

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»  
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е.Рудин

« 04 » 04 2023 года

## Программа практики

**Б2.В.01(П)** Производственная практика (проектно-технологическая практика)

Учебный план: 2023-2024 54.03.01 ИГД Дизайн цифровых медиа ОО №1-1-71.plx

Кафедра: **16** Дизайна рекламы

Направление подготовки:  
(специальность) 54.03.01 Дизайн

Профиль подготовки: Дизайн цифровых медиа  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр		Контактн	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Практ. занятия				
5	УП	68	39,75	0,25	3	Зачет с оценкой
	ПП	68	39,75	0,25	3	
Итого	УП	68	39,75	0,25	3	
	ПП	68	39,75	0,25	3	

Санкт-Петербург  
2023

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1015

Составитель (и):

доктор искусствоведения, Профессор

\_\_\_\_\_

Дворко Нина Ивановна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Сухарева Алина  
Михайловна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

**1.1 Цель практики:** Сформировать компетенции обучающегося в области производственной деятельности, направленные на изучение сферы деятельности и актуальных технологических и художественных аспектов создания цифрового рекламного продукта в соответствии с требованиями, предъявляемыми современным рынком труда.

### 1.2 Задачи практики:

— способствовать установлению связи теории с практикой в условиях реального производственного процесса по проектированию цифровых рекламных продуктов;

— познакомить с ключевыми технологиями и методами дизайн-проектирования и воплощения широкого спектра цифровых рекламных продуктов (анимационных видео, рекламных баннеров, веб- и мобильных приложений и т.д.);

— развить у студентов практические профессиональные навыки работы в реальных условиях цифрового агентства, компании, дизайн-студии и прочих предприятий, в сферу деятельности которых входит дизайн цифровых медиа.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Типографика в дизайне

Коммуникационный дизайн

Основы проектной деятельности

Компьютерная графика и анимация

Дизайн в цифровой среде

UX/UI дизайн

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

### УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

**Знать:** актуальные российские и зарубежные источники информации в области цифровой рекламы; принципы системного подхода к проектированию цифрового рекламного продукта.

**Уметь:** выявлять проблемные ситуации в области рекламного дизайна, дизайна цифровых медиа, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления; осуществлять поиск дизайнерских решений, опираясь на мировой опыт дизайн-проектирования цифровых рекламных продуктов; определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (проблемы), возникающие в процессе проектирования и предлагать способы их решения; формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам рекламного дизайна; выявлять существенные черты современного дизайна отдельных видов цифровой рекламы.

**Владеть:** технологиями решения типичных, наиболее часто встречающихся проблемных ситуаций в области дизайна цифровых рекламных продуктов.

### УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

**Знать:** способы обоснования предложений при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению задач в области рекламного дизайна; действующие правовые нормы, ресурсы и ограничения, способные влиять на процесс разработки и реализации отдельных видов цифровой рекламы

**Уметь:** выбирать оптимальные варианты творческой концепции для решения конкретной задачи рекламного дизайна в цифровой среде.

**Владеть:** методами оценки потребности в тех или иных ресурсах для исполнения работ по созданию детализированного прототипа цифрового рекламного продукта; навыками работы с нормативно-правовой документацией в рекламной сфере.

### УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

**Знать:** принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде рекламного дизайна; ценностные основы совместной профессиональной деятельности; возможности коммуникативных связей для решения профессиональных задач в сфере дизайна цифрового продукта.

**Уметь:** работать в команде с другими специалистами по дизайн-проектированию и разработке цифрового рекламного продукта, используя эффективные тактики взаимодействия; осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в междисциплинарной команде.

**Владеть:** методами командной работы в креативной среде рекламного дизайна, навыками коммуникации в междисциплинарном коллективе.

