

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

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.24**

Фирменный стиль и основы дизайна

Учебный план: 2025-2026 42.03.01 ИБК АКиВКвБ ОО №1-1-163.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:  
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:  
(специализация) Арт-коммуникации и визуальная культура в бизнесе

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) |     | Контактная работа обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоёмкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|-----|-------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------------|--------------------------------------|
|                           |     | Лекции                        | Практ.<br>занятия |                |                   |                      |                                      |
| 4                         | УП  | 17                            | 34                | 89,75          | 3,25              | 4                    | Курсовой проект,<br>Зачет            |
|                           | РПД | 17                            | 34                | 89,75          | 3,25              | 4                    |                                      |
| Итого                     | УП  | 17                            | 34                | 89,75          | 3,25              | 4                    |                                      |
|                           | РПД | 17                            | 34                | 89,75          | 3,25              | 4                    |                                      |

Санкт-Петербург  
2025

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с  
общественностью

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области современного дизайна и возможностей применения современных программных средств для создания элементов фирменного стиля в профессиональной области.

### 1.2 Задачи дисциплины:

создать теоретическую базу для понимания особенностей и тенденций развития графического дизайна на рубеже XX – XXI вв. как средства визуальной коммуникации;  
предоставить возможность работы с использованием ПК для формирования умений и навыков по разработке и созданию коммуникационного продукта, для решения практических задач;  
способствовать развитию ассоциативного мышления как важной составляющей для специалиста по рекламе и связям с общественностью.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

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

Информационно-коммуникационные технологии

Введение в коммуникационные специальности

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</b> |
| <b>Знать:</b> основные принципы и средства современного дизайна в профессиональной деятельности;                                                        |
| <b>Уметь:</b> применять художественно-коммуникативные средства дизайна в профессиональной деятельности;                                                 |
| <b>Владеть:</b> навыками визуализации коммуникационного продукта с применением современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения      |

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий | Форма<br>текущего<br>контроля |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |                               |
| Раздел 1. Основы дизайна                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 4                         |                   |               |              |                              | О                             |
| Тема 1. Введение. Понимание роли фирменного стиля в формировании визуальной идентичности бренда. Особенности и этапы его проектирования. Метрики измерения эффективности фирменного стиля. Формы контроля соответствия созданных графических материалов. Успешные стратегии брендинга в сфере моды и дизайна. Практическое занятие: формулировка брифа на задание, создание имени и девиза бренда, поиск потенциальных конкурентов бренда, анализ их айдентики, поиск концепции.                                                                         |                           | 1                 | 2             | 17           | АС                           |                               |
| Тема 2. История развития визуального искусства. Стратегия применения изобразительно кода в современной практике графического дизайна. Индустриализация формирует визуальную культуру. Системный характер дизайн-графики как акта коммуникации. Визуализация и коммуникация идей. Обновление и модификация (ребрендинг). Дальнейшее формирование видов печатной рекламы; развитие культуры потребления в Западной Европе и России на рубеже XIX- XX вв. Практическое занятие: Разработка вариантов логотипа. принцип построения логотипа, типы логотипов. |                           | 2                 | 2             | 10,75        | АС                           |                               |
| Тема 3. Развитие информационного дизайна. Развитие типографики как универсального средства визуализации идеи. Общая характеристика состояния печатной рекламы в западной Европе и США в 1930-1960-х гг. Сравнение отечественных и зарубежных трендов. Практическое занятие: Рекламный плакат и инфографика бренда. инструменты создания объектов и рисования в графических пакетах.                                                                                                                                                                      |                           | 2                 | 4             | 10           |                              | КПр                           |
| Раздел 2. Товарный знак, фирменный стиль.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                           |                   |               |              |                              |                               |
| Тема 4. Виды и типы товарных знаков. Знак как базовый элемент фирменного стиля. Понимание формы, символа и знака. Знаки - индексы, знак - образы, знаки-символы. Композиционное построение объектов. Точка, линия на плоскости. Практическое занятие: Практикум создания иконического знака. (пиктограммы). Разработка прототипа дизайна корпоративного сайта.                                                                                                                                                                                           |                           | 2                 | 6             | 10           | АС                           |                               |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |       |    |       |    |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------|----|-------|----|-----|
| Тема 5.<br>Элементы фирменного стиля. Средства графического дизайна в рекламе. Понимание цветового круга и правила его использования. Определение оптимальной цветовой гаммы. Значение визуальных контрастов. Шрифты. Понимание стилей (разработка шаблонов) для оформления презентаций и промо- материалов. Практическое занятие: Создание фирменного бланка с использованием фирменного логотипа и цветовой палитры. Разработка дизайна визитной карточки компании. |  | 4     | 5  | 10    | AC |     |
| Раздел 3. Информационный дизайн                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |       |    |       |    |     |
| Тема 6. Графические стили и современные тренды. Анализ мировых образцов и трендов в развитии визуального образа бренда. Проекты зарубежных и отечественных дизайнеров в графическом дизайне в рекламе. Практическое занятие: Создание концепции коммерческой дизайнерской презентации для бренда.                                                                                                                                                                     |  | 2     | 4  | 12    | AC | КПр |
| Тема 7. Типы и виды носителей фирменного стиля. Практическое занятие: Разработка сувенирной продукции. Создание паттерна и его нанесение на фирменную продукцию (упаковку, баннеры, рекламные материалы). Мокапы                                                                                                                                                                                                                                                      |  | 2     | 4  | 8     | AC |     |
| Раздел 4. Современный этап развития графического дизайна.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |       |    |       |    |     |
| Тема 8. Дизайн-графика в эпоху Интернета. Современные технические средства визуализации. Обзор дополнительных сервисов для создания графического контента. Практическое занятие: Практика работы на различных Интернет платформах: по подбору шрифтов, выбору цветовых палитр (схем), и возможности использования нейронных сетей. Разработка стиля оформления социальных медиа-профилей компании.                                                                    |  | 1     | 4  | 8     | AC | КПр |
| Тема 9. Разработка фирменной документации. Структура брендбука. Создание стайл-гайдов с набором указаний и правил использования фирменного стиля. Правила подготовки файлов к печати. Экспорт и импорт растровых и векторных файлов (варианты использования графических форматов). Современные виды печати в рекламе. Практическое занятие: Верстка многостраничного документа (брендбука).                                                                           |  | 1     | 3  | 4     | AC |     |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  | 17    | 34 | 89,75 |    |     |
| Консультации и промежуточная аттестация (Курсовой проект, Зачет)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  | 3,25  |    |       |    |     |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  | 54,25 |    | 89,75 |    |     |

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

**4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта):** Главной целью выполнения курсовой работы (проекта)

является – развитие у обучающихся навыков самостоятельного исследования и предоставления проанализированного материала в форме курсовой работы (проекта), а также умение защитить свой материал в форме презентации.

Цель курсовой работы (проекта) – мысленное предвосхищение (прогнозирование) результата, определение оптимальных путей решения проблемы. Цель носит конкретизированный, теоретический характер и способствует решению выявленной проблемы; – задачи исследования (определяются поставленной целью и представляют собой конкретные последовательные этапы (пути) решения проблемы исследования по достижению основной цели). Количество и содержание задач должно соответствовать структурным разделам работы (параграфам).

**4.2 Тематика курсовой работы (проекта):** Элементы фирменного стиля (характеристика элементов, функции и анализ практики применения). Шрифт как основа логотипа (классификации, исторические семейства, требования к шрифтам, анализ практики применения в рекламе). Дизайн как средство продления жизни бренда (в сфере моды и дизайна, анализ практики применения). Методы мультимедиа, дизайн-графики, видеосинтеза в рекламных коммуникациях (характеристика, функции и анализ практики применения). Упаковка как средство рекламной коммуникации (виды, функции, анализ практики применения). Товарные знаки (классификация, функции, формы использования в рекламе, анализ практики применения). Товарный знак как основа корпоративной идентификации (взаимосвязь товарного знака и форм печатной/электронной рекламы, анализ практического применения). Виды современной печатной и электронной рекламы (функциональные особенности и условия использования, анализ практики применения). Условия эффективности печатной рекламы как средства визуальной коммуникации (виды печатной рекламы, условия эффективности, анализ практического применения). История предприятия в рекламе. Авторская разработка комплекса печатных/электронных рекламно-информационных материалов (характеристика видов; этапы проекта и анализ практики применения). Компьютерные методы проектирования и исполнения рекламной печатной/электронной продукции (краткий обзор; функции и анализ практики применения в рекламе). Сравнительный анализ комплекса печатных/электронных рекламно-информационных материалов 2- 3-х зарубежных или российских организаций/предприятий (характеристика комплекса, анализ практики применения в рекламе). Наружная реклама (типы и виды носителей, условия эффективности и анализ практики применения).

Формы и виды печатной рекламы и их особенности (анализ практики применения). Инфографика в рекламе (виды и типы инфографики, условия применения и анализ практики применения). Графический дизайн и основные средств выражения (связь дизайн-графики с миром информации и задачи ее визуализации, анализ практики применения). Фотография как средство графического дизайна (виды рекламных фотографий и анализ практики применения). Словесные товарные знаки (элементы, принципы выбора шрифтов, анализ практики применения). Композиционные принципы дизайна рекламы (характеристика принципов, анализ практики применения в рекламе). Товарные знаки особого вида (обонятельные, звуковые и т. д., функции и анализ практики применения). Фирменный стиль как средство визуальной коммуникации в рекламе (элементы фирмстиля, особенности восприятия и анализ практики применения). Медиа-дизайн в рекламе (характеристика направлений и каналов распространения, анализ практики применения).

#### **4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):**

Выполнение работы начинается с ознакомления с источниками по выбранной теме, включающего анализ и фиксацию наиболее интересных авторских высказываний, фактических данных и т. д. Следующий этап - составление плана (содержания) работы. Обязательные разделы и элементы курсовой работы (проекта): Титульный лист, Задание, Аннотация, Содержание, Введение (актуальность, объект и предмет исследования, цель и задачи исследования); основная часть, Заключение, Список использованных источников, Приложения. Первая глава - аналитический (теоретический) обзор по проблеме, рассматриваемой в работе. На основе изучения источников рассматривается сущность исследуемой проблемы, анализируются различные подходы ее решения, дается их критический анализ, излагается собственная позиция исследователя. Вторая глава может носить практический характер и посвящается разработке практического проекта на основе конкретного рекламного объекта (торговая марка продукции, торговая марка услуги, торговая марка компании и т. д.). Письменная работа должна быть написана грамотно, аккуратно, иметь поля и нумерацию страниц. Компьютерный набор должен соответствовать требованиям: шрифт 14 кегль, интервал полуторный. Курсовая работа (проект) должна пройти порог оригинальности по данным Антиплагиата.

### **5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

#### **5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения**

##### **5.1.1 Показатели оценивания**

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Наименование оценочного средства                                                            |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-6           | Называет основные технические средства и средства графического дизайна, объясняет критерии их выбора.<br>Разрабатывает оригинал-макеты рекламной продукции и самостоятельно производит выбор программного обеспечения; применяет правила построения композиции при создании коммуникационного продукта, используя современные цифровые устройства. | Вопросы для устного собеседования.<br>Практико-ориентированные задания.<br>Курсовой проект. |

### 5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания        | Критерии оценивания сформированности компетенций                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         | Устное собеседование                                            | Письменная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 5 (отлично)             |                                                                 | Работа выполнена самостоятельно (соответствие оригинальности, данные Антиплагиата), носит творческий характер. Собран, обобщен и проанализирован достаточный объем источников. При написании и защите работы продемонстрирован высокий уровень развития компетенций, теоретические знания и наличие практических навыков. Работа своевременно представлена на кафедру, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и оформлению. На защите освещены все вопросы исследования, ответы на вопросы профессионально грамотны, исчерпывающие, результаты исследования наглядно отражены в презентации. |
| 4 (хорошо)              |                                                                 | Тема работы раскрыта, однако выводы и рекомендации не всегда имеют практической значимости, есть неточности при освещении отдельных вопросов темы. Собран, обобщен и проанализирован необходимый объем источников. Работа своевременно представлена на кафедру, есть отдельные недостатки в ее оформлении; в процессе защиты работы были неполные ответы на вопросы. Результаты исследования наглядно отражены в презентации.                                                                                                                                                                                         |
| 3 (удовлетворительно)   |                                                                 | Тема работы раскрыта частично, допущено поверхностное изложение отдельных вопросов темы. В работе недостаточно полно была использованы источники, выводы и практические рекомендации не отражали в достаточной степени содержание работы. При написании и защите работы продемонстрирован поверхностный уровень теоретических знаний. Работа своевременно представлена на кафедру, есть недостатки в ее оформлении. В процессе защиты недостаточно полно изложил основные положения работы, испытывал затруднения при ответах на вопросы. Недостаточная наглядность представленного материала в презентации.          |
| 2 (неудовлетворительно) |                                                                 | Содержание работы не раскрывает тему, вопросы изложены поверхностно, нет анализа материала, основные положения и рекомендации не имеют обоснования. При написании и защите работы продемонстрирован неудовлетворительный уровень компетенций. Работа несвоевременно представлена на кафедру, оформление работы не соответствует предъявляемым требованиям. На защите показал поверхностные знания по исследуемой теме, не отвечал на вопросы; небрежное оформление презентации и/или ее отсутствие.                                                                                                                   |
| Зачтено                 | Полный, исчерпывающий ответ на вопрос. Обучающийся своевременно |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|            | готовился к практическим занятиям и активно участвовал в них. В рамках выполняемых заданий допускает незначительные ошибки и корректно находит путь их устранения.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| Не зачтено | <p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных положений дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Непонимание заданного вопроса. Отсутствие понимания даже отдельных проблем дисциплины. Небрежное выполнение и/или не выполнение практической работы.</p> <p>Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).</p> |  |

