

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

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета

факультета культуры и искусства
от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель /Н.С. Сафронов/

Зав.кафедрой дизайна (подпись)
искусства интерьера факультета
культуры и искусства
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 321/08 от 06.02.2023г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Конструирование рекламы
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3

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: очно-заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2023 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Гончарова Н.В.	СОРиК	к.с.н.

СОГЛАСОВАНО

Заведующий выпускающей кафедрой

(/ _____ А.К. Магомедов /
Подпись _____ ФИО

«10» 05 _____ 2023 _____ г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины - формирование у студентов представления о специфике творческого процесса в создании рекламы, о разнообразии стилевых и жанровых изобразительных компонентов рекламы, использование знаний о которых в будущей профессиональной деятельности поможет грамотно и результативно работать над созданием эффективной рекламной кампании.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение современных теоретических подходов и практических решений рекламного творчества.
- овладение технологий конструирования рекламы.
- выработка у студентов глубоких знаний, умений и навыков рекламного творчества, а так же понимание характерных для него процессов

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Конструирование рекламы» относится к вариативной части (дисциплина по выбору) учебного плана бакалавров. Изучается в 6 семестре

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие понимать суть информационно-коммуникационных процессов, а также социологические, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний», «Продвижение СМИ», «Цифровой маркетинг», производственная, профессионально-творческая практика.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей/параллельной: В дальнейшем курс станет основой изучения различных процессов в рамках дисциплин: Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях «Организация рекламных и PR-мероприятий», PR в сфере культуры Интернациональная и национальная реклама преддипломная практика, ГИА.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
--	--

<p>ПК2 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов</p>	<p>Знать:. принципы и приемы разработки конструирования рекламы, основы образостроения в рекламе;</p> <p>Уметь:. грамотно и результативно работать над созданием эффективной рекламы включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы, приобрести навыки моделирования творческо-производственного процесса создания рекламы</p> <p>Владеть:. базовыми визуальными технологиями; возможностями современной печати.</p>
--	---

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

по видам учебной работы (в часах) 72 часа

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения Очно-заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		3	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	16	16		
Аудиторные занятия:				
Лекции				
семинарские и практические занятия	16	16		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	56	56		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы	Задания, проект	Задания, проект		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)		Зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам

учебной работы:

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			

1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Композиция в рекламе							
Тема 1. Понятие и функции композиции.	8		2		2	4	Опрос, практическое задание
Тема 2. Этапы проектирования визуальной рекламы	6		2		2	4	Опрос, практическое задание, доклад
Раздел 2 Проектирование визуальной рекламы							
Тема 3. Понятие рекламного образа	8		1			4	Опрос, доклад
Тема 4. Цвет в дизайне рекламы	8		1		1	4	Опрос, практическое задание
Раздел 3 Разработка рекламной графики							
Тема 5. Графика	8		2		2	4	Опрос, практическое задание
Тема 6. Фотографика	8		2		2	4	Опрос, практическое задание
Тема 7. Типографика.	8		2		2	4	Опрос, практическое задание
Тема 8 Шрифтовые композиции	8		2		2	4	Опрос, практическое задание, доклад
Раздел 4. Конструирование отдельных видов рекламы							
Тема 9. Дизайн-решения печатного изделия, наружная реклама и ее типы, упаковка.	10		2		2	4	.Опрос, проект
Итого	72		16		15	56	

5.

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Лекционные занятия не предусмотрены

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Композиция в рекламе

Тема 1. Понятие и функции композиции (практическое занятие)

Задания:

- Работа с иллюстративными изображениями: виды композиций: плоскостная, объемно-фронтальная, объемно-пространственная, глубинно-пространственная.
- Работа с иллюстративными заготовками: способы организации композиции. Доминанта композиции. Понятие равновесия в композиции.
- Задания на отработку принципов композиции. Открытая, закрытая композиция. Единство в композиции. Соразмерность композиции. Выделение главного - доминанты в композиции. Принцип четкости и простоты в композиции.