<b>УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</b>				
<b>Знать:</b> методические основы физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности.				
<b>Уметь:</b> поддерживать общий уровень физической активности и здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности в сфере дизайна цифровых медиа.				
<b>Владеть:</b> способами поддержания общего уровня физической активности и здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности в сфере дизайна цифровых медиа.				
<b>УК-9: Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</b>				
<b>Знать:</b> особенности применения базовых дефектологических знаний в дизайне разных видов цифровой рекламы.				
<b>Уметь:</b> выявлять эффективные способы организации взаимодействия людей с нарушенным развитием с интерактивной цифровой рекламой; применять в профессиональной дизайнерской деятельности принципы инклюзивного дизайна.				
<b>Владеть:</b> способами выявления особых потребностей и потенциальных возможностей людей с ограниченными возможностями здоровья в процессе проведения предпроектных исследований в области дизайна цифровой рекламы.				
<b>УК-11: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности</b>				
<b>Знать:</b> принципы, формы, методы профилактики экстремистских и террористических проявлений; основные принципы и содержание антикоррупционного законодательства				
<b>Уметь:</b> критически оценивать возникающие ситуации, отражающие проявления экстремизма и терроризма в практической деятельности; применять антикоррупционное законодательство на практике, анализировать причины появления коррупционного поведения в обществе, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме				
<b>Владеть:</b> навыками профилактической работы, направленной на предупреждение экстремистской деятельности и вовлечения в террористические организации; основами антикоррупционной деятельности, навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции				
<b>ПК-1: Способен осуществлять подготовку и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации для традиционных медиа и цифровой среды</b>				
<b>Знать:</b> методы поиска и сбора информации по исследуемой проблеме с целью разработки проектного задания на создание цифровой рекламной продукции.				
<b>Уметь:</b> планировать и согласовывать с руководством проектное задание на разработку цифровой рекламной продукции.				
<b>Владеть:</b> профессиональной терминологией в области анимационной графики, веб-дизайна, рекламы.				
<b>ПК-2: Способен осуществлять художественно-техническую разработку дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации для традиционных медиа и цифровой среды</b>				
<b>Знать:</b> основные виды цифровой рекламы: вирусные ролики, рекламные игры, промосайты, интернет-баннеры, мобильные приложения и мобильная реклама, спецпроекты, 3D-проекции и др.; особенности разработки творческой концепции цифрового рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения (дизайн, режиссура и т.д.); технологии создания отдельных видов цифровой рекламы (интерактивных рекламных роликов, анимированных баннеров для сайта, промосайта и др.).				
<b>Уметь:</b> использовать выразительные и художественно-изобразительные средства в дизайне цифровой рекламы (графику, фотографику, видеографику, типографику и др.); соблюдать технологические требования при разработке цифрового медиапродукта.				
<b>Владеть:</b> методами проектирования отдельных видов цифровой рекламы; навыками работы в растровых и векторных графических редакторах, редакторах 3D-моделирования, программах видеомонтажа, создания анимированных изображений и пр.).				
<b>ПК-3: Способен осуществлять проектирование пользовательского опыта и разработку графического дизайна интерфейсов мультимедийных, Web и мобильных приложений</b>				
<b>Знать:</b> принципы качественного UX/UI-дизайна; тренды UX и UI в цифровой рекламе.				
<b>Уметь:</b> использовать современный инструментарий UX/UI дизайна в разработке интерфейса отдельных видов цифровой рекламы (интерактивного рекламного ролика, промосайта, анимированного баннера для сайта и др.).				
<b>Владеть:</b> опытом проектирования и дизайна пользовательского интерфейса отдельных видов цифровой рекламы.				

### 3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семес	Контактная работа	СР (часы)	Форма текущего

	р	Пр. (часы)		контроля
Раздел 1. Организационно- подготовительный				
Этап 1. Производственный инструктаж. Ознакомление с цифровым агентством/компанией/дизайн-студией или с подразделением, занимающимся разработкой цифровых рекламных продуктов. Изучение его организационной структуры, организационно-управленческой модели; основных функций производственных и управленческих подразделений.		3	2	О,Пр,С
Этап 2. Знакомство с опытом поддержания физической активности и здоровья дизайнеров и других сотрудников дизайн-студии/компании, а также нетерпимого отношения к коррупционному поведению.		3	3	
Этап 3. Выбор темы исследования, получение задания от руководителя практики.		2	4	
Раздел 2. Аналитический				
Этап 4. Рассмотрение ключевых свойств цифровой рекламы, ее видов, сфер применения. Анализ интересных кейсов и практик онлайн рекламы. Анализ трендов и современных тенденций развития цифровой рекламы. Изучение нормативных документов и отраслевых стандартов в сфере разработки цифровых рекламных продуктов.	5	8	2	О,П
Этап 5. Изучение основных этапов проектной дизайнерской деятельности: от брифа и технического задания — до защиты дизайн-проекта, технической редакции и подготовки файлов для производства. Знакомство с инструментарием разработки цифровой рекламы, используемым дизайн-студией/компанией (в местах прохождения практики).		12	2	
Этап 6. Изучение особенностей дизайна медийной веб-рекламы, включающей баннеры разных форматов, а также видеоролики, которые размещаются на других сайтах. Изучение принципов инклюзивного дизайна, способов организации взаимодействия людей с нарушенным развитием с интерактивной цифровой рекламой. Анализ кейсов.		12	4	

Этап 7. Выполнение индивидуального задания по созданию медийной онлайн-рекламы. Анализ объекта проектирования и формирование дизайнерской идеи: проведение предпроектных исследований, включая изучение потенциальных возможностей людей с ограниченными возможностями здоровья; анализ дизайнерских решений аналогичных объектов; подбор референсов; разработка и согласование технического задания. Художественно-техническая разработка дизайн-проекта. Реализация проекта. Размещение анимированной медийной рекламы в сети Интернет.	24	12	
Раздел 3. Отчетный			
Этап 8. Подготовка отчетной документации по итогам практики; оформление отчета по практике в соответствии с требованиями.	2	6	С,КПр
Этап 9. Подготовка презентации и защита практики.	2	4,75	
Итого в семестре	68	39,75	
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)	0,25		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	<b>68,25</b>	<b>39,75</b>	

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 4.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 4.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-1	Анализирует особенности предпроектного исследования по созданию цифровой рекламной продукции. Согласовывает проектное задание на разработку цифрового рекламного продукта. Проводит предпроектные исследования, используя профессиональную терминологию в области анимационной графики, веб-дизайна, рекламы.
ПК-2	Перечисляет и описывает основные виды цифровой рекламы; анализирует особенности разработки концепции цифрового рекламного продукта, а также его художественного воплощения; рассматривает технологии создания отдельных видов цифровой рекламы. В дизайне цифровой рекламы использует разнообразные медийные средства (графику, фотографию, видеографику, типографику и др.), а также широкий спектр изобразительно-выразительных средств. Использует растровые и векторные графические редакторы, программы 3D-моделирования, видеомонтажа, создания анимированных изображений и пр..
ПК-3	Формулирует принципы UX/UI-дизайна, рассматривает современные тенденции проектирования и дизайна интерфейса в цифровой рекламе. Использует современный инструментарий в разработке интерфейса отдельных видов цифровой рекламы. Проектирует пользовательский интерфейс отдельных видов цифровой рекламы.
УК-1	Рассматривает принципы системного подхода к проектированию цифрового рекламного продукта, перечисляет Интернет-ресурсы, посвященные цифровой рекламе. Разрабатывает собственный дизайн-проект, опираясь на мировой опыт дизайн-проектирования цифровых рекламных продуктов и аргументированно отстаивая собственную позицию по различным проблемам рекламного дизайна. Решает типичные проблемные ситуации, связанные с дизайном цифровых рекламных продуктов.
УК-2	Рассматривает действующие правовые нормы, ресурсы и ограничения, оказывающие влияние на разработку цифровой рекламной продукции. Выбирает оптимальные дизайнерские решения при разработке дизайн-проекта цифровой рекламы. Использует нормативно-правовую документацию в рекламной сфере для создания детализированного прототипа цифрового рекламного продукта.

УК-3	<p>Раскрывает принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде рекламного дизайна; ценностные основы совместной профессиональной деятельности; возможности коммуникативных связей для решения профессиональных задач в сфере дизайна цифрового продукта.</p> <p>Работает в междисциплинарной команде, используя эффективные тактики взаимодействия. Использует эффективные методы командной работы, коммуникативные навыки в междисциплинарном коллективе.</p>
УК-7	<p>Перечисляет и рассматривает важные аспекты поддержания должного уровня физической подготовленности при выполнении проектных задач.</p> <p>Поддерживает физическую активность и здоровье для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности в сфере цифрового медиадизайна.</p> <p>Использует эффективные способы поддержания необходимого уровня физической активности и здоровья в условиях сидячей работы.</p>
УК-9	<p>Выявляет специфику дизайна разных видов цифровой рекламы с учетом базовых дефектологических знаний.</p> <p>Использует эффективные способы взаимодействия людей с нарушенным развитием с интерактивной цифровой рекламой; применяет принципы инклюзивного дизайна.</p> <p>Проводит предпроектные исследования в области дизайна цифровой рекламы с учетом потенциальных возможности людей с ограниченными возможностями здоровья.</p>
УК-11	<p>Перечисляет все известные виды современного терроризма и экстремистской деятельности и направленные на борьбу с ними, методы государственной деятельности; объясняет правила и нормы антикоррупционного поведения.</p> <p>Приводит примеры сознательных действий по предотвращению и преодолению, террористически и коррупционно- опасных ситуаций.</p> <p>Воспитывает в себе нетерпимое отношение к коррупции; применяет нормативно-правовую базу для противодействия терроризму и экстремизму.</p>

#### 4.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
	Устное собеседование
5 (отлично)	Обучающийся выполнил в срок, качественно и на высоком уровне весь намеченный объем работы, требуемый программой практики, показал при этом высокий уровень профессиональной компетентности в рамках практики, а также проявил в работе самостоятельность, творческих подход. Представил в установленные сроки оформленный в соответствии с требованиями отчет по прохождению практики и положительную характеристику руководителя практики от профильной организации (без замечаний). Разработанные проектно-дизайнерские предложения представляют интерес для предприятия. На защите обучающийся продемонстрировал разносторонние знания по разделам практики.
4 (хорошо)	Обучающийся выполнил в срок и в полном объеме программу практики, однако отчетная документация содержит отдельные недочеты, связанные с глубиной анализа материала. Отчет по практике оформлен в соответствии с требованиями и представлен в установленные сроки. Обучающийся проявил инициативу в работе, но не смог вести творческий поиск или не проявил потребности в творческом профессиональном росте. Разработанные проектно-дизайнерские предложения имеют недочеты. На защите обучающийся продемонстрировал уверенные знания материала, но в отчете и при ответе допущены незначительные ошибки.
3 (удовлетворительно)	Обучающийся выполнил программу практики, но предоставил отчет о прохождении практики не в срок или с ошибками; в ходе практики обнаружил недостаточную развитость основных навыков, не проявил инициативу в работе, не показал умений применять на практике полученные знания, допускал ошибки в постановке и решении задач. Проектно-дизайнерские предложения не соответствуют требованиям. На защите продемонстрировал знание основных положений программы, но в ответах допустил ряд ошибок.
2 (неудовлетворительно)	Обучающийся не справился с программой практики, нарушал нормы и требования, предъявляемые к работе практиканта, допускал нарушения дисциплины в ходе проведения практики, что подтверждается характеристикой руководителя, не проявил самостоятельности, не обнаружил сформированных базовых навыков; допустил грубые нарушения графика практики. Не продемонстрировал систематизированных знаний по программе, не представил весь перечень отчетной документации по практике, не смог справиться с практической частью индивидуального задания.

#### 4.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

##### 4.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
-------	-----------------------

## Семестр 5

1	Понятие и основные свойства цифровой рекламы.
2	Организационная структура, организационно-управленческая модель студии/компании разработки цифровых медийных продуктов
3	Виды цифровой рекламы и сферы ее применения.
4	Специфика дизайна рекламного анимационного видео.
5	Интерактивная онлайн-реклама.
6	Этапы проектной дизайнерской деятельности.
7	Реклама в формате HTML5: интерактивные, мультимедийные, иммерсивные возможности.
8	Как дополненная и виртуальная реальность изменят будущее маркетинга?
9	Медийные средства в цифровой рекламе.
10	Изобразительно-выразительные средства цифровой рекламы.
11	Особенности предпроектного исследования по созданию медийной онлайн-рекламы.
12	Особенности проектирования пользовательского интерфейса интерактивной онлайн-рекламы.
13	Действующие правовые нормы, ресурсы и ограничения, оказывающие влияние на разработку цифровой рекламной продукции.
14	Принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде рекламного дизайна
15	Эффективные способы поддержания необходимого уровня физической активности и здоровья в условиях сидячей работы
16	Технологии формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению
17	Принципы инклюзивного дизайна пользовательского интерфейса веб-рекламы.
18	Понятие и основные свойства цифровой рекламы.
19	Организационная структура, организационно-управленческая модель студии/компании разработки цифровых медийных продуктов
20	Виды цифровой рекламы и сферы ее применения.
21	Специфика дизайна рекламного анимационного видео.
22	Интерактивная онлайн-реклама.
23	Этапы проектной дизайнерской деятельности.
24	Реклама в формате HTML5: интерактивные, мультимедийные, иммерсивные возможности.
25	Как дополненная и виртуальная реальность изменят будущее маркетинга?
26	Медийные средства в цифровой рекламе.
27	Изобразительно-выразительные средства цифровой рекламы.
28	Особенности предпроектного исследования по созданию медийной онлайн-рекламы.
29	Особенности проектирования пользовательского интерфейса интерактивной онлайн-рекламы.
30	Действующие правовые нормы, ресурсы и ограничения, оказывающие влияние на разработку цифровой рекламной продукции.
31	Принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде рекламного дизайна
32	Эффективные способы поддержания необходимого уровня физической активности и здоровья в условиях сидячей работы
33	Технологии формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению
34	Принципы инклюзивного дизайна пользовательского интерфейса веб-рекламы.
35	Понятие и основные свойства цифровой рекламы.
36	Организационная структура, организационно-управленческая модель студии/компании разработки цифровых медийных продуктов
37	Виды цифровой рекламы и сферы ее применения.
38	Специфика дизайна рекламного анимационного видео.
39	Интерактивная онлайн-реклама.
40	Этапы проектной дизайнерской деятельности.
41	Реклама в формате HTML5: интерактивные, мультимедийные, иммерсивные возможности.
42	Как дополненная и виртуальная реальность изменят будущее маркетинга?
43	Медийные средства в цифровой рекламе.
44	Изобразительно-выразительные средства цифровой рекламы.
45	Особенности предпроектного исследования по созданию медийной онлайн-рекламы.
46	Особенности проектирования пользовательского интерфейса интерактивной онлайн-рекламы.
47	Действующие правовые нормы, ресурсы и ограничения, оказывающие влияние на разработку цифровой рекламной продукции.
48	Принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде рекламного дизайна



49	Эффективные способы поддержания необходимого уровня физической активности и здоровья в условиях сидячей работы
50	Технологии формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению
51	Принципы инклюзивного дизайна пользовательского интерфейса веб-рекламы.

#### 4.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

##### 4.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

##### 4.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по практике

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

##### 4.3.3 Требования к оформлению отчёта по практике

Отчет по практике выполняется обучающимся индивидуально. Отчет должен быть оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32 – 2017, ГОСТ Р 7.0.100-2018, текстовая часть выполнена в компьютерном наборе. Объем отчета 15-20 страниц.

Рекомендуется следующее размещение элементов отчета по практике:

Титульный лист.

Содержание.

Введение, в котором отражены цели и задачи производственной (проектно-технологической) практики.

Основной текст отчета, в котором отражаются дизайн-проекты, которые обучающийся выполнил в процессе прохождения практики.

1. Общая характеристика места прохождения практики (цифрового агентства, компании, дизайн-студии).

2. Описание этапов дизайн-проектирования собственного рекламного продукта (индивидуальное задание)

с обоснованием основных проектных решений,

принятых студентом на каждом этапе.

Заключение

Список использованной литературы и интернет источников.

Приложение.

##### 4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Аттестация проводится на выпускающей кафедре, на основании анализа содержания отчета по практике, собеседования и оценки, выставленной обучающемуся на базе практики.

Оценку в отзыве проставляет руководитель практики от выпускающей кафедры.

Процедура оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности) обучающегося, характеризующих этап (ы) формирования каждой компетенции (или ее части) осуществляется в процессе аттестации по критериям оценивания сформированности компетенций.

Для оценивания результатов прохождения практики и выставления зачета с оценкой в ведомость и зачетную книжку используется традиционная шкала оценивания, предполагающая выставление оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

По результатам аттестации оценку в ведомости и зачетной книжке проставляет руководитель практики от выпускающей кафедры или заведующий выпускающей кафедрой

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

### 5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>5.1.1 Основная учебная литература</b>				
Макарова, Т. В.	Веб-дизайн	Омск: Омский государственный технический университет	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/58086.html">http://www.iprbookshop.ru/58086.html</a>
Барциц, Р. Ч.	Графическая композиция в системе высшего художественного образования. Вопросы теории и практики	Москва: Московский педагогический государственный университет	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/79060.html">http://www.iprbookshop.ru/79060.html</a>

Лаптев, В. В.	Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2020	<a href="https://www.iprbookshop.ru/118366.html">https://www.iprbookshop.ru/118366.html</a>
<b>5.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Елисеенков, Г. С., Мхитарян, Г. Ю.	Дизайн-проектирование	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/66376.html">http://www.iprbookshop.ru/66376.html</a>
Дворко Н.И.	Интерактивные цифровые технологии	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020403">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020403</a>

## 5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>  
 Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>  
 Архив изданий Государственного Русского Музея: <https://rusmuseum.ru/editions>

## 5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional  
 Microsoft Windows  
 3ds MAX  
 Klynt Academic Edition  
 Figma  
 Adobe XD

## 5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по практике

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную