


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

Председатель



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Технологии производства рекламного продукта
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	5

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2019 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 02.06.2020 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 15.06.2021 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 15.06.2021 г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Кремнева Н.Ю.	СОРиК	к.с.н.

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой
 / Магомедов А.К. / Подпись ФИО «4» июня 2019 г.	 / Магомедов А.К. / Подпись ФИО «4» июня 2019 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цели курса:

- формирование теоретических знаний и практических навыков подготовки рекламного продукта к производству;
- выработка базовых навыков принятия и реализации управленческих решений в сфере организации производства рекламного продукта;
- сформировать понимание сути и видов полиграфических технологий производства рекламного продукта

Задачи курса:


- получение понимания об основных этапах процесса разработки и производства рекламного продукта, принципах разработки визуальных элементов рекламы; основных технологических процессах в полиграфии и оборудовании, применяемом для их реализации;
- приобретение знаний об основных способах производства рекламного продукта (печатной, наружной, сувенирной рекламы, рекламы в прессе, а также упаковки и этикетки) методами полиграфического воспроизведения;
- выработка практических навыков визуального определения способа печати, оценки качества полиграфической продукции;
- подготовка студентов к взаимодействию с полиграфическими предприятиями в процессе производства рекламной продукции;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП, ОПОП:

Дисциплина «Технология производства рекламного продукта» Б1.В.ОД.11 относится к базовому циклу дисциплин. Изучается в 9 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения.


К началу изучения дисциплины в качестве входных студенты должны иметь знания основ рекламного процесса, принципов управления рекламной деятельностью и взаимодействия субъектов рынка (предшествующие дисциплины Введение в теорию и практику рекламы, Введение в теорию и практику связей с общественностью, Культурология, Стилистика и литературное редактирование, Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью, Инфографика и визуализация коммуникационного продукта, Планирование рекламных кампаний, Планирование PR-кампаний, Креативные технологии в рекламе, Искусство, Компьютерная графика и дизайн в рекламе, Конструирование рекламы Работа с рекламными и PR-текстами, Основы интегрированных коммуникаций, Антропология визуальной коммуникации, Современная пресс-служба, Продвижение СМИ, Планирование антикризисных коммуникаций, Организация рекламных и PR-мероприятий, Основы брендинга, Цифровой маркетинг, Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов Стимулирование сбыта Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть процесса разработки и производства рекламного продукта как специфического вида деятельности в сфере рекламы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

Дисциплины, для которых данная дисциплина является параллельной и предшествующей. Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин и практики: Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов Стимулирование сбыта, преддипломная практика и ГИА..

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-1	Способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	требования к созданию, подготовке медиапродукта к производству и распространению	составлять техническое задание на разработку и производство медиапродукта, оценивать качество готового медиапродукта	навыками визуального определения способа печати, критериями оценки качества медиапродукта
2	ОПК-3	Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	основы дизайна и креативного процесса	организовать процесс создания и производства медиапродукта	навыками создания идеи, макета, проекта медиапродукта
2	ПК2	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению	Основные подходы, технологии и инструменты проведения	Планировать и реализовывать рекламные и PR-мероприятия, выбирать	навыками разработки плана, создания рекламных и

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

	продуктов	коммуникационн ых кампаний и мероприятий	средства коммуникаций	ПР-продуктов, организации мероприятий
--	-----------	--	--------------------------	---

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2 зет


4.2. по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения заочная)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам 9
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8	8
Аудиторные занятия:		
Лекции	4	4
практические и семинарские занятия	4	4
лабораторные работы (лабораторный практикум)	-	-
Самостоятельная работа	60	60
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)		Контрольные работы, проект
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет (4)	Зачет (4)
Всего часов по дисциплине	72	72

4.3. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Заня тия в интер актив ной форме	Самостоя тель ная работа	
		Лекции	Практичес кие занятия, семинары	Лаборатор ные работы, практикум ы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Основные процессы производства печатного рекламного продукта.							
1. Особенности разработки рекламного продукта для основных видов печатной рекламы	11		1		1	10	
2. Допечатные	12	1	1		1	10	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

процессы подготовки рекламного продукта.							
3. Способы печати рекламного продукта	12	2				10	
4. Отделочные процессы в производстве рекламного продукта	12	1	1		1	10	Контроль ная работа
Раздел 2. Взаимодействие с рекламопроизводителем, оценка качества печатного рекламного продукта.							
5. Оценка качества полиграфической продукции	11		1		1	10	
6. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием.	10					10	Контроль ная работа, Проектно е задание
Итого	68	4	4		4	60	

$$68+4(\text{контроль}) = 72$$


5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Средства полиграфии в рекламе.

Тема 1. Особенности разработки рекламного продукта для основных видов печатной рекламы.

Печатная реклама, виды, носители. Требования к разработке рекламного продукта с учетом способа печати. Печатная реклама: особенности восприятия, задачи и приемы разработки. Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи и приемы разработки. Наружная и транзитная реклама: условия восприятия, задачи и приемы разработки. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи и приемы разработки. Упаковка: особенности восприятия, задачи и приемы разработки. Этикетка: особенности восприятия, задачи и приемы разработки.

Полиграфия как технология и отрасль промышленности. История развития печатного дела. Основные сегменты полиграфических изданий: издательская печать, рекламная печать, печать на упаковках. Развитие полиграфической отрасли в России. Полиграфическое оборудование. Классификация печатных машин по типу подачи материала, по виду запечатываемого материала, по конструкции печатного аппарата, по формату, по красочности. Полиграфическое исполнение издания. Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат. Этапы полиграфического процесса: допечатные процессы, печатные процессы, отделочные процессы. Документальное

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

сопровождение полиграфического заказа: договор, техническое задание, акт сдачи-приемки работ. Техническое задание полиграфического заказа: основные элементы и особенности оформления. Приемка работ.

Тема 2. Допечатные процессы подготовки рекламного продукта.

Понятие «допечатные процессы», их место в полиграфическом процессе. Значение допечатных процессов в обеспечении качества печатной продукции. Наборные процессы, обработка текстовой информации, организация текста в документе. Издательский оригинал.

Обработка изображений. Оцифровывание, цветоделение. Растривание: растр и линиатура растра. Визуальная оценка высокой и низкой линиатуры растра. Фотовывод. Формные процессы. Печатная форма. Печатающие и пробельные элементы. Тиражестойкость печатной формы.

Тема 3. Способы печати рекламного продукта.

Понятие печатного процесса. Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе. Классификация способов печати по типу печатной формы.

Способ высокой печати. Способ плоской печати. Способ высокой печати. Способ глубокой печати. Способ трафаретной печати. Флексопечать. Офсетная печать. Разновидности прямой плоской печати: фототипия, литография. Разновидности трафаретной печати: ризография, струйная печать, ирисовая печать, тампопечать. Цифровая печать. Комбинированная печать. Преимущества и ограничения различных способов печати. Области применения различных способов печати.

Выбор способа печати, соответствующего задачам и свойствам рекламного продукта. Плоская офсетная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта. Трафаретная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта. Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: ризография и цифровая печать. Технологии декорирования сувениров: тампопечать, термотрансфер, лазерная гравировка. Технологии печати упаковки и этикетки: флексография. Технологии печати наружной рекламы: широкоформатная офсетная печать, широкоформатная растровая шелкография, струйная широкоформатная печать.

Тема 4. Отделочные процессы в производстве рекламного продукта.


Понятие «отделочные процессы», их место в полиграфическом процессе. Значение отделочных процессов в создании окончательного вида печатной продукции. Отделочное оборудование. Виды отделочных процессов, их назначение в производстве рекламного продукта. Выворотная печать. Биговка, высечка, вырубка. Ламинирование, лакирование. Бронзирование, тиснение. Нумерация, перфорирование, фальцовка. Определение необходимости отделочных процессов в создании рекламного печатного издания. Проблема выбора полиграфического способа отделки рекламного продукта: критерии оценки.

Раздел 2. Взаимодействие с рекламопроизводителем, оценка качества печатного рекламного продукта.

Тема 5. Оценка качества полиграфической продукции

Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта.

Факторы, определяющие выбор запечатываемого материала для решения конкретной рекламной задачи. Основные характеристики запечатываемых материалов и носителей. Виды запечатываемых материалов для рекламы в прессе, печатной и наружной рекламы, упаковки.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

Классификация печатных бумаг по способу печати, по виду печатной продукции, по товарному виду, по способу изготовления, по способу отделки. Оценка качества печатного издания, основные критерии. Дефекты бумаги. Выбор бумаги для реализации рекламной задачи.

Понятие «дефект печати», основные виды дефектов печати. Пробивание краски, перетискивание краски, отмарывание краски, несовмещение красок. Непропечатка, пятнистость, разнооттеночность. Растискивание, серая печать, стекление красок. Пыление краски, пятнистость лакирования.

Тема 6. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием.

Принятие управленческих решений в вопросах производства рекламного продукта. Управление взаимодействием с рекламопроизводителями (рекламным агентством, полиграфическим предприятием). Анализ местного рынка полиграфических услуг. Определение целевого сегмента полиграфических услуг. Выбор компании-исполнителя: критерии оценки и принципы взаимодействия. Документальное сопровождение полиграфического заказа: договор, техническое задание, акт сдачи-приемки работ. Техническое задание полиграфического заказа: основные элементы и особенности оформления. Приемка работ, оценка качества готовой рекламной полиграфической продукции.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ


Тема 1. Особенности разработки рекламного продукта для основных видов печатной рекламы (форма проведения – семинар)

Вопросы для самостоятельного изучения.

- 1) К семинарскому занятию прочитайте соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовьтесь к обсуждению вопросов темы:
 - *Печатная реклама, виды, носители.*
 - *Требования к разработке рекламного продукта с учетом технологии печати.*
 - *Печатная реклама: особенности восприятия, задачи и приемы разработки.*
 - *Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи и приемы разработки.*
 - *Наружная и транзитная реклама: условия восприятия, задачи и приемы разработки.*
 - *Директ-мейл: особенности восприятия, задачи и приемы разработки.*
 - *Упаковка: функции, особенности восприятия, задачи и приемы разработки.*
 - *Этикетка: функции, особенности восприятия, задачи и приемы разработки*

- 2) Используя дополнительную литературу, найти дополнительный материал и подготовиться к групповой дискуссии по темам:
 - *Рынок полиграфических услуг России. Тенденции развития.*
 - *Местный рынок полиграфии. Основные участники рынка.*
 - *Менеджер по рекламе как заказчик полиграфических услуг. Критерии эффективности менеджера.*
 - *Сущность полиграфического процесса.*

- 3) Используя различные источники и методы сбора информации, подготовьте сообщение на тему: «Местный рынок полиграфии. Основные участники рынка». Выявите полиграфические предприятия города, предлагающие услуги печати различными способами печати. Сформируйте список типографий, работающих в сегментах:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

- печать на упаковках
- печать на этикетках
- печать на сувенирах
- печать представительской полиграфии
- печать листовок, календарей, буклетов

Тема 2. Допечатные процессы подготовки рекламного продукта. (форма проведения – семинар, деловая игра)

Вопросы для самостоятельного изучения.

1) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовьтесь к обсуждению вопросов темы:

- *Требования к дизайну рекламного печатного издания.*
- *Особенности компьютерной обработки текста и изображений.*
- *Основные этапы допечатной обработки оригинала.*

2) Используя дополнительную литературу подготовьтесь к групповой дискуссии по вопросу: «Требования к дизайну рекламного печатного издания».

3) Подготовьтесь к деловой игре по теме: «Визуальная оценка высокой и низкой линиатуры растра».

Тема 3. Способы печати рекламного продукта

Вопросы для самостоятельного изучения.


1) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников по вопросам:

- 1) Понятие печатного процесса. Классификация способов печати.
- 2) Способ высокой печати. Флексопечать.
- 3) Плоская офсетная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта.
- 4) Способ глубокой печати.
- 5) Трафаретная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта.
- 6) Преимущества и ограничения различных способов печати.
- 7) Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: ризография и цифровая печать.
- 8) Технологии декорирования сувениров: тампопечать, термотрансфер, лазерная гравировка.
- 9) Технологии печати упаковки и этикетки: флексография.
- 10) Технологии печати наружной рекламы: широкоформатная офсетная печать, широкоформатная растровая шелкография, струйная широкоформатная печать.

Тема 4. Отделочные процессы в производстве рекламного продукта (форма проведения – семинар, деловая игра)

Вопросы для самостоятельного изучения.

1) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовьтесь к обсуждению вопросов темы:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

2. Понятие «отделочные процессы», их место в полиграфическом процессе.
3. Виды отделочных процессов, их назначение в производстве рекламного продукта.
4. Проблема выбора полиграфического способа отделки рекламного продукта: критерии оценки.
5. Подготовка к контрольной работе №1.

2) Подготовиться к деловой игре по теме: *«Определение необходимого уровня полиграфического исполнения издания с точки зрения задач рекламной кампании. Определение набора отделочных технологий при разработке рекламного печатного издания».*

- 3) Подготовка к контрольной работе №1.

Тема 5. Оценка качества полиграфической продукции (форма проведения – деловая игра)

Вопросы для самостоятельного изучения.

1) К семинарскому занятию прочитать соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы:

- 1) Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта.
- 2) Факторы, определяющие выбор запечатываемого материала для решения конкретной рекламной задачи. Основные характеристики запечатываемых материалов и носителей. Виды запечатываемых материалов для рекламы в прессе, печатной и наружной рекламы, упаковки.

- 3) Классификация печатных бумаг по способу печати, по виду печатной продукции, по товарному виду, по способу изготовления, по способу отделки. Оценка качества печатного издания, основные критерии. Дефекты бумаги. Выбор бумаги для реализации рекламной задачи.

- 4) Понятие «дефект печати», основные виды дефектов печати. Пробивание краски, перетискивание краски, отмарывание краски, несовмещение красок. Непропечатка, пятнистость, разнооттеночность. Растискивание, серая печать, стекление красок. Пыление краски, пятнистость лакирования.

2) Составьте подборку образцов готовой рекламной полиграфической продукции, демонстрирующих различные дефекты бумаги и печати. Определите эти дефекты, предложите алгоритм работы с рекламопроизводителем по исправлению дефектов.

Тема 6. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием. (форма проведения – семинар, проектное задание)


Вопросы для самостоятельного изучения.

1) К семинарскому занятию прочитать соответствующие разделы учебников из списка основной литературы по вопросам:

- Управления взаимодействием с рекламопроизводителями
- Документальное сопровождение полиграфического заказа.
- Техническое задание на производство рекламного продукта
- Приемка работ, оценка качества готовой рекламной полиграфической продукции.

2) Подготовка к контрольной работе №2

3) Проектное задание. «Размещение заказа на изготовление рекламного продукта полиграфическим способом». На базе реальной или вымышленной компании разработать техническое задание на изготовление рекламного продукта полиграфическим способом. Используя различные источники и методы сбора информации, выявить полиграфические

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

предприятия города, предлагающие необходимый вид полиграфических услуг. Сформировать список потенциальных компаний – рекламопроизводителей. Сформулировать аргументированное управленческое решение о выборе предпочтительного способа печати, запечатываемого материала, видах постпечатной отделки рекламного продукта, типографии-исполнителя.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрены

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Темы контрольных работ.


В процессе изучения дисциплины выполняются 2 промежуточных контрольных задания. Индекс компетенции **ОПК1, ПК7**.

№1. Основные процессы производства печатного рекламного продукта.

№2. Взаимодействие с рекламопроизводителем, оценка качества печатного рекламного продукта.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ


№ задания	Формулировка вопроса
1	Процесс разработки и производства рекламного продукта. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта.
2	Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.
3	Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
4	Наружная и транзитная реклама: условия восприятия и воздействия, задачи разработчика, приемы разработки.
5	Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложений.
6	Упаковка: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
7	Этикетка: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
8	Полиграфия: понятие, средства полиграфии в рекламе. Основные полиграфические сегменты.
9	Виды печатных машин.
10	Этапы полиграфического процесса.
11	Допечатные процессы: понятие, виды
12	Оцифровывание и цветоделение
13	Понятия «Растр», «Линиатура растра». Визуальная оценка высокой и низкой линиатуры растра.
14	Формные процессы. Печатная форма. Печатающие и пробельные элементы. Тиражестойкость печатной формы.
15	Печатный процесс. Разновидности.
16	Способ высокой печати: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения.
17	Флексопечать: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения.
18	Способ плоской печати: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения.
19	Офсетная печать: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		


20	Способы прямой плоской печати.
21	Способ глубокой печати: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения. Металлография.
22	Способ трафаретной печати: печатная форма, преимущества и ограничения печати, области применения. Разновидности.
23	Дополнительные способы печати: ирисовая печать, тампопечать, цифровая печать
24	Отделочные процессы: понятие, виды
25	Оценка качества печатной продукции: дефекты печати
26	Оценка качества печатной продукции: дефекты бумаги
27	Классификация печатных бумаг. Дефекты бумаги.
28	Упаковочная печать: функции упаковки, требования к печати.
29	Управления взаимодействием с рекламопроизводителями
30	Документальное сопровождение полиграфического заказа.
31	Техническое задание на производство рекламного продукта
32	Приемка работ, оценка качества готовой рекламной полиграфической продукции.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Форма обучения		заочная	
Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
1. Особенности разработки рекламного продукта для основных видов печатной рекламы	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к групповой дискуссии Выполнение практического задания	10	Устный опрос Проверка практического задания
2. Допечатные процессы подготовки рекламного продукта.	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к групповой дискуссии Подготовка к деловой игре	10	Устный опрос
3. Способы печати рекламного продукта	Подготовка к зачету	10	Устный опрос
4. Отделочные процессы в производстве рекламного продукта	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к деловой игре Подготовка к контрольной работе №1.	10	Устный опрос Письменный опрос
5. Оценка качества полиграфической	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	10	Устный опрос Проверка практического задания

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

продукции			
6. Управление процессом взаимодействия с полиграфическим предприятием.	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к деловой игре Выполнение проектного задания Подготовка к контрольной работе №2	10	Устный опрос Проверка проектного задания Письменный опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432145>
2. Овчинникова, Н. Н. Рекламное дело : учебное пособие / Н. Н. Овчинникова. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2009. — 368 с. — ISBN 978-5-91131-648-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/1118.html>

Дополнительная литература


1. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы : Практическое пособие / П. А. Кузнецов - Москва : Дашков и К, 2016. - 296 с. - ISBN 978-5-394-01068-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394010682.html>
2. Марусева, И. В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) : монография / И. В. Марусева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 304 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/38999.html>
3. Шамхалова, С. Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03211-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83154.html>

Учебно-методическая литература

1. Кремнева Н. Ю. Технология производства рекламного продукта : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. Ю. Кремнева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 357 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8230>

Согласовано:

Ли. библиотечная служба ООБ Овчинникова И.А. 2019г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. **IPRbooks** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ группа компаний Ай Пи Эр Медиа. - Электрон. дан. - Саратов, [2019]. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

1.2. **ЮРАЙТ** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.

1.3. **Консультант студента** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Политехресурс. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html>.

1.4. **Лань** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО ЭБС Лань. - Электрон. дан. – С.-Петербург, [2019]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>.

1.5. **Znanium.com** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Знаниум. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://znanium.com>.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система/ Компания «Консультант Плюс». - Электрон. дан. - Москва: КонсультантПлюс, [2019].

3. База данных периодических изданий [Электронный ресурс]: электронные журналы/ ООО ИВИС. - Электрон. дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>.

4. Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://нэб.рф>.

5. Электронная библиотека диссертаций РГБ [Электронный ресурс]: электронная библиотека/ ФГБУ РГБ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dvs.rsl.ru>.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Информационная система **Единое окно доступа к образовательным ресурсам**. Режим доступа: <http://window.edu.ru>.

6.2. Федеральный портал **Российское образование**. Режим доступа: <http://www.edu.ru>.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ. Режим доступа: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>.

7.2. Образовательный портал УлГУ. Режим доступа: <http://edu.ulsu.ru>

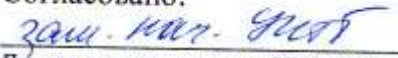
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

– Электронный каталог научной библиотеки УлГУ.

– Система ГАРАНТ: электронный периодический справочник {Электронный ресурс}. - Электрон.дан. (7162 Мб: 473 378 документов). – {Б.И., 199-}

– ConsultantPlus: справочно-поисковая система {Электронный ресурс}. - Электрон.дан. (733 861 документов) – {Б.И., 199-}


Согласовано:


Должность сотрудника УИТиТФИО

ФИО

2019 г.


подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций и семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;


– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

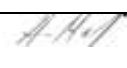

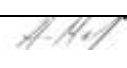
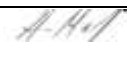

Разработчик




доцент Кремнева Н.Ю.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п. 13 «Специальные условия для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		2.06.20
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		2.06.20
3	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 3	Магомедов А.К.		2.06.20
4	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 4	Магомедов А.К.		15.06.21
5	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 5	Магомедов А.К.		15.06.21

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

Приложение 1

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ


В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

Приложение 3

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : НГТУ, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152362>
2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432145>

Дополнительная литература


1. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы : Практическое пособие / П. А. Кузнецов - Москва : Дашков и К, 2016. - 296 с. - ISBN 978-5-394-01068-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394010682.html>
2. Марусева, И. В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) : монография / И. В. Марусева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 304 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/38999.html>
3. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451045>
4. Шамхалова, С. Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03211-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83154.html>

Учебно-методическая литература

1. Кремнева Н. Ю. Технология производства рекламного продукта : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. Ю. Кремнева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 357 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8230>

Согласовано:

З. Н. Сергеева

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

Приложение 4

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : НГТУ, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152362>
2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468982>
3. Чефранов, С. Д. Технология производства печатных и электронных средств информации. Теоретические основы : учебное пособие для вузов / С. Д. Чефранов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 134 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13110-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477103>

Дополнительная литература


1. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации : учебное пособие для вузов / Е. Ю. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10033-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474845>
2. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476264>
3. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы : Практическое пособие / П. А. Кузнецов - Москва : Дашков и К, 2016. - 296 с. - ISBN 978-5-394-01068-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394010682.html>
4. Марусева, И. В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) : монография / И. В. Марусева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 304 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/38999.html>
5. Шамхалова, С. Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03211-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83154.html>

Учебно-методическая литература

1. Кремнева Н. Ю. Технология производства рекламного продукта : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. Ю. Кремнева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 357 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8230>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А. /  / _____ 2021 г

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

Приложение 5

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2021]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.8. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f97e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2021]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikov» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ ; модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:


Зам. Начальника УИТиТ / Ключкова А.В.  2021г.

Должность сотрудника УИТиТ

Ф.И.О

подпись

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		