

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1149420	Методологические основы графического дизайна

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Дизайн	Код ОП 1. 54.03.01/33.01
Направление подготовки 1. Дизайн	Код направления и уровня подготовки 1. 54.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Зорина Анна Юрьевна	без ученой степени, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Кинёва Лариса Анатольевна	кандидат искусствоведени я, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
3	Мельникова Светлана Витальевна	кандидат философских наук, доцент	Доцент	культурологии и дизайна

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Методологические основы графического дизайна**

1.1. Аннотация содержания модуля

Получение основополагающих знаний об основных направлениях и стилях в области графического дизайна и рекламы в различные периоды истории. Задачи модуля: дать представление об основных направлениях развития графического дизайна и рекламы; познакомить с лучшими произведениями графического дизайна и рекламы; исследование особенностей развития дизайна в отдельные периоды, в отдельных странах и регионах, а также психологические приемы в рекламе, виды рекламы, средства её распространения, визуальные средства (элементы графического дизайна), реклама в интернет сети и планирование рекламы (рекламной кампании), этика и эстетика рекламы.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	История графического дизайна и рекламы	2
2	Дизайн и рекламные технологии	2
3	Этика и эстетика рекламы	2
ИТОГО по модулю:		6

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	1. История искусства 2. История дизайна науки и техники
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3

<p>Дизайн и рекламные технологии</p>	<p>УК-11 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>З-4 - Обосновывать целесообразность финансового планирования</p> <p>У-4 - Минимизировать индивидуальные финансовые риски, используя информацию о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг и возможности финансовых инструментов</p>
	<p>ПК-1 - Способен применять знания в области истории и теории искусств; истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; постигать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода</p>	<p>П-1 - Самостоятельно, опираясь на теоретические и методологические подходы, сделать анализ объекта дизайна на основе критериев научных знаний и процессов для решения задач в профессиональной области дизайн-проектирования</p>
	<p>ПК-5 - Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p>	<p>З-1 - Кратко изложить теоретические основы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в процессе предпроектных исследований, анализа целевой аудитории</p> <p>У-1 - Осуществлять процесс коммуникации с заказчиком, целевой аудиторией, специалистами-смежниками на всех этапах проектирования объекта, в устной и письменной формах на русском и иностранном языках</p> <p>П-1 - Самостоятельно, или работая в команде, осуществлять практические навыки коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия при организации и проведении творческих мероприятий по дизайну</p>

История графического дизайна и рекламы	УК-11 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	У-2 - Сравнивать поведение экономических агентов в различных экономических ситуациях и обосновывать его целесообразность в соответствии с правилами У-4 - Минимизировать индивидуальные финансовые риски, используя информацию о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг и возможности финансовых инструментов
	ПК-1 - Способен применять знания в области истории и теории искусств; истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; постигать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода	З-1 - Характеризовать тенденции развития и актуальные проблемы истории и теории искусств; истории и теории дизайна; науки и техники; этапы становления и развития мировой культуры, их связь с религиозными, философскими и эстетическими идеями З-2 - Кратко изложить творческое наследие известных ученых, изобретателей, дизайнеров и художников
Этика и эстетика рекламы	ПК-1 - Способен применять знания в области истории и теории искусств; истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; постигать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода	У-1 - Анализировать актуальные проблемы дизайна в культурно-историческом контексте в связи с процессами в обществе, культуре, экономике, образовании; системно и полно описывать дизайн продукта и способы его проектирования с помощью научных понятий, формулировать доказательства и аргументы с их использованием; фиксировать и объяснять функциональные, технологические и эстетические особенности продуктов дизайна; проводить экспертизу дизайн-продукта П-2 - Проводить и представлять в публикациях и выступлениях на конференциях анализ феноменов культуры, искусства и дизайна на основе применения общенаучных и специальных методов

	<p>ПК-5 - Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p>	<p>П-2 - Самостоятельно, или работая в команде, осуществлять практические навыки коммуникации в устной и письменной формах при организации и проведении творческих мероприятий по дизайну</p> <p>Д-1 - Демонстрировать коммуникативные умения при организации творческих мероприятий по дизайну</p>
--	--	---

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
История графического дизайна и рекламы

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Кинёва Лариса Анатольевна	кандидат искусствоведения, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/23 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Кинёва Лариса Анатольевна, Доцент, культурологии и дизайна

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Р 1	Р 1. Графический дизайн как средство художественной коммуникации. Основные формы и средства выражения	<p>Многообразие структуры коммуникативного дизайна. Основные термины художественных визуальных коммуникаций. Понятия графики, прикладной и промышленной графики, плаката, графического дизайна, типографики, фотографии, скрин-дизайна, WEB-дизайна и пр.</p> <p>Место графического дизайна в художественно-проектной деятельности. Графический дизайн как художественно-проектная деятельность по созданию оригиналов, предназначенных для массового воспроизведения любыми средствами визуальной коммуникации (полиграфия, кино, телевидение, глобальные сети). Задачи и основные художественные средства графического дизайна.</p> <p>Графический дизайн как основное средство рекламной коммуникации, способ массовой коммуникации между сферами производства и потребления. Специфика художественного творчества в данной области (решение функциональных задач в заданных обстоятельствах, получение художественных результатов в рамках конкретных практических задач). Особенности процесса проектирования (сбор информации, сравнение и анализ, определение проблемы, постановка цели; определение общей концепции проекта, возникновение художественного решения).</p> <p>Область профессиональных знаний дизайнера-графика (знание и анализ рынка и потребителей, знание психологии</p>

		<p>восприятия, поиск выразительных средств для наиболее точного выполнения поставленной задачи, необходимость сочетать художественный результат с информативностью, функциональной направленностью и экономичностью решения).</p> <p>Основные категории качества и действенности графического проекта: соотношение текста и изображения, точность и новизна информации, аргументы пользы (от экономической до нравственной), целенаправленность, структурное единство всех элементов.</p> <p>Протореклама как первый исторический этап развития рекламной индустрии. Определение понятия графического дизайна и рекламы. Анализ пяти составляющих черт рекламы.</p> <p>Функции рекламы в обществе. Структура рекламы. Связь графического сопровождения бренда с условиями его использования.</p>
<p>Р 2</p>	<p>Р 2. Основные этапы развития графического дизайна и рекламы в Западной Европе, и Северной Америке от Средневековья до нач. XX века.</p>	<p>Потребность в массовой информации. XII-XIV вв. и коммерциализация рекламы, возникновение цеховой геральдики и торгово-производственной эмблематики как совокупность знаков отличия. Гравюра и ксилография – технологии, влияющие на возникновение афиши, листовки, каталога и манускрипта. Печатный станок Иоганна Гуттенберга и последствия для распространения информации. Возникновение типографий и издательств в XV-XVI вв. Требования к фирменной идентификации и первые фирменные знаки. Начало журналистики в Европе и возникновение первых информационных бюро. Создание первой газеты и ее пространственное распространение. Связь американской рекламы с культурой массовых коммуникаций материка. Эпоха перелома в рекламной коммуникации. Эпоха войн и переоценка социальных ценностей. Экономическое развитие Англии, ее успехи в новых технологиях. Комплексные рекламные агентства, «перекрестные» творческие задачи и инновации в рекламе. Становление иллюстрированных периодических изданий, деление их по тематическим направлениям. Начало иллюстрированной рекламы в прессе.</p> <p>Реклама во Франции: традиции и новаторство. Плакаты и афиши Тулуз-Лотрека. Т. Стейнлен и коммерческий плакат. Особенности плакатной графики А. Мухи. Обри Бердслей. Направления развития рекламы в Германии. Обновление традиций: вещь и «тевтонский стиль». Л. Берхард и его рекламные графические образы. Приманки премиальной торговли. Витрина как зеркало рекламного дела. Первая упаковка. Рекламные марки продукции. Выставки как общеевропейский рекламный жанр. Технический прогресс и бум товаров потребления. Влияние развития рекламы в Европе на североамериканскую рекламу. Рекламная изобретательность Ф. Т. Барнума. Изобретательность газетной рекламы. Патентная лихорадка.</p>

<p>Р 3</p>	<p>Р 3. История графического дизайна в России с XIX в. по кон. XX в.</p> <p>Тема 1. Графический дизайн в России дореволюционного периода</p> <p>Тема 2. Развитие рекламы в советский период</p>	<p>Тема 1. Эволюция лубочного творчества в России в XIX веке. Афиши подписные, театральные, балаганные. Городские шрифтовые и изобразительные вывески. Графика «Мирискусников». Издательство И. Кнебель и И. Сытина. Появление фирменного знака в России и исходный образ фабричной марки. Упаковка как товарный знак. Российский плакат. Малые рекламные формы.</p> <p>Тема 2. Особенности рекламной графики в 1920-х – 1930-х гг. Советская эмблематика. Политическая пропаганда и агитация. Формирование в России сознания человека будущего. Конструктивизм и его принципы. Владимир Татлин – родоначальник нового направления. Россия – как центр «новой графики». Л. Попова, А. Ганн, В. Степанова, В. Стейнберг, А. Родченко. Влияние конструктивизма на развитие мирового графического искусства. Конструктивизм и периодика.</p> <p>Типографика и фотомонтаж. Влияние идеологии на графический язык в Советской России. Реклама как институт тоталитарной власти. Принципы станковизма и эпоха социалистических утопий. Театральный и кино-плакат.</p>
<p>Р 4</p>	<p>Р 4. Рекламный процесс в Европе, Америке в XX веке</p>	<p>Рекламные агентства Америки. Lord & Thomas. Рекламные кампании Клода Хопкинса. Графические стили авангарда 1920-х – 1930-х гг. и рекламные технологии. А. Кассандр. Л. Марфурт. Эмиграция и образ графического искусства в Соединенных Штатах в 1940-1950 гг. Американский путь развития рекламы. Регулирование рекламных приемов. «Клуб потребителей». Создание «массового рынка» и «массовой потребительской идеологии». Культ вещи. Массовое рекламное искусство.</p> <p>Американская рекламная графика 1930-1950 гг. «Станковизм» в рекламе. Шаблонные приемы и кризис рекламной индустрии. Плакаты Норманна Рокуэлла. Функциональное использование графического дизайна американской рекламой.</p> <p>Интернет и рекламные технологии. Типографика и интернет.</p>
<p>Р 5</p>	<p>Р 5. Школы графического дизайна в России и за рубежом</p>	<p>Реформы художественного образования в Советской России. ВХУТЕМАС-ВХУТЕИИ. Сближение художественной материальной культуры с массовым индустриальным производством. Программа обучения, особенности подготовки художника-производственника.</p> <p>Создание Баухауза в Германии. Его роль в развитии и осознании дизайна как профессии. Графический язык школы. Принципы: структурирование, упорядочение и систематизирование. Шрифт Universal. Общие черты архитектуры и типографики функционализма. Чихольд и его принципы: как сделать книгу. Изменение политических и социальных условий в Германии 1933 года. Графический язык школы. Закрытие Баухауза и первая волна творческой иммиграции в Америку.</p>

		<p>Голландская школа графического дизайна. Связь школы с традицией классического искусства. Журнал «Still» и группа голландских архитекторов, дизайнеров.</p> <p>Швейцарская школа графического дизайна. Генезис и развитие теоретических принципов новой типографики в Германии. Абстрактное искусство и новая типографика в Швейцарии. Формирование и расцвет швейцарского международного стиля, 1940-1960 гг. Представители школы.</p>
<p>Р 6</p>	<p>Р 6. Стили в графическом дизайне</p>	<p>Уильям Морис и его антииндустриальные постулаты. «Искусства и ремесла» – движение за возвращение к идеалам ручного труда. Создание гарнитур Чосер, Экмана и возникновение понятия: дизайн. Шаги художников и гравюров к пониманию графики как профессии.</p> <p>Стиль «модерн» – первый интернациональный стиль. Идея стилевой цельности, универсальные принципы проектирования. Влияние японской гравюры и классической живописи на графический язык модерна. Альфонс Муха и его творческий путь. Идея синтеза искусств. Проникновение нового стиля в архитектуру, живопись и графику. Обожествление женского образа и использование его в рекламных обращениях.</p> <p>Эстетический кризис в промышленном производстве конца XIX века. Потребность рекламы в фирменном стиле, фирменной идентификации, унификации графического языка и ограничениях, кризис идеалов стиля «модерн». Кубизм – первый новаторский опыт. Два направления в экспериментах: материальное и иррациональное.</p> <p>Графический стиль «реализм» и информационные задачи. Перемены в технологии производства печатной продукции. Появление фотографии и потребности общества в информации. Появление научных и политических журналов. Новый взгляд на периодику, радикальность стилистики реализма.</p> <p>Ар деко – «последний большой стиль». Международная выставка декоративного искусства и промышленности 1925 года в Париже. Влияние ар-деко на работу рекламных агентств Америки при разработке знаков и фирменного стиля. Обложки журнала «Вог».</p> <p>Фовизм – направление французской живописи и Streamline Moderne.</p> <p>Поп-арт как преддверие «постмодернизма» и бунт против порядка. Неофункционализм Массимо Виньели и «постмодернизм». Поп-культура 1970-х в США и радикальные течения дизайна, новые формы графического языка. «Постмодернизм», его эстетические взгляды как феномен общественной жизни. Разрушение постулата: «форма следует за содержанием». Поль Шер и «ретростили». Плюрализм эстетических взглядов. Авторский подчёрк дизайнера.</p> <p>Война дизайнеров за национальное лицо, индивидуальность и непоследовательность. Влияние цифровых технологий на развитие графического дизайна.</p>

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Формирование социально-значимых ценностей	культурно-просветительская деятельность	Технология дебатов, дискуссий	ПК-1 - Способен применять знания в области истории и теории искусств; истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; постигать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода	З-1 - Характеризовать тенденции развития и актуальные проблемы истории и теории искусств; истории и теории дизайна; науки и техники; этапы становления и развития мировой культуры, их связь с религиозными, философскими и эстетическими идеями З-2 - Кратко изложить творческое наследие известных ученых, изобретателей, дизайнеров и художников

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

История графического дизайна и рекламы

Электронные ресурсы (издания)

1. Трушина, Л. Е.; История отечественной и зарубежной рекламы : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329> (Электронное издание)
2. Толкачев, А. Н.; Рекламная деятельность : учебное пособие.; Издательство Орловского филиала РАНХиГС, Орел; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488294> (Электронное издание)
3. Толкачев, А. Н.; Коммерческое право : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2018;

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495838> (Электронное издание)

4. Тангейт, М., М., Савина, М.; Медиагиганты: как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство : научно-популярное издание.; Альпина Бизнес Букс, Москва; 2006; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495834> (Электронное издание)

5. Курушин, В. Д.; Графический дизайн и реклама; Профобразование, Саратов; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/87990.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Ромат, Е. В.; Реклама. История. Теория. Практика : учебник для вузов.; Питер, Москва [и др.]; 2002 (2 экз.)

2. Ученова, В. В.; История отечественной рекламы. 1917-1990 : учеб. пособие по дисциплине "Основы рекламы и паблик рилейшнз" для студентов вузов, обучающихся по направлению 021400 "Журналистика".; ЮНИТИ, Москва; 2004 (1 экз.)

3. Тангейт, Тангейт М., Зотагин, А., Ибрагимов, В., Быстрова, Ю.; Всемирная история рекламы; Альпина Бизнес Букс, Москва; 2008 (1 экз.)

4. Николайшвили, Г. Г.; Социальная реклама. Теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Связи с общественностью" и "Реклама".; Аспект Пресс, Москва; 2008 (5 экз.)

5. Роман, Роман К., Виноградова, Е.; Дэвид Огилви и современная реклама; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2010 (1 экз.)

6. Роман, Роман К., Виноградова, Е.; Дэвид Огилви и современная реклама; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2010 (1 экз.)

7. Ковешникова, Н. А.; Дизайн. История и теория : учеб. пособие для студентов архитектур. и дизайнер. специальностей.; Омега-Л, Москва; 2005 (1 экз.)

8. Михайлов, С. М.; История дизайна : Учеб. для бакалавров направления 521700 "Архитектура" и специальности 2902.00 "Дизайн архитектур. среды". Т. 2. Дизайн индустриального и постиндустриального общества; Союз Дизайнеров России, Москва; 2003 (2 экз.)

9. Кнабе, Г. А.; Энциклопедия дизайнера печатной продукции; Диалектика : Вильямс, Москва ; Санкт-Петербург ; Киев; 2006 (11 экз.)

10. Михайлов, С. М.; История дизайна : [учеб. пособие для обучения бакалавров направления 521700 "Архитектура" и специальности 2902.00 "Дизайн архитектур. среды"]. Т. 2. Дизайн индустриального и постиндустриального общества; Союз Дизайнеров России, Москва; 2004 (5 экз.)

11. Соловьев, Ю. Б.; Моя жизнь в дизайне; Союз Дизайнеров России, Москва; 2004 (1 экз.)

12. Рожнова, О. И.; История журнального дизайна : [учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 052400 Дизайн.]; Университетская книга, Москва; 2009 (2 экз.)

13. Калиничева, М. М., Жердев, Е. В., Новиков, А. И.; Научная школа эргодизайна ВНИИТЭ. Предпосылки, истоки, тенденции становления : монография.; ВНИИТЭ : ИПК ГОУ ОГУ, Москва ; Оренбург; 2009 (1 экз.)

14. Ковешникова, Н. А.; История дизайна : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 070601 "Дизайн".; Омега-Л, Москва; 2015 (1 экз.)

15. Трушина, Л. Е.; История отечественной и зарубежной рекламы : учебник.; Дашков и К, Москва; 2014 (1 экз.)

16. Чихольд, Я., Шкловская-Корди, Е., Ефимов, В.; Облик книги. Избранные статьи о книжном оформлении и типографике; Студия Артемия Лебедева, Москва; 2013 (1 экз.)

17. Чихольд, Я., Якубсон, Л.; Новая типографика. Руководство для современного дизайнера; Изд-во Студии Артемия Лебедева, Москва; 2011 (2 экз.)
18. Серов, С. И.; Мои дизайнеры; Линия График!, Москва; 2002 (1 экз.)
19. Тангейт, Тангейт М., Зотагин, А., Ибрагимов, В., Быстрова, Ю.; Всемирная история рекламы; Альпина Бизнес Букс, Москва; 2008 (1 экз.)
20. Курушин, В. Д.; Графический дизайн и реклама : Самоучитель.; ДМК Пресс, Москва; 2001 (2 экз.)
21. Бхаскаран, Бхаскаран Л., Голыбина, И. Д.; Дизайн и время. Стили и направления в современном искусстве и архитектуре; Арт-Родник, Москва; 2006 (4 экз.)
22. Бхаскаран, Бхаскаран Л., Хорос, В.; Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы : справ. по основам дизайна.; АСТ : Астрель, [Б. м.]; 2006 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Зарубежные ресурсы

www.4block.org www.yankodesign.com www.red-dot.de

www.adceurope.org www.adceurope.org ru.designeast.eu

Российские ресурсы

<http://art-design.tyumen.ru/>

официальные сайты сообществ и организаций:

www.icsid.org www.icograda.org www.design-union.ru www.sdrussia.ru

www.designspb.ru www.archcenter.org sdr.usaaa.ru idva.info

информативные дизайнерские сайты:

www.advertology.ru www.compuart.ru www.kak.ru www.goldenbee.org

образование:

www.usaaa.ru www.ucheba.ru www.school.imadesign.ru www.stroganovka.ru

сайты о дизайне и архитектуре:

www.a3d.ru www.designet.ru www.omami.ru www.idi.ru www.deforum.ru

www.internirussia.ru www.novate.ru www.designcollector.ru www.adcrussia.ru

www.rudesign.ru www.addesign.ru www.artlebedev.ru www.manworksdesign.com

www.artgraphics.ru www.designsdm.ru www.cih.ru

сайты с иллюстративным материалом по темам:

1. Дизайн книг// Доступно из URL: www.artists-book.ru

2. Галерея открыток// Доступно из URL: www.retros.ucoz.ru

3. Серия почтовых марок// Доступно из URL: www.marka-art.ru

4. Электронный музей отечественного плаката - Плакаты.Ру// Доступно из URL: www.plakaty.ru

5. Научная библиотека ПетрГУ: Коллекции и фонды.Экслибрис// Доступно из URL: library.petrstu.ru/collections/arrow.shtml
6. Электронный музей спичечных этикеток: Виртуальный музей спичечных этикеток
7. Музей упаковки// Доступно из URL: www.museumpack.ru
8. Музей витрина в Париже// Доступно из URL: www.museeduvinparis.com
9. Музей упаковки в Германии// Доступно из URL: www.verpackungsmuseum.de
10. Ресурс о брендинге и дизайне упаковки// Доступно из URL: popsop.ru
11. Музей парфюмерии// Доступно из URL: www.fragonard.com

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Список библиотек, доступных в Интернет и входящих в проект «Либне». Режим доступа: <http://www.valley.ru/-nicr/listrum.htm>, свободный.
2. Российская национальная библиотека. Режим доступа: <http://www.rsl.ru>, свободный.
3. Библиотека В. Г. Белинского. Режим доступа: <http://book.uraic.ru>, свободный.
4. Электронный каталог Зональной научной библиотеки УрФУ. Режим доступа <http://opac.urfu.ru/>, свободный.
5. <http://www.wdl.org/ru/> Всемирная цифровая библиотека (World Digital Library)
6. <http://www.prlib.ru> - Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина
7. <https://archive.org/> - Интернет архив (Internet Archive)
8. <https://goskatalog.ru/portal/#/> - Государственный каталог музейного фонда Российской Федерации
9. Социальный интернет-сервис- <https://www.pinterest.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

История графического дизайна и рекламы

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения

1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Cisco IP Base to Ent. Services license for 16 Port Catalyst 4500-X (L-C4500X-16P-IP-ES)</p> <p>Cisco C3750X-24 LAN Base to IP Base E-License (L-C3750X-24-L-S)</p> <p>MUMU</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic</p>
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Cisco C3750X-24 LAN Base to IP Base E-License (L-C3750X-24-L-S)</p> <p>Cisco IP Base to Ent. Services license for 16 Port Catalyst 4500-X (L-C4500X-16P-IP-ES)</p> <p>MUMU</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic</p>
3	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic</p>
4	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Cisco IP Base to Ent. Services license for 16 Port Catalyst 4500-X (L-C4500X-16P-IP-ES)</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic</p>
5	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Cisco IP Base to Ent. Services license for 16 Port Catalyst 4500-X (L-C4500X-16P-IP-ES)</p> <p>MUMU</p> <p>Office 365 EDUA1 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr Student EES</p>

			Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic
--	--	--	---

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Дизайн и рекламные технологии

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Зорина Анна Юрьевна	без ученой степени, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Мельникова Светлана Витальевна	кандидат философских наук, доцент	Доцент	культурологии и дизайна

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/23 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Зорина Анна Юрьевна, Доцент, культурологии и дизайна
- Мельникова Светлана Витальевна, Доцент, культурологии и дизайна

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Реклама как область графического дизайна	Определение, признаки и функции рекламы. Способы классификации рекламной практики. Особенности некоммерческой рекламы, инструменты социальной и политической рекламы. Развитие рекламных коммуникаций как части массовой культуры в XX веке.
2	Образно-графические находки великих рекламных кампаний и агентств	Лео Бернет и цветные образы («Красное на красной», «Ковбой Мальборо», «Зеленый великан»); Уильям Бернбах и работа с иронией; Россер Ривз и визуализация УТП; Дэвид Огилви и «русский взгляд». Создание выразительного образа как залог успеха кампании.
3	Психологические основания создания удачного образа	Познавательная цепочка и организация восприятия. Способы привлечения и удержания внимания. Запоминаемость рекламного образа. Теория позиционирования Райса и Траута. Цветовые и композиционные правила создания рекламного образа, исследования Льюиса Ческина. Методы рекламного воздействия: внушение, работа с ассоциациями, мотивационный анализ, психологическая установка, психоанализ (Э. Дихтер) и работа с архетипами (Марк и Пирсон).
4	Роль ментальных моделей в содержательном аспекте рекламного сообщения.	Понятие ментальной модели, отличие ментальной и концептуальной модели. Столкновение ментальных моделей в рекламной практике. Ментальные модели, построенные на психологических типах. Обусловленность восприятия

		защитными механизмами мозга. Ментальная модель и габитус. Особенность создания рекламы и рекламных кампаний в разных странах.
--	--	---

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	учебно-исследовательская, научно-исследовательская	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-1 - Способен применять знания в области истории и теории искусств; истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; постигать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода	П-1 - Самостоятельно, опираясь на теоретические и методологические подходы, сделать анализ объекта дизайна на основе критериев научных знаний и процессов для решения задач в профессиональной области дизайн-проектирования

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дизайн и рекламные технологии

Электронные ресурсы (издания)

1. Веселова, Ю. В.; Графический дизайн рекламы. Плакат : учебное пособие.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2012; <http://www.iprbookshop.ru/44764.html> (Электронное издание)
2. Байбардина, Т. Н.; Психология рекламы. Практикум : учебное пособие.; Вышэйшая школа, Минск; 2014; <http://www.iprbookshop.ru/35534.html> (Электронное издание)
3. Гуревич, П. С.; Психология рекламы : учебник для студентов вузов.; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017;

Печатные издания

1. Хембри, Р., Банкрашков, А. В.; Графический дизайн. Самый полный справочник. Как научиться понимать графику и визуальные образы; АСТ : Астрель, Москва; 2008 (1 экз.)
2. Пронин, С. Г.; Рекламисту о дизайне. Дизайнеру о рекламе; Бератор, Москва; 2004 (13 экз.)
3. Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М.; Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учеб. пособие.; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2010 (16 экз.)
4. ; Index 01; Индекс дизайн & паблишинг/Index design & publishing, Б. м.; 2001 (1 экз.)
5. Рассел, Д. Т., Дж. Томас, Виноградова, Т., Железниченко, А., Жильцов, С., Лейн, У. Р., У. Рональд, Севелев, С.; Рекламные процедуры Клеппнера; Питер, Москва; СПб.; Н. Новгород и др.; 2003 (1 экз.)
6. Яцюк, О.; Компьютерные технологии в дизайне. Логотипы, упаковка, буклеты; БХВ-Петербург, Санкт-Петербург; 2003 (1 экз.)
7. Яковлев, А. А., Чупрун, А. Б.; Контекстная реклама. Основы, секреты, трюки; БХВ-Петербург, Санкт-Петербург; 2010 (1 экз.)
8. Мелихов, Ю. Е.; Дизайн в рекламе; [Журнал "Управление персоналом", Москва; 2006] (2 экз.)
9. Риверз, Ш.; Poster art. Новое в дизайне постеров; РИП-холдинг, [Москва; 2007] (7 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

ЭБС "Лань"

Издательство "Лань"

Taylor&Francis

Taylor & Francis Group

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дизайн и рекламные технологии

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Этика и эстетика рекламы

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Зорина Анна Юрьевна	без ученой степени, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Мельникова Светлана Витальевна	кандидат философских наук, доцент	Доцент	культурологии и дизайна

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/23 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Зорина Анна Юрьевна, Доцент, культурологии и дизайна
- Мельникова Светлана Витальевна, Доцент, культурологии и дизайна

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Р1.	Законы эстетического воздействия рекламы	Этическое и эстетическое как выражение ценностного отношения человека к миру. Феномены ценности и оценки. Общее и различное в этическом и эстетическом высказывании. Этические и эстетические стороны массовой культуры и рекламы.
Р2.	Эстетическая выразительность рекламного сообщения и правила его создания	Эстетическая выразительность объекта как характеристика «хорошего дизайна». Понятия эстетического идеала и вкуса в оценке объекта. Уровни развития эстетического восприятия. Эстетические категории как способ выявления выразительности рекламного высказывания. Сравнительные характеристики рекламного и художественного образа. Художественные приемы в построении рекламного образа.
Р3.	Этическая сторона рекламного сообщения	Понятие морали и нравственности, добра и зла, должного и запретного и их применение к продуктам массовой культуры. Двусмысленность, провокативность, постправда в средствах массовой коммуникации. Принципы морального и правового регулирования в рекламе. Саморегулирование, органы саморегулирования в рекламном бизнесе, международные и национальные ассоциации рекламных агентств как борцы за этическую норму.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	учебно-исследовательская, научно-исследовательская	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-1 - Способен применять знания в области истории и теории искусств; истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; постигать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода	<p>У-1 - Анализировать актуальные проблемы дизайна в культурно-историческом контексте в связи с процессами в обществе, культуре, экономике, образовании; системно и полно описывать дизайн продукта и способы его проектирования с помощью научных понятий, формулировать доказательства и аргументы с их использованием; фиксировать и объяснять функциональные, технологические и эстетические особенности продуктов дизайна; проводить экспертизу дизайн-продукта</p> <p>П-2 - Проводить и представлять в публикациях и выступлениях на конференциях анализ феноменов культуры, искусства и дизайна на основе применения общенаучных и</p>

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Этика и эстетика рекламы

Электронные ресурсы (издания)

1. Пивоев, В. М.; Эстетика : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва; 2013; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210656> (Электронное издание)
2. Мороз, Т. И.; Эстетика и теория искусства : практикум.; Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), Кемерово; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487689> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Дзикевич, С. А.; Эстетика рекламы. Эстетическая структура рекламной коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 350700 "Реклама".; Гардарики, Москва; 2004 (1 экз.)
2. Старостова, Л. Э.; Эстетика рекламы : учебное пособие для студентов по специальности 032401 "Реклама".; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2010 (5 экз.)
3. Сурина, М. О.; Цвет и символ в искусстве, дизайне и архитектуре : Учеб. пособие для вузов, обучающихся худож. специальностям и дизайну.; МарТ, Москва; Ростов н/Д; 2003 (2 экз.)
4. Бычков, В. В.; Эстетика : учеб. для гуманитар. направлений и специальностей вузов России.; Академический проект, Москва; 2009 (1 экз.)
5. Соколянский, В. В., Бородин, В. А.; Этика бизнеса : учеб. пособие.; МГИУ, Москва; 2006 (1 экз.)
6. Мальцева, Ю. А., Котляревская, И. В.; Этика бизнеса : учебное пособие.; УГТУ-УПИ, Екатеринбург; 2009 (1 экз.)
7. Герчикова, И. Н.; Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики : Учеб. пособие.; Консалтбанкир, Москва; 2002 (1 экз.)
8. Эко, У., Сабашникова, А. А., Костюкович, Е. А.; Vertigo. Круговорот образов, понятий, предметов : [пер. с итал.]; СЛОВО/SLOVO, [Москва]; 2009 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

ЭБС "Лань": <http://e.lanbook.com/>

Киберленинка: <https://cyberleninka.ru/>

ЭБС «Университетская библиотека онлайн»: <http://biblioclub.ru/>

ЭБС "Библиокомплектатор" (IPRbooks): <http://www.bibliocomplectator.ru/available>

EBSCO Discovery Service, EBSCO publishing: <http://search.ebscohost.com>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

РИНЦ: <http://elibrary.ru>

ЭБС издательства "Лань": <http://e.lanbook.com/>

ЭБС «Университетская библиотека онлайн»: <http://biblioclub.ru/>

ЭБС "Библиокомплектатор" (IPRbooks): <http://www.bibliocomplectator.ru/available>

EBSCO Discovery Service, EBSCO publishing: <http://search.ebscohost.com>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Этика и эстетика рекламы

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic

4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Windows Server Datacenter 2012R2 Single MVL 2Proc A Each Academic</p>