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

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п     | Формулировки вопросов                                                                                                                                         |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Семестр 4 |                                                                                                                                                               |
| 1         | Элементы оформления по вербальному и визуальному способу передачи информации (характеристика).                                                                |
| 2         | Взаимодействие изображения и слова в печатной рекламе. Примеры.                                                                                               |
| 3         | Выбор цвета в рекламе. Факторы влияния.                                                                                                                       |
| 4         | Товарный знак. Определение, функции.                                                                                                                          |
| 5         | Носители фирменного стиля. Краткая характеристика.                                                                                                            |
| 6         | Словесные товарные знаки. Принципы выбора шрифтов. Примеры.                                                                                                   |
| 7         | Типы и виды знаков. Примеры.                                                                                                                                  |
| 8         | Функции фирменного стиля в системе визуальной коммуникации.                                                                                                   |
| 9         | Композиционные принципы дизайна рекламы.                                                                                                                      |
| 10        | Упаковка как средство коммуникации.                                                                                                                           |
| 11        | Фирменный стиль как средство визуальной коммуникации в рекламе.                                                                                               |
| 12        | Особенности формирования художественного языка печатной рекламы конца XIX- начала XX вв.                                                                      |
| 13        | Коммерческая реклама эпохи НЭПа (основные характеристики).                                                                                                    |
| 14        | Определение графического дизайна и основных средств выражения. Связь дизайн-графики с миром информации и задачи ее визуализации.                              |
| 15        | Выработка специфических признаков плаката. Ж. Шере - «король афиши». Композиционные особенности его плакатов, значение в истории развития рекламного плаката. |
| 16        | «Золотой век» рекламного плаката. А. Муха (краткая характеристика творческой биографии).                                                                      |
| 17        | Особенности современной дизайн-графики. Компьютерные методы проектирования.                                                                                   |
| 18        | Появление предметного плаката в Германии (Sachplakat или objectposter).                                                                                       |
| 19        | Элементы фирменного стиля. Краткая характеристика. Примеры.                                                                                                   |
| 20        | Виды и типы дизайн-графики в Интернете.                                                                                                                       |

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Кейс

Характеристика средств графического дизайна на примере фирменных знаков (материал может быть предоставлен или можно пользоваться своими материалами).

Задание

Рассмотрите 5-6 фирменных знаков (товарных знаков российских и/или зарубежных организаций, учреждений, фирм). Проанализируйте знаки с точки зрения позиционирования их услуг и товаров на рынке, дизайнерское решение и восприятие. Сделайте вывод.

Кейс

Коммуникативные качества упаковки (материал может быть предоставлен или можно пользоваться своими материалами).

Задание

Рассмотрите 5-6 образцов упаковки.

Определите наиболее удачные, проанализируйте соответствие текста и визуальной информации, дизайнерское решение, полиграфическое исполнение.

Сделайте вывод (ы) о коммуникативных качествах упаковок и сформулируйте возможные рекомендации по редактированию материалов.

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

### 5.3.1 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»

### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☐ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Особенности проведения зачета заключаются в проведении устного собеседования по одному из теоретических вопросов, и выполнении практико-ориентированного задания.

На подготовку к которому обучающемуся выделяется 20 минут. Пользоваться справочными материалами, конспектами лекций, сетью Интернет на зачете запрещается.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

| Автор                                          | Заглавие                                            | Издательство                                                                                       | Год издания | Ссылка                                                                                  |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b>       |                                                     |                                                                                                    |             |                                                                                         |
| Лаптев, В. В.                                  | Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама | Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна | 2020        | <a href="https://www.iprbooks.ru/118366.html">https://www.iprbooks.ru/118366.html</a>   |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b> |                                                     |                                                                                                    |             |                                                                                         |
| Сайкин, Е. А.                                  | Основы дизайна                                      | Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет                                 | 2018        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/91291.html">http://www.iprbookshop.ru/91291.html</a> |
| Курушин, В. Д.                                 | Графический дизайн и реклама                        | Саратов: Профобразование                                                                           | 2019        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/87990.html">http://www.iprbookshop.ru/87990.html</a> |

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

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: [http://window.edu.ru/catalog/?p\\_rubr=2.2.75.6](http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6)

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Информационный ресурсный центр по научной и практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [Электронный ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. UПортал для официального опубликования стандартов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс]. URL: <http://standard.gost.ru/wps/portal/RL>: <https://www.restko.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

Adobe InDesign

Adobe Photoshop

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория            | Оснащение                                                                                                                                                               |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска                                                                                                           |
| Учебная аудитория    | Специализированная мебель, доска                                                                                                                                        |
| Компьютерный класс   | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |