

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**  
**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**  
**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**  
**«КРЫМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВ И ТУРИЗМА»**

**ФАКУЛЬТЕТ ИСКУССТВ**

**Кафедра дизайна**

**УТВЕРЖДЕНО**  
на заседании учебно-  
методического совета  
от «28» августа 2017 г.,  
протокол № 1

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**  
**ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ МАГИСТРОВ**

по дисциплине  
**Б1.В.ДВ.02.01 РЕКЛАМНЫЙ ДИЗАЙН**

По направлению подготовки  
**54.04.01 Дизайн**

Название магистерской программы –  
**Коммуникативный дизайн**

Квалификация (степень) выпускника  
«Магистр»

Нормативный срок освоения  
основной образовательной программы 2 года/2 года 6 месяцев

Форма обучения  
(очная, заочная)

Симферополь – 2017

## **1. Введение**

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью образовательного процесса, связанного с формированием компетенций обучающихся. В учебном плане самостоятельной работе отводится около половины общего объема трудозатрат по изучению дисциплины (модуля).

Самостоятельная работа магистрантов – индивидуальная учебная или исследовательская деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства научного руководителя (консультанта), в ходе которой, магистр активно воспринимает, осмысливает полученную информацию, решает теоретические и практические задачи.

## **2. Общие положения**

Цель организации и проведения самостоятельной работы магистрантов – осуществление профессионального и личностного самообразования, проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры, участие в опытно-экспериментальной работе.

Основными задачами самостоятельной работы магистрантов являются:

- приобретение навыков работы с литературными источниками и формирование культуры умственного труда в поиске и накоплении новых знаний; углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений работать со справочной и специализированной литературой;
- овладение навыками работы с информационно-коммуникационными средствами и самостоятельного решения практических задач в предметной области, связанной с изучаемой дисциплиной;
- развитие познавательных способностей и активности магистрантов;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- формирование профессиональных компетентностей.

Самостоятельная работа магистрантов по дисциплине «Рекламный дизайн» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных магистрантов в процессе лекционных и практических занятий;
- формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией;
- приобретение навыков использования методов и приемов решения задач науки и образования на базе компьютерных технологий;
- формирование способности самостоятельно приобретать и применять новые знания и умения;
- обеспечение гармоничного развития магистранта и подготовки его к эффективной работе в условиях массового внедрения вычислительной техники во все сферы человеческой деятельности.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого магистранта.

## **3. Формы (виды) самостоятельной работы и ее трудоемкость (час)**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 81 час.

Для очной формы обучения контактная работа составляет — 18 часов, самостоятельная работа — 63 часа, контроль — 0 часов.

Для заочной формы обучения контактная работа составляет — 15 часов, самостоятельная работа — 60 часов, контроль – 6 часов.

Виды самостоятельной работы магистрантов, предусмотренные при изучении дисциплины «Рекламный дизайн»:

1. Выполнение самостоятельных практических заданий по лекционному курсу.
2. Выполнение проектных заданий по лекционному курсу.
3. Изучение отдельных тем, вынесенных на самостоятельное рассмотрение.
4. Изучение тем, прослушанных на лекционных занятиях.
5. Повторение разделов программы с целью подготовки к промежуточной и итоговой аттестации.
6. Подготовка отчетов и презентационных материалов по практическим и самостоятельным работам.

Курс «Рекламный дизайн» состоит из лекционных и практических занятий, завершается зачетом с оценкой. Основная форма индивидуальной деятельности магистранта на практических занятиях заключается в выполнении заданий проектного характера и защита отчетов по выполненным заданиям.

Перечень тем самостоятельной работы магистрантов по подготовке к лекционным и практическим занятиям соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины, трудоемкости.

**Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (для магистрантов очной/заочной формы обучения).**

<b>№</b>	<b>Наименование темы</b>	<b>Кол-во часов</b>	<b>Вопросы для самостоятельного изучения</b>	<b>Форма контроля выполнения сам. работы</b>
1	<b>Дизайн рекламы: социокультурные основания и специфика</b>	30/18	<b>Средства распространения рекламы</b> Реклама в прессе. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Наружная и транзитная реклама. Реклама в кинотеатрах. Выставки и ярмарки. Другие средства распространения рекламы.	Отчеты по практическим занятиям и презентационные материалы, проект наружной рекламы для выбранного объекта
2	<b>Дизайн рекламы: проектный процесс</b>	33/42	<b>Механизм воздействия рекламного образа</b> 1. Суть психологии рекламы 2. Требования к рекламе 3. Психология дизайна в рекламе 4. Психология образа Типологии объектов рекламного дизайна. 5. Типология объектов по носителю визуальной информации 6. Типология объектов по характеру образа визуальной информации 7. Типология объектов по функциональному предназначению 8. Типология объектов по композиционно-конструктивным качествам. <b>Специфика процесса восприятия</b>	Отчеты по практическим занятиям и презентационные материалы, создание комплексного проекта рекламы для выбранного объекта

		<b>информации</b> 9. Основные свойства восприятия 10. Предметность восприятия 11. Целостность восприятия 12. Структурность восприятия <b>Восприятие рекламной информации</b> 13. Вербальное общение и его виды 14. Способы передачи информации. 15. Цвет, как способ привлечения внимания. 16. Психология восприятия цвета.	
	<b>Итого</b>	<b>63/60</b>	

На самостоятельное изучение выносятся следующие вопросы по темам и соответственно, указывается трудоемкость:

Вид работы	Содержание (перечень вопросов)	Трудоемкость Сам. работы (в часах)	Рекомендации
<b>Раздел 1. Дизайн рекламы: социокультурные основания и специфика</b>			
Отчеты по самостоятельной работе и презентационные материалы, проект печатной рекламы для выбранного объекта	<b>Средства распространения рекламы</b> Реклама в прессе. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Наружная и транзитная реклама. Реклама в кинотеатрах. Выставки и ярмарки. Другие средства распространения рекламы.  <i>Подготовка к практическим занятиям № 1-3 по темам:</i> 1. <i>Исследование модели дизайн-системы «Реклама»</i> 2. <i>Изучение «конструктивной структуры» рекламы</i>	15/9	Изучение литературы по теме: 1. Веселова Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Веселова, О. Г. Семёнов. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012. — 104 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/44764.html">http://www.iprbookshop.ru/44764.html</a> 2. Гуревич П. С. Психология рекламы [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов / П. С. Гуревич. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/81554.html">http://www.iprbookshop.ru/81554.html</a> 3. Головлева Е. Л. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Е. Л. Головлева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2008. — 331 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/36457.html">http://www.iprbookshop.ru/36457.html</a> 4. Гуревич П. С. Психология рекламы [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов / П. С. Гуревич. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 271 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/34503.html">http://www.iprbookshop.ru/34503.html</a>

Подготовка отчетов к практическим занятиям №№1-3	В соответствии с рабочей программой по дисциплине «Рекламный дизайн»	15/9	Защита отчетов по практическим занятиям, их оформление в соответствии с требованиями, презентационные материалы
<b>Итого</b>		<b>30/18</b>	
<b>Раздел 2. Дизайн рекламы: проектный процесс</b>			
Подготовка отчетов к практическим занятиям №№4-6	В соответствии с рабочей программой по дисциплине «Рекламный дизайн»	15/20	Защита отчетов по практическим занятиям, их оформление в соответствии с требованиями, презентационные материалы
Отчеты по самостоятельной работе и презентационные материалы, комплексный проект рекламы для выбранного объекта	<p><b>Механизм воздействия рекламного образа</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Суть психологии рекламы</li> <li>2. Требования к рекламе</li> <li>3. Психология дизайна в рекламе</li> <li>4. Психология образа</li> </ol> <p><b>Типологии объектов рекламного дизайна.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Типология объектов по носителю визуальной информации</li> <li>6. Типология объектов по характеру образа визуальной информации</li> <li>7. Типология объектов по функциональному предназначению</li> <li>8. Типология объектов по композиционно-конструктивным качествам.</li> </ol> <p><b>Специфика процесса восприятия информации</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>9. Основные свойства восприятия</li> <li>10. Предметность восприятия</li> <li>11. Целостность восприятия</li> <li>12. Структурность восприятия</li> </ol> <p><b>Восприятие рекламной информации</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>13. Вербальное общение и его виды</li> <li>14. Способы передачи информации.</li> <li>15. Цвет, как способ привлечения внимания.</li> <li>16. Психология восприятия цвета.</li> </ol>	18/22	<p>Изучение литературы по теме:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Веселова Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Веселова, О. Г. Семёнов. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012. — 104 с. — 978-5-7782-2192-5. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/44764.html">http://www.iprbookshop.ru/44764.html</a></li> <li>3. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — 978-5-238-01525-5. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/74886.html">http://www.iprbookshop.ru/74886.html</a></li> <li>4. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие / . — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Научная книга, 2012. — 106 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/8216.html">http://www.iprbookshop.ru/8216.html</a></li> <li>5. Панкратов Ф. Г. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 538 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/10948.html">http://www.iprbookshop.ru/10948.html</a></li> </ol>

	<i>Подготовка к практическим занятиям № 4-6 по темам: 1. Принципы создания рекламного образа 2. Разработка дизайна комплекса наружной рекламы с оценкой её эффективности</i>		
<b>Итого</b>		<b>33/42</b>	
<b>Итого</b>		<b>63/60</b>	

**Тематика вопросов для промежуточного контроля (зачет 4 семестр).**

1. Виды рекламных роликов. Сценарий рекламного ролика.
2. Механизмы воздействия и убеждения в рекламном ролике.
3. Реклама, стимулирование сбыта и стратегический маркетинг. Маркетинговые цели рекламной кампании.
4. Правовое регулирование рекламной деятельности.
5. Системный подход. Три вида взаимоотношений рекламодателя и рекламного агентства.
6. Структура рекламного агентства.
7. Эффективность и конкурентоспособность рекламного бизнеса.
8. Концептуальное понимание товара в рекламе.
9. Модель жизненного цикла рекламы.
10. Дизайнерское отображение свойств товара в рекламе через его атрибуты
11. Внимание потребителя и структура рекламного объявления
12. Функции и значение внимания для различных рекламных средств.
13. Газетная реклама. Реклама в журналах. Другие виды рекламы.
14. Работа дизайнера с текстом печатной рекламы.
15. Особенности дизайна печатной рекламы.
16. Принципы дизайна печатной рекламы. Производство печатной рекламы.
17. Шрифтовое оформление печатной рекламы.
18. На чем основана связь дизайна и рекламы.
19. Каков алгоритм креативного процесса в рекламе.
20. Как психотехнологии используются в рекламной деятельности.
21. Перечислите основные закономерности зрительного восприятия в рекламе.
22. Какие виды и средства распространения рекламы существуют.
23. Какова смысловая основа взаимосвязи понятий имиджа и образа в рекламе.
24. Охарактеризуйте основные композиционные приемы, используемые в рекламе.
25. Какую роль в рекламе играет цвет.
26. Каковы основные принципы использования шрифтов в рекламном сообщении.
27. Как связаны между собой структурные элементы рекламы.
28. Перечислите основные группы шрифтов, используемых в рекламе.
29. Перечислите основные принципы создания эффективного рекламного текста и его связь с изображением.
30. В чем специфичность основных цветовых моделей.
31. Каковы особенности подготовки графических файлов к печати.
32. В чем специфика профессионального менталитета дизайнера.
33. Дайте характеристику основных способов печати.
34. Перечислите основные критерии выбора оптимального способа печати.

35. Какие системы пропорционирования известны.
36. Каковы типичные ошибки допечатной подготовки макетов.
37. Перечислите основные виды рекламных носителей в интернете.
38. Особенности подготовки макетов для различных рекламоносителей

### **3.1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

После чтения вводной лекции по учебной дисциплине «Рекламный дизайн» преподаватель обязан ознакомить магистрантов:

- с темами лекций и методикой их конспектирования;
- планами практических занятий и методикой их проведения;
- с вопросами для самостоятельной работы и методикой контроля за их изучением;
- с вопросами, критериями сдачи зачета и методикой его проведения.

Перед проведением очередного контрольного занятия магистрант обязан:

- отработать устно все вопросы к данному занятию в объеме, обеспечивающем четкие, ясные и конкретные (с примерами) ответы;
- отработать (конспективно) по данной теме вопросы, отнесенные к разделу изучаемых магистрантом самостоятельно.

Для выполнения поставленных задач магистрант:

- осуществляет подбор необходимой учебной, научной, учебно-методической литературы и первоисточников (дается в Программе курса или на очередной лекции);
- прочитывает отобранную литературу по каждому вопросу, а затем составляет словарь терминов по темам или тезисы ответа.
- отчитывается об изучении вопросов на консультациях, при выполнении контрольных работ и других форм текущих и остаточных знаний.

**Условиями для успешной самостоятельной работы являются:**

1. Целеустремленность и сознательная активность:
  - а) осознанная постановка цели, конкретизация своих задач на самостоятельную работу,
  - б) выбор способа действий, средств,
  - в) волевые усилия, анализ сделанного, постановка новых задач.
2. Систематичность и планомерность.

**Формы и методы изучения и конспектирования работ.**

В работе над литературой можно выделить 3 этапа:

**1. Ознакомительный**, в ходе которого вы знакомитесь с каталогом библиотеки, делаете выборку к теме, заказываете литературу в библиотеке (учебники, учебные пособия, разработки тем планов, первоисточники и т.д.)

**2. Этап чтения литературы**.

К чтению есть определенные требования:

- 1) систематичность чтения, т.е. читать не от раза к разу, а ежедневно, желательно с записями в тетрадях и со своими итоговыми выводами (резюме).
- 2) Осмысленность чтения, т.е. надо овладевать понятийным аппаратом.

**3. Этап ведения рабочих записей**.

- а) можно вести т. н. тематические тетради, в которых делать выписки к определенным темам, а также словарь терминов, вести доработку лекций на полях или в самом тексте.
- б) основными формами записи прочитанного могут быть: план, тезисы, конспект.

I. Составление плана прочитанного. Запись в форме плана означает перечисление главных вопросов. В результате получается, как бы сжатая схема изучаемого материала. Несколько иначе выглядит развернутый план. Его назначение не только зафиксировать главное в тексте, но и дать необходимое обоснование этой мысли, (цифровые данные, интересные выражения, факты). Причем, вопросы плана можно изложить и своими словами, и словами автора.

II. Весьма ценным видом записи при чтении являются тезисы. (Основные положения, утверждения от греческого "Teas" - утверждаю). Тезисы составляют промежуточное положение между планом и конспектом. В них кратко дается основное содержание книги. Перед тем, как записывать тезисы, прочитанный текст разделяют на небольшие части - разделы, параграфы или же абзацы в соответствии с планом и затем формулируют сущность прочитанного своими словами, как бы отвечая на вопрос: что именно здесь утверждает, защищает автор. Тезисы позволяют в краткой форме записать обобщение и выводы о прочитанном. Тезисы называются простыми, если выписанные мысли ничем не подтверждаются и сложными, если они подкрепляются доводами, аргументами.

Следовательно, при составлении тезисов необходимо глубоко продумать, понять содержание книги, статьи, уметь выделить основные положения и кратко их сформулировать.

III. Составление конспекта прочитанного, это наиболее сложный и содержательный метод записывания при работе с книгой, потому что он объединяет в себе все виды записи и вместе с тем представляет собой нечто более цельное и своеобразное. Конспект книги (от лат. "кспектус" - обзор) - это краткое, последовательное изложение основного содержания книги, лекции, записанное в последовательной форме, и освобожденное от повторений и т. д. В тоже время в конспекте следует привести, помимо основных мыслей автора, выписки и цитаты, подтверждающие основные положения и выводы, вытекающие из книги.

Ценность конспекта повышается, когда в нем содержится не только краткий пересказ произведения, но и собственные мысли, когда конспект является плодом раздумий его составителя. (Нужно тоже делать выход на современность).

#### **Методика записей:**

1. Записывать следует самое главное и по возможности наиболее кратко (запись должна быть сжата и лаконична).

2. Начинать запись надо с тщательно проверенных библиографических данных:

- фамилия и инициалы авторов,
- название книги или статьи (полное),
- место и год издания, издательство и т. д.
- номера журнала или выпуска,
- краткий исторический очерк времени написания книги и т. д.

3. В тетрадях рекомендуется оставлять широкие поля для последующих вставок, дополнений, записей своих мыслей.

4. Записи должны делаться только после окончания чтения данной книги.

#### **Общие критерии оценки самостоятельных работ**

1. Сдача работы в установленные сроки.

2. Уровень самостоятельности выполнения работы.

3. Оригинальность, креативность идей, творческий подход к практической работе.

4. Использование мультимедиа. Наличие информации разного типа (текст, изображения, видео и т. д.).

5. Соответствие композиции требованиям дизайна (цветовое решение, соотношение элементов и т.д.).

