

УТВЕРЖДАЮ
 Проректор по учебной работе, доцент
 _____ Н.И. Севрюгина
 25.12.2023

Б1.В.ДЭ.01.02
Основы наружной рекламы
 рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра рекламы и дизайна**

Учебный план 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 180

в том числе:

аудиторные занятия 22

самостоятельная работа 145

контактная работа во время
промежуточной аттестации (ИКР) 0

часов на контроль 12,5

Виды контроля на курсах:

экзамены 5

зачеты 4

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		5		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	6	8	2		8	8
Практические	6	14	8		14	14
Контактная работа на аттестации (в период экс. сессий)	0,2	0,5	0,3		0,5	0,5
Итого ауд.	12	22	10		22	22
Контактная работа	12,2	22,5	10,3		22,5	22,5
Сам. работа	56	145	89		145	145
Часы на контроль	3,8	3,8	8,7	8,7	12,5	12,5
Итого	72	171,3	108	8,7	180	180

Программу составил(и):

Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины

Основы наружной рекламы

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 25.12.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра рекламы и дизайна

Протокол от 19.12. 2023 г. № 5

Зав. кафедрой Малиш Марьяна Адамовна

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол № 4 от 25.12.2023.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся способности решать профессиональные задачи в области производства и функционирования объектов наружной рекламы в условиях городской среды различного информационного содержания, структуры и масштаба.
Задачи: Задачи дисциплины:	
<ul style="list-style-type: none"> - дать представление об основах размещения рекламно-информационных комплексов; - познакомить студентов с методами предпроектного анализа объектов визуальной коммуникации в пространственной среде; - научить анализировать эффективные решения объектов рекламно-информационной инфраструктуры; - дать представление о типологии объектов наружной рекламы в городской среде; - познакомить с основами технологий производства объектов наружной рекламы. 	
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДЭ.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Брендинг в имиджевой политике организации
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Техника и технология рекламного видео
2.2.2	Техника и технология рекламной фотографии
2.2.3	Интегрированные коммуникации
3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ и планируемые результаты обучения	
ПК-4: Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	
ПК-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
Знать	
Уровень 1	в общем виде знать специфику коммуникационного продукта
Уровень 2	хорошо знать специфику коммуникационного продукта
Уровень 3	отлично знать специфику коммуникационного продукта
Уметь	
Уровень 1	в общем виде уметь определять специфику коммуникационного продукта
Уровень 2	хорошо уметь определять специфику коммуникационного продукта
Уровень 3	отлично уметь определять специфику коммуникационного продукта
Владеть	
Уровень 1	в общем виде владеть навыками создания коммуникационного продукта
Уровень 2	хорошо владеть навыками создания коммуникационного продукта
Уровень 3	отлично владеть навыками создания коммуникационного продукта
ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	
Знать	
Уровень 1	в общем виде знать специфику использования основных технологий копирайтинга в онлайн-среде
Уровень 2	хорошо знать специфику использования основных технологий копирайтинга в онлайн-среде
Уровень 3	отлично знать специфику использования основных технологий копирайтинга в онлайн-среде
Уметь	
Уровень 1	в общем виде уметь использовать технологии копирайтинга в онлайн-среде
Уровень 2	хорошо уметь использовать технологии копирайтинга в онлайн-среде
Уровень 3	отлично уметь использовать технологии копирайтинга в онлайн-среде
Владеть	
Уровень 1	в общем виде владеть навыками технологий копирайтинга в онлайн-среде
Уровень 2	хорошо владеть навыками технологий копирайтинга в онлайн-среде
Уровень 3	отлично владеть навыками технологий копирайтинга в онлайн-среде
ПК-4.3: Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	
Знать	

Уровень 1	в общем виде знать технологии организации специальных мероприятий в работе с различными группами
Уровень 2	хорошо знать технологии организации специальных мероприятий в работе с различными группами
Уровень 3	отлично знать технологии организации специальных мероприятий в работе с различными группами
Уметь	
Уровень 1	в общем виде уметь использовать технологии организации специальных мероприятий в работе с различными группами
Уровень 2	хорошо уметь использовать технологии организации специальных мероприятий в работе с различными группами
Уровень 3	отлично уметь использовать технологии организации специальных мероприятий в работе с различными группами
Владеть	
Уровень 1	в общем виде владеть навыками организации специальных мероприятий
Уровень 2	хорошо владеть навыками организации специальных мероприятий
Уровень 3	отлично владеть навыками организации специальных мероприятий
ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	
Знать	
Уровень 1	в общем виде знать специфику формирования корпоративной культуры организации
Уровень 2	хорошо знать специфику формирования корпоративной культуры организации
Уровень 3	отлично знать специфику формирования корпоративной культуры организации
Уметь	
Уровень 1	в общем виде уметь использовать основные инструменты внутренних коммуникаций
Уровень 2	хорошо уметь использовать основные инструменты внутренних коммуникаций
Уровень 3	отлично уметь использовать основные инструменты внутренних коммуникаций
Владеть	
Уровень 1	в общем виде владеть навыками использования внутренних коммуникаций
Уровень 2	хорошо владеть навыками использования внутренних коммуникаций
Уровень 3	отлично владеть навыками использования внутренних коммуникаций
ПК-4.5: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
Знать	
Уровень 1	в общем виде знать специфику современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций
Уровень 2	хорошо знать специфику современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций
Уровень 3	отлично знать специфику современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций
Уметь	
Уровень 1	в общем виде уметь использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
Уровень 2	хорошо уметь использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
Уровень 3	отлично уметь использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
Владеть	
Уровень 1	в общем виде владеть навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций
Уровень 2	хорошо владеть навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций
Уровень 3	отлично владеть навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций
ПК-7: Профессиональная компетенция	
ПК-7.1: Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	
Знать	
Уровень 1	в общем виде реализовывает типовые алгоритмы рекламных проектов
Уровень 2	хорошо реализовывает типовые алгоритмы рекламных проектов
Уровень 3	отлично реализовывает типовые алгоритмы рекламных проектов

Уметь	
Уровень 1	в общем виде реализовывать алгоритмы рекламных проектов
Уровень 2	хорошо реализовывать алгоритмы рекламных проектов
Уровень 3	отлично реализовывать алгоритмы рекламных проектов
Владеть	
Уровень 1	в общем виде навыками реализации рекламных проектов
Уровень 2	хорошо навыками реализации рекламных проектов
Уровень 3	отлично навыками реализации рекламных проектов
ПК-7.2: Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	
Знать	
Уровень 1	в общем виде основные документы проектного сопровождения в сфере рекламы
Уровень 2	хорошо основные документы проектного сопровождения в сфере рекламы
Уровень 3	отлично основные документы проектного сопровождения в сфере рекламы
Уметь	
Уровень 1	в общем виде создавать основные документы проектного сопровождения в сфере рекламы
Уровень 2	хорошо создавать основные документы проектного сопровождения в сфере рекламы
Уровень 3	отлично создавать основные документы проектного сопровождения в сфере рекламы
Владеть	
Уровень 1	в общем виде владеть навыками создания основных документов проектного сопровождения в сфере рекламы
Уровень 2	хорошо владеть навыками создания основных документов проектного сопровождения в сфере рекламы
Уровень 3	отлично владеть навыками создания основных документов проектного сопровождения в сфере рекламы
ПК-7.3: Использует результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	
Знать	
Уровень 1	в общем виде знать специфику планирования рекламных кампаний
Уровень 2	хорошо знать специфику планирования рекламных кампаний
Уровень 3	отлично знать специфику планирования рекламных кампаний
Уметь	
Уровень 1	в общем виде уметь использовать результаты исследований для планирования рекламных кампаний
Уровень 2	хорошо уметь использовать результаты исследований для планирования рекламных кампаний
Уровень 3	отлично уметь использовать результаты исследований для планирования рекламных кампаний
Владеть	
Уровень 1	в общем виде владеть навыками проведения исследований в рамках рекламных кампаний
Уровень 2	хорошо владеть навыками проведения исследований в рамках рекламных кампаний
Уровень 3	отлично владеть навыками проведения исследований в рамках рекламных кампаний

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ. подг.
	Раздел 1. Предмет и объект изучения сферы наружной рекламы.					
1.1	Предмет и объект изучения сферы наружной рекламы. /Лек/	4	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л2.21 Л2.22 Л2.23 Л2.24 Л2.25 Л2.26 Л2.27 Л2.28 Л2.29 Л2.30 Л2.31 Л2.32 Л2.33 Л2.34 Л2.35 Л2.36 Л2.37Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	

1.2	Предмет и объект изучения сферы наружной рекламы. /Пр/	4	0	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17 Л2.18 Л2.19 Л2.20 Л2.21 Л2.22 Л2.23 Л2.24 Л2.25 Л2.26 Л2.27 Л2.28 Л2.29 Л2.30 Л2.31 Л2.32 Л2.33 Л2.34 Л2.35 Л2.36 Л2.37Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
Раздел 2. Типология объектов наружной рекламы.					
2.1	Типология объектов наружной рекламы. /Лек/	4	0	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17 Л2.18 Л2.19 Л2.20 Л2.21 Л2.22 Л2.23 Л2.24 Л2.25 Л2.26 Л2.27 Л2.28 Л2.29 Л2.30 Л2.31 Л2.32 Л2.33 Л2.34 Л2.35 Л2.36 Л2.37Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
2.2	Типология объектов наружной рекламы. /Пр/	4	0	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17 Л2.18 Л2.19 Л2.20 Л2.21 Л2.22 Л2.23 Л2.24 Л2.25 Л2.26Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
Раздел 3. Эргономические и эстетические требования к объектам наружной рекламы.					
3.1	Эргономические и эстетические требования к объектам наружной рекламы. /Лек/	4	0	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
3.2	Эргономические и эстетические требования к объектам наружной рекламы. /Пр/	4	0	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
Раздел 4. Организация процесса разработки и размещения объектов наружной рекламы.					
4.1	Организация процесса разработки и размещения объектов наружной рекламы. /Лек/	4	0	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
4.2	Организация процесса разработки и размещения объектов наружной рекламы. /Пр/	4	0	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
Раздел 5. Технологии производства объектов наружной рекламы.					

5.1	Технологии производства объектов наружной рекламы. /Лек/	4	0	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	
5.2	Технологии производства объектов наружной рекламы. /Пр/	4	0	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	
Раздел 6. Основы дизайна наружной рекламы						
6.1	Основы дизайна наружной рекламы /Лек/	4	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	
6.2	Основы дизайна наружной рекламы /Пр/	4	0	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	
Раздел 7. Анализ стилевых решений объектов наружной рекламы.						
7.1	Анализ стилевых решений объектов наружной рекламы. /Лек/	4	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	
7.2	Анализ стилевых решений объектов наружной рекламы. /Пр/	4	0	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	
Раздел 8. Анализ композиционных решений объектов наружной рекламы.						
8.1	Разработка макетов объектов наружной рекламы. /Пр/	4	14	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	
Раздел 9. Контактная работа на аттестации						
9.1	Контактная работа на аттестации /КАЭ/	4	0,5	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	
Раздел 10. Самостоятельная работа						
10.1	Самостоятельная работа /Ср/	4	34			
10.2	Самостоятельная работа /Ср/	4	111			

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Перечень вопросов к зачету

1. Исторические условия формирования объектов наружной рекламы.
2. Специфические отличия наружной рекламы от других видов рекламы.
3. Роль рекламно-информационных объектов в городской среде.
4. Законодательство в сфере наружной рекламы.
5. Авторское право при разработке макетов наружной рекламы.
6. Привязка рекламной конструкции в структуру городской среды
7. Основные виды рекламных конструкций.
8. Принципы согласования и размещения носителей рекламы.
9. Типология оборудования, применяемого в рекламно-информационном дизайне.
10. Эргономические и санитарные требования к визуальной информационной среде в городе.
11. Значение масштабных соотношений объектов рекламы в городской среде.
12. Закономерности восприятия объектов рекламы в условиях городской среды.
13. Отличие восприятия рекламно-информационной среды в светлое и темное время суток.
14. Современные материалы и технологии, применяемые в производстве наружной рекламы.
15. Малоформатные и большеформатные объекты наружной рекламы.
16. Безопасность и надежность рекламных конструкций, правила эксплуатации.
17. Распределение функциональных обязанностей участников рабочего рекламного процесса.
18. Роль рекламного агентства в производстве объектов наружной рекламы. Полиграфические технологии и материалы.
19. Методы печати наружной рекламы. Широкоформатная печать. Сольвентная печать. Интерьерная печать.
20. Материалы наружной рекламы. Постерная бумага, баннерная ткань, баннерная сетка, световые короба, неон, объемные буквы.

Перечень вопросов к экзамену

1. Организация процесса создания объектов наружной рекламы.
2. Технологическая специфика планирования и размещения носителя рекламы.
3. Наружная реклама и ее роль в продвижении продукта или производителя..
4. Целевая аудитория в формировании концепции наружной рекламы.
5. Креативность в формировании концепции наружной рекламы.
6. Основные принципы композиции наружной рекламы.
7. Билборды, Скроллеры, Пиларсы, Сити-форматы. Отличительные черты.
8. Наружная реклама на фасадах в городской среде.
9. Витрина как вид наружной рекламы.
10. Наружная реклама социальной направленности.
11. Цветовая гармония при разработке макета наружной рекламы.
12. Шрифтовая композиция в наружной рекламе.
13. Специфика рекламного дизайна.
14. Основные правила композиции в рекламе.
15. Учет целевой аудитории, требований заказчика и визуального