStone Image Viewer – графический браузер, вьюер, редактор и конвертор графических файлов. Поддерживает все популярные форматы графики, включая JPEG, JPEG 2000, GIF, PNG, PCX, TIFF, WMF, BMP, ICO, RAW и TGA. Программа распространяется на условиях Free for Home Users. – URL: <http://www.faststone.org/FSViewerDetail.htm> (Дата обращения 29.08.2017).

3. ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition – система оптического распознавания символов. Проприетарное коммерческое ПО. Лицензионный сертификат – код позиции AF90-3U1V25-102, ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition Volume License Concurrent от 28 июля 2009 г. – URL: <http://www.abbyy.ru/finereader/> (Дата обращения 29.08.2017).

4. Foxit Reader – программа для просмотра и печати документов формата PDF. Программа распространяется на условиях неисключительной, не подлежащую передаче бесплатной лицензии на установку и использование. – URL: <https://www.foxitsoftware.com/ru/products/pdf-reader/> (Дата обращения 29.08.2017).

5. FreeCommander – менеджер файлов. Программа распространяется на условиях GNU General Public License. – URL: <http://www.freecommander.com/ru/index.htm> (Дата обращения 29.08.2017).

6. Mozilla Firefox – кроссплатформенный веб-браузер. Программа распространяется на условиях тройной лицензии, позволяя создавать на основе исходного кода собственное ПО, и распространять его. – URL: <http://mozilla-russia.org/> (Дата обращения 29.08.2017).

7. MS Office – офисный пакет. Проприетарное коммерческое ПО. Подписка Microsoft DreamSpark Premium – Сублицензионный договор № S-2042626/M18 от 04.06.2013 г. действует до 01 июня 2016 г. Включает компоненты Office 2007, Office 2010, Office 2013 (Access, Visio, Project и др.). Microsoft Office Enterprise 2007 Russian – Лицензия № 46138962 от 16.11.2009 г. – URL: <https://products.office.com/ru-ru/whats-new-office> (Дата обращения 29.08.2017).

8. MS Office 365 – офисный пакет MS Office и услуги. Для использования приложений необходима подписка привязанная к Вашей учетной записи Майкрософт. – URL: <https://products.office.com/ru-ru/office-365-home> (Дата обращения 29.08.2017).

9. MS Office Online – веб-версия Microsoft Office, включает в себя веб-версии следующих приложений: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft OneNote. Для бесплатного использования веб-версии приложений необходима учетная запись Майкрософт. – URL: <https://products.office.com/ru-ru/office-online/documents-spreadsheets-presentations-office-online> (Дата обращения 29.08.2017).

10. LibreOffice – кроссплатформенный офисный пакет, полностью совместимый с 32/64-битными операционными системами. Распространяется на условиях GNU General Public License. – URL: <https://ru.libreoffice.org/> (Дата обращения 29.08.2017).

11. Opera – кроссплатформенный веб-браузер. Программа распространяется на условиях GNU General Public License. – URL: <http://www.opera.com/ru/> (Дата обращения 29.08.2017).

12. ОС Windows 10. Антивирусное программное обеспечение Microsoft Windows Defender. Проприетарное коммерческое ПО. Подписка Microsoft DreamSpark Premium – Сублицензионный договор № S-2042626/M18 от 04.06.2013 г. действует до 01 июня 2016 г. (Windows 10 Enterprise). – URL: <http://windows.microsoft.com/ru-ru/windows/windows-help#windows=windows-10> (Дата обращения 29.08.2017).

Перечень информационных справочных систем:

1. Компьютерная информационно-правовая система «Гарант» – регистрационный номер клиента 71-70685-000033. – URL: <http://www.garant.ru/?gclid=C1ry5Yib6skCFYj4cgodxB0Htg> (Дата обращения 29.08.2017).

2. Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://pravo.gov.ru>. (Дата обращения 29.08.2017).

3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – URL: <http://fgosvo.ru> (Дата обращения 29.08.2017).

4. Информиио: ООО «Современные медиа технологии в образовании и культуре». – URL: <http://www.informio.ru> (Дата обращения 29.08.2017).

5. Техэксперт: Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. – URL: <http://docs.cntd.ru/> (Дата обращения 29.08.2017).

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа представляют собой специальные помещения, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного мультимедийного оборудования и учебно-наглядных пособий (мультимедийных презентаций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Занятия лекционного типа по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» как правило проводятся на базе следующих специальных помещений (в зависимости от контингента студентов):

– Лаборатория информационно-коммуникационных технологий № 508, уч. корпус № 4 ТГПУ им. Л.Н. Толстого (технические средства обучения: программно-аппаратная платформа широкого профиля на базе компьютера HP ProDesk 400 G2.5 SFF i5 4590S/4Gb/1Tb; монитор Philips 227E6LDS 21.5" Black-Cherry; клавиатура и мышь Logitech MK120 Desktop; LED телевизор Samsung UE50J5500AU; мультимедийный проектор BenQ MP 610; проекционный экран GOLDVIEW);

– Лекторий № 3, уч. корпус № 4 ТГПУ им. Л.Н. Толстого (технические средства обучения: учебная доска, мультимедийный проектор, экран, ноутбук (хранятся в уч. корп. № 4, ауд. 106а), сеть с выходом в интернет;

– Аудитория № 91, уч. корпус № 3 ТГПУ им. Л.Н. Толстого (технические средства обучения: учебная доска, мультимедийный проектор, экран, ноутбук (хранятся в уч. корп. № 4, ауд. 106а)).

– Лаборатория информационно-коммуникационных технологий № 508, уч. корпус № 4 ТГПУ им. Л.Н. Толстого (технические средства обучения: программно-аппаратная платформа широкого профиля на базе компьютера HP ProDesk 400 G2.5 SFF i5 4590S/4Gb/1Tb; монитор Philips 227E6LDS 21.5" Black-Cherry; клавиатура и мышь Logitech MK120 Desktop; LED телевизор Samsung UE50J5500AU; мультимедийный проектор BenQ MP 610; проекционный экран GOLDVIEW);

– Лаборатория информационно-коммуникационных технологий № 422, уч. корпус № 4 ТГПУ им. Л.Н. Толстого (технические средства обучения: программно-аппаратная платформа широкого профиля на базе компьютера HP ProDesk 400 G2.5 SFF i5 4590S/4Gb/1Tb; монитор Philips 227E6LDS 21.5" Black-Cherry; клавиатура и мышь Logitech MK120 Desktop; LED телевизор Samsung UE50J5500AU; мультимедийный проектор BenQ MP 610; проекционный экран GOLDVIEW);

– Компьютерный класс, аудитория № 325, уч. корп. № 4 ТГПУ им. Л.Н. Толстого (технические средства обучения: программно-аппаратная платформа широкого профиля на базе компьютера HP ProDesk 400 G2.5 SFF i5 4590S/4Gb/1Tb; монитор Philips 227E6LDS 21.5" Black-Cherry; клавиатура и мышь Logitech MK120 Desktop).

Учебные аудитории для проведения лабораторных и/или практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации представляют собой специальные помещения, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории и обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Лабораторные работы, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль и промежуточная аттестация по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» как правило проводятся на базе следующих специальных помещений (в зависимости от контингента студентов):

В перечень лабораторного оборудования и приборов входят:

Перечень технических средств обучения для реализации учебного процесса по дисциплине включает в себя:

1. мультимедийный проектор – 2 шт;
2. компьютерный класс;
3. программное обеспечение, видеофильмы.

Учебные аудитории для самостоятельной работы обучающихся представляют собой специальные помещения, оснащенные компьютерной техникой, информационной сетью с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ТГПУ им. Л. Н. Толстого.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» как правило проводится на базе следующих специальных помещений (в зависимости от контингента студентов), оснащенных компьютерной техникой, информационной сетью с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ТГПУ им. Л. Н. Толстого:

– Лаборатория ИКТ № 508, уч. корпус № 4 ТГПУ им. Л. Н. Толстого;

- Лаборатория ИКТ № 422, уч. корпус № 4 ТГПУ им. Л. Н. Толстого;
- Лаборатория информационных технологий № 325, уч. корпус № 4 ТГПУ им. Л. Н. Толстого.

Перечень компьютерной техники, сетевого оборудование и средств коммуникации представлен выше.

12. АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.

1. Планируемые результаты обучения при освоении дисциплины «Дизайн и рекламные технологии», соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- готовностью реализовывать образовательные программы по учебному предмету в соответствии с требованиями образовательных стандартов (ПК-1);
- способность использовать основы технологической подготовки в профессиональной деятельности (ДПК-2).

В результате освоения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» студент должен приобрести:

знания:

- средств рекламной деятельности;
- способов и методов организации рекламной деятельности на предприятии;
- законодательных актов и нормативных документов в области рекламы;
- основных видов рекламы; выразительных средств рекламы

умения

- определять оптимальный набор рекламных средств для конкретной рекламной акции;
- составлять план подготовки предприятия к участию в выставке, подготовки и проведения презентации;

- анализировать различные виды рекламной продукции;
- ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;
- выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов;
- разрабатывать колористическое решение рекламного продукта

Навыки и (или) опыт деятельности:

- владения графическими средствами представления рекламного сообщения;
- обоснования проектных решений;
- организации проектной формы и пространства;
- художественно-изобразительными приемами композиционного решения объектов графического дизайна;
- графическими техниками и проектными технологиями; мастерством креативной реализации идеи средствами графики;
- способами вариативного решения образа при проектировании средств визуальной коммуникации (рекламы) и полиграфической продукции;
- компьютерными технологиями в области рекламы

2. Место дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» в структуре ОПОП.

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» относится к обязательным дисциплинам вариативной части основной профессиональной образовательной программы (Блок 1).

3. Объем дисциплины 4 зачетные единицы.

4. Образовательный процесс осуществляется на русском языке.

5. Разработчик: канд. техн. наук, доцент кафедры технологии и сервиса Абрамова В. И.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Разработчик (и)

Фамилия, имя, отчество	Учёная степень	Учёное звание	Должность
Абрамова Влада Игоревна	канд. техн. наук	доцент	доцент кафедры технологии и сервиса

13. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу дисциплины внесены изменения в части обновления состава необходимого комплекта лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ обучающимся.

Изменения к рабочей программе дисциплины утверждены на заседании Ученого совета университета, протокол № 2 от 16 февраля 2017 г.

2017-2018 учебный год**Обновлен состав необходимого комплекта лицензионного программного обеспечения.**

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian – Лицензия № 16698685 от 08.08.2003 г.

2. Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian – Лицензия №48497058 от 13.05.2011 г., договор № Пр/16/6 от 05 апреля 2016 года.

3. Операционная система Microsoft Windows 10 Professional Russian – контракт № ПР/ФЕН/15/18 от 23.10.2015 г., договор № Пр/16/6 от 05 апреля 2016 года.

4. Программное обеспечение Microsoft Office Enterprise 2007 Russian – Лицензия №46138962 от 16.11.2009 г.

5. Программное обеспечение Microsoft Office 2013 Professional – контракт № 405535 от 2 ноября 2015 года, контракт № ПР/ФЕН/15/18 от 23.10.2015 г.

6. Программа для распознавания текста ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition лицензионный сертификат – код позиции AF90-3U1V25-102, ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition Volume License Concurrent от 28 июля 2009 г.

7. Электронный словарь ABBYY Lingvo X3 Европейская версия – Код позиции AL14-2U1V05-102, ABBYY Lingvo x3 Европейская версия. Именная лицензия Concurrent от 28 июля 2009 г.

8. Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999 Node 2 year Educational Renewal License – Лицензия № 17E0-170518-102844-823-690 от 18-05-2017 г.

Обновлен состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий) и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ обучающимся.

1. Компьютерная информационно-правовая система «Гарант» – регистрационный номер клиента 71-70685-000033.

2. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.

3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.

4. Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» <http://www.ict.edu.ru>.

5. Web of Science Core Collection – политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных <http://webofscience.com>.

6. Полнотекстовый архив ведущих западных научных журналов на российской платформе Национального электронно-информационного консорциума (НЭИКОН) <http://neicon.ru>.

7. Базы данных издательства Springer <https://link.springer.com>.

Изменения к рабочей программе дисциплины утверждены на заседании Ученого совета университета, протокол № 8 от 31 августа 2017 г.