Форма А

Страница 4 из 17

- Отработка приемов композиционной организации

Конструирование рекламы: приемы привлечения внимания, приемы мотивации, приемы «кредита доверия». Понятие композиции. Художественная композиция. Механическая и символическая роль композиции. Способы организации композиции. Доминанта композиции. Понятие равновесия в композиции. Принципы композиции. Единство в композиции. Соразмерность композиции. Выделение главного в композиции. Принцип четкости и простоты в композиции.

- Вопросы для самостоятельной работы

- Конструктивные приемы привлечения внимания в рекламе,
- Понятие композиции.
- Механическая и символическая роль композиции.
- Способы организации композиции.
- Доминанта композиции.
- Понятие равновесия в композиции.
- Принципы композиции.
- Единство в композиции.
- Соразмерность композиции.
- Выделение главного в композиции.
- Принцип четкости и простоты в композиции.

- Домашнее задание: Разбор и анализ рекламы газет и журналов с точки зрения эффективности их композиции. Результаты фиксируются в письменном виде, сдаются преподавателю, обсуждаются на занятии

Тема 2. Этапы проектирования визуальной рекламы (семинар-конференция, практическое занятие)

- Вопросы:

- Черновой набросок, черновой эскиз композиции.
- Общий вид. Эскиз. Макет.
- Композиция в ТВ рекламе. Особенности раскадровки.
- Применение модульной сетки в макетировании.
- Соотношение элементов композиции. Гармоничность композиции.
- Оптические иллюзии. Оптический вес.
- Влияние формы. Правильная и неправильная форма.
- Контраст по цвету, размеру, стилю, форме.
- Современная символика. Визуальная перегрузка.

- Презентации, обсуждения докладов

- Задание: Опишите словами, каким будет художественное оформление следующих ситуаций: офисный работник за компьютером, человек гуляет в парке с собакой. Представьте привычные образы необычным способом. Зарисуйте свои идеи.

- Вопросы для самостоятельной работы

- Черновой набросок, черновой эскиз композиции.
- Общий вид. Эскиз. Макет.
- Композиция в ТВ рекламе. Особенности раскадровки.
- Применение модульной сетки в макетировании.
- Соотношение элементов композиции. Гармоничность композиции.
- Оптические иллюзии. Оптический вес.
- Влияние формы. Правильная и неправильная форма.
- Контраст по цвету, размеру, стилю, форме.
- Современная символика. Визуальная перегрузка.

- Подготовка и презентации, доклада: Изучение и систематизация опыта плакатистов.

- Домашнее задание: Сделайте общий вид, эскиз следующих ситуаций: спортивное соревнование. Представьте привычные образы необычным способом.

Какую мысль Вы хотели передать? Результаты обсуждаются на семинарском занятии.

Раздел 2. Проектирование визуальной рекламы

Тема 3. Понятие рекламного образа (семинар-беседа).

- Вопросы к теме:

- Понятие рекламного образа, характеристики рекламного художественного образа.
- Назовите психологические механизмы воздействия рекламного образа на потребителей
- Охарактеризуйте сюжетно-тематическую основу рекламного образа
- Приведите примеры различных типов рекламных образов
- Назовите и охарактеризуйте проектные приемы разработки рекламного образа название и вербальный стиль, визуальный стиль, рекламный персонаж, сквозная рекламная идея.

- Презентация и обсуждение докладов по теме.

- Вопросы для самостоятельной работы

- характеристики рекламного художественного образа.
- естественная и проектная условность рекламного образа. Приведите примеры.
- любое ли изображение представляет собой рекламный образ
- типологии рекламного образа. Приведите примеры различных типов рекламных образов
- элементы рекламного образа: название и вербальный стиль, визуальный стиль, рекламный персонаж, сквозная рекламная идея.
- Психологические механизмы воздействия рекламного образа на потребителей
- сюжетно-тематическую основу рекламного образа
- Проектные приемы разработки рекламного образа

- Подготовка докладов, презентаций: приемы и особенности создания рекламного образа.