6. Знания магистранта, продемонстрированные в ходе ответов на обязательные и дополнительные вопросы.

7. Оформление и сдача в установленные сроки отчета и презентационных материалов.



#### 4. Перечень основной и дополнительной учебной литературы и перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

##### 4.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вид учебной литературы	Наименование
Основная	<p>1. Антипов К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник / К. В. Антипов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 326 с. — 978-5-394-02394-1. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/14075.html">http://www.iprbookshop.ru/14075.html</a></p> <p>2. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — 978-5-238-01525-5. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/74886.html">http://www.iprbookshop.ru/74886.html</a></p> <p>3. Романов А. А. Реклама. Интернет-реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005. — 266 с. — 5-7764-0316-2. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/10813.html">http://www.iprbookshop.ru/10813.html</a></p> <p>4. Пендикова И. Г. Концептуализм как творческий метод дизайна и рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. Г. Пендикова. — Электрон. текстовые данные. — Омск : Омский государственный технический университет, 2016. — 120 с. — 978-5-8149-2327-1. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/60878.html">http://www.iprbookshop.ru/60878.html</a></p>
Дополнительная	<p>1. Бернадская Ю. С. Звук в рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю. С. Бернадская. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 135 с. — 978-5-238-01245-2. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/34455.html">http://www.iprbookshop.ru/34455.html</a></p> <p>2. Васильева Л. А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Васильева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 102 с. — 2227-8397. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/39114.html">http://www.iprbookshop.ru/39114.html</a></p> <p>3. Веселова Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Веселова, О. Г. Семёнов. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012. — 104 с. — 978-5-7782-2192-5. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/44764.html">http://www.iprbookshop.ru/44764.html</a></p> <p>4. Головлева Е. Л. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Е. Л. Головлева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2008. — 331 с. — 978-5-8291-1002-4. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/36457.html">http://www.iprbookshop.ru/36457.html</a></p> <p>5. Гуревич П. С. Психология рекламы [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов / П. С. Гуревич. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 271 с. — 5-238-00936-4. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/34503.html">http://www.iprbookshop.ru/34503.html</a></p>

	<p>6. Евстафьев В. А. История российской рекламы. Современный период [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. А. Евстафьев, Е. Э. Пасютина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 880 с. — 978-5-394-02686-7. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/70829.html">http://www.iprbookshop.ru/70829.html</a></p> <p>7. Захаров Е. Е. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. Е. Захаров. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2012. — 40 с. — 978-5-7433-2516-0. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/76497.html">http://www.iprbookshop.ru/76497.html</a></p> <p>8. Курушин В. Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс] / В. Д. Курушин. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Профобразование, 2017. — 271 с. — 978-5-4488-0094-8. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/63814.html">http://www.iprbookshop.ru/63814.html</a></p> <p>9. Муртазина С. А. История графического дизайна и рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. А. Муртазина, В. В. Хамматова. — Электрон. текстовые данные. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 124 с. — 978-5-7882-1397-2. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/61972.html">http://www.iprbookshop.ru/61972.html</a></p> <p>10. Трушина Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы [Электронный ресурс] : учебник / Л. Е. Трушина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 246 с. — 978-5-394-01087-3. Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/10928.html">http://www.iprbookshop.ru/10928.html</a></p>
--	--

#### 4.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Электронный ресурс	
ЭБС «Лань»	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a>
ЭБС «IPRbooks»	<a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>

#### 4.3. Перечень информационных технологий

1. MS Office
2. Операционная система Windows 7 или Windows 8;
3. Редактор векторной графики;
4. Редактор растровой графики;
5. Интернет браузер.

#### 5. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В соответствии с пунктом 7.3 ФГОС ВО по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн, в ГБОУВОРК «Крымский университет культуры, искусств и туризма» оборудованы кабинеты и аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, специализированный компьютерный класс, оснащенный компьютерной техникой с доступом в сеть Интернет, библиотека и читальный зал, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

**6. Описание материально-технической базы (в т.ч. программного обеспечения), рекомендуемой для адаптации электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа инвалидов**

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

**Методические рекомендации по самостоятельной работе составила кандидат педагогических наук, доцент  И.Г. Матросова**

Прошито, пронумеровано и скреплено

гербовой печатью № 1199

Лист

Ректор Д. Дренкин