Тема 4. Цвет в дизайне рекламы (семинар, практическое занятие).

- Вопросы к теме:

- Понятие цветового круга. Цветовой круг И. Ньютона.
- Спектральные и не спектральные цвета. Основные цвета. Первичные, вторичные, третичные цвета. Дополнительные цвета. Понятие контраста.
- Теория движения цвета В. Кандинского.
- Смешивание цветов.
- Что такое цветовая диагностика?
- Показать на примерах отличие восприятия цвета в разных странах.
- Символическое значение цвета в имажитивной рекламе.
- Переконструирование рекламных образцов с целью создания наибольшего визуального интереса.

- Практическое занятие – оценка дизайн-решения рекламного объекта.

- Вопросы для самостоятельной работы

- Что такое цветовая диагностика?
- Показать на примерах отличие восприятия цвета в разных странах.
- Символическое значение цвета в имажитивной рекламе.

- **Домашнее занятие.** Возьмите печатную рекламу любого товара/услуги. На какую целевую аудиторию он рассчитан. Поменяйте целевую аудиторию. Переконструировать рекламный образ с целью большего визуального интереса для новой целевой аудитории. Работа сдается в печатном виде. Результаты обсуждаются на занятиях.

Тема 5. Графика (практическое занятие)

- Вопросы к теме:

- что такое графика
- какого назначения рисунок в рекламном дизайне
- какие виды графики используются в рекламном дизайне
- в чем особенности рисунка,
- что такое деловая графика
- перечислить существующие оптические иллюзии.

- Практическое задание:

- Проранжировать предоставленные фигуры по оптическому весу.
- Рассмотрите на примерах контраст по цвету, размеру, стилю, форме.

- Вопросы для самостоятельной работы

- понятие графики
- назначение рисунка в рекламном дизайне
- виды графики в рекламном дизайне
- особенности рисунка,
- деловая графика
- понятие оптических иллюзий.

- Домашнее задание 1: Организация доминантных отношений формальных элементов композиции. Построить три композиции из 5-7 элементов, в каждой из которых добиться доминирующей композиционной роли:

- большего элемента,
- меньшего элемента,
- зоны пространства.

- Домашнее задание 2: Закономерности метра и ритма. Построить метрическую и ритмическую композицию из нескольких элементов.

- Домашнее задание 3. Выполнить 2 композиции с использованием контраста и нюанса

Тема 6. Фотографика (практическое занятие)

- Вопросы

- Основные правила съемки .
- Освещение в фотографии
- . Композиция в фотографии. В чем отличие гармоничной композиции от негармоничной.
- Что такое фотографика
- Влияние правильной и неправильной формы на композиционное решение.
- Перспектива. Правило «золотого сечения». Стиль в фотографии. Виды фотографий

- Практическое задание:

- Спланируйте съемку для фотографии рекламы товара X

- Вопросы для самостоятельной работы

- Понятие фотографика
- Принципы фотографика
- Влияние правильной и неправильной формы на композиционное решение.

- Практическое задание: производство рекламной фотографии товара X.

Тема 7. Типографика (форма проведения - практическое занятие)

- Вопросы к теме:

- В чем заключается допечатная подготовка рекламных материалов?
- Что такое растр, и какие встречаются виды растра?
- Перечислить виды печати.
- Что входит в понятие пост-принт?

- Практическое занятие на базе полиграфического предприятия

- Вопросы для самостоятельной работы

- Допечатная подготовка рекламных материалов
- растр, его виды
- виды печати.
- понятие пост-принт

Практическое занятие: разработать три варианта визиток на произвольную тему.

Тема 8. Шрифтовые композиции (семинар)

Вопросы:

- Назвать конструктивные единицы на уровне слова, строки, страницы.
- Что такое базовая линия шрифта и интерлиньяж?
- Назвать отличие большой капители от малой.
- Перечислить особенности современной национальной классификации шрифта.
- Перечислить все элементы внутри кегельной площадки.

Рекламный текст как коммуникативная единица. Старый стиль. Современный стиль. Египетский стиль. Рубленый шрифт. Рукописный шрифт. Декоративный шрифт. Times New Roman – шрифт XX века. Типология шрифта. Историческая классификация шрифта. Национальные классификации. Особенности современных шрифтов. Понятие удобочитаемости шрифта. Понятие кегля. Интерлиньяж. Базовая линия шрифта. Система измерения шрифта. Использование выключки. Наплавление шрифта. Использование курсива. Приемы графической трансформации слова. Роль шрифта. Рисунок шрифта. Категории шрифта. Семейства шрифтов. Ограничения и область возможного использования шрифтов.

- Презентация и обсуждение докладов по теме.

- Вопросы для самостоятельной работы

- Классификации шрифтов в истории
- современные национальные классификации шрифта.
- элементы внутри кегельной площадки.

- Подготовка презентаций/докладов по теме: шрифтовые композиции.

- Домашнее задание:

Сделать шрифтовую композицию из слов на определенную тему (на выбор):

- в стиле типографики XIX века (реализм, викторианская типографика).
- в стиле модерн.
- в стиле конструктивизм
- в стиле типографики постмодернизма.

Тема 9. Дизайн-решения печатного изделия, наружной реклама и ее типы (семинар, практическое занятие)

- Вопросы:

- Перечислить элементы печатной рекламы. Элементы текста. Заголовок. Подзаголовок. Основной текст. Слоган. Девиз. Элементы дизайна или оформления. Иллюстрация. Логотип. Макет.
- Найти различные виды печатной рекламы: модульная, строчная, рубричная, спонсорская, клубная, многостраничная, вкладываемая.
- Перечислить правила дизайна печатной рекламы.
- Назвать психологические аспекты рекламы малых форм.
- Построить классическую рекламную композицию из предоставленных элементов.
- Что такое пиктограммы, ритм, единство?
- Описать содержание линий.
- Назвать виды рекламных блоков и их классификации.
- Дать определения следующим понятиям: постер, брендмауэр, билборд, пилларс,

- растяжки, строительная сетка, сити-формат.
 - Что входит в понятие световая реклама.
 - Особенности дизайна наружной рекламы в России. Преимущества и недостатки наружной рекламы. Наиболее эффективные средства наружной рекламы.
 - Отличие и сходство транспортной рекламы с другими рекламными носителями. Реклама на остановках. Сроки проведения наружной рекламы. Внутренняя и внешняя транзитная реклама.
 - Когда следует менять упаковку по Ф.Мергелайзу.
 - Назвать факторы конструирования упаковки.
 - Перечислить принципы выбора визуальных средств в конструировании упаковки.
- Практическое задание: конструирование социальной рекламы.
- Вопросы для самостоятельной работы
- Элементы печатной рекламы. Найти в газете/журнале примеры различных видов печатной рекламы: модульная, строчная, рубричная, спонсорская, клубная, многостраничная, вкладываемая. Правила дизайна печатной рекламы.
 - Наружная реклама. Найти примеры всех видов наружных рекламных конструкций, подготовить альбом. Особенности дизайна наружной рекламы в России.
 - Факторы конструирования упаковки. Принципы выбора визуальных средств в конструировании упаковки.
- Подготовка индивидуального проекта: Буклет учебной группы. Реализация замысла в конкретной форме, размере, формате, и т.д. Основное требование: сочетание стиля, цвета, шрифта и формы.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№	Формулировка вопроса
1.	Приемы привлечения внимания, приемы мотивации, приемы «кредита доверия».
2.	Понятие и функции композиции
3.	Способы организации композиции.
4.	Принципы композиции.
5.	Этапы проектирования визуальной рекламы
6.	Черновой набросок и эскиз композиции. Макет.
7.	Композиция в ТВ рекламе. Особенности раскадровки.
8.	Виды композиции.
9.	Гармоничность композиции.
10.	Понятие рекламного образа, его характеристики. Типологии рекламного образа.
11.	Элементы рекламного образа
12.	Понятие цветового круга. Цветовой круг И. Ньютона. Понятие контраста.
13.	Теория движения цвета В. Кандинского.
14.	Национальные особенности восприятия цвета.
15.	Понятие цветовой диагностики.
16.	Рекламная графика: рисунок, оформительская графика, фирменный стиль и его элементы, деловая графика, чертеж.
17.	Понятие фотографии в рекламе.

18.	Основные правила съемки. Освещение. Композиция. Перспектива. Правило «золотого сечения».
19.	Стиль в фотографии. Виды фотографий.
20.	Допечатная подготовка рекламных материалов (текстов, иллюстраций).
21.	Постпечатные процессы
22.	Типология шрифта. Историческая классификация шрифта. Национальные классификации.
23.	Особенности современных шрифтов.
24.	Система измерения шрифта.
25.	Рисунок шрифта. Категории шрифта. Семейства шрифтов.
26.	Рекламный текст как коммуникативная единица.
27.	Дизайн-решения печатного изделия,
28.	Дизайн наружной рекламы и ее виды
29.	Дизайн транзитной рекламы
30.	Виды упаковок. Факторы конструирования упаковки.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ


Общие положения

Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка докладов;
- участие в работе семинаров;
- подготовка к зачету и пр.

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>)
Тема 1. Понятие и функции композиции.	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания	4	Устный опрос, проверка задания
Тема 2. Этапы проектирования визуальной рекламы	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка выступления, выполнение практического задания	4	Устный опрос, проверка задания, доклада
Тема 3. Понятие рекламного образа	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка выступления	4	Устный опрос, проверка доклада
Тема 4. Цвет в дизайне рекламы	Выполнение практических заданий, выполнение практического задания	4	Устный опрос, проверка презентации
Тема 5. Графика	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	4	Устный опрос, проверка задания
Тема 6. Фотографика	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	4	Устный опрос, проверка задания

Тема 7. Типографика.	Подготовка к семинарскому занятию выполнение практического задания	4	Устный опрос, проверка задания
Тема 8 Шрифтовые композиции	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий, Подготовка выступления	4	Устный опрос, проверка задания, доклада
Тема 9. Дизайн- решения печатного изделия, транзитная реклама и ее типы, упаковка.	Подготовка доклада/презентации Подготовка к защите индивидуального проекта,	4	Устный опрос, защита проекта

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

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/beode/531437>

б) дополнительная литература:


1. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87990.html>
2. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / Л. С. Деточенко, В. В. Лобко, Н. В. Межеричкая [и др.]; под редакцией А. В. Овруцкого, В. О. Пигулевского. — 2-е изд. — Харьков: Издательство «Гуманитарный Центр», 2015. — 432 с. — ISBN 978-617-7022-47-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110152.html>
3. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение: учебное пособие / Шпаковский В. О., Егорова Е. С. - Москва: Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с. - ISBN 978-5-9729-0217-0. - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902170.html>
4. Ульяновский, А. В. Мифодизайн: учебное пособие / А. В. Ульяновский. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 460 с. — ISBN 978-5-4497-0770-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101353.html>
5. Сергеева, З. Н. Технология рекламы: учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2020. - 83 с. - ISBN 978-5-7782-4107-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870479>

Учебно-методическая литература:

1. Гончарова Н. В. Конструирование рекламы: учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск: УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 352 КБ). - Текст: электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8154>

Согласовано:

Главный библиотекарь / Шемякова И.Н. / *И.Н. Шемякова* / 08.08.23
Должность сотрудника научной библиотеки / ФИО / Подпись / Дата

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

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
Система «Антиплагиат.ВУЗ»
Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»
ОС Microsoft Windows
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.


4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

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

Согласовано:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В. /  / 19.05.2023
Должность, подпись, Инициалы, дата

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

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, 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.

12. 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

Разработчик



Доцент Гончарова Н.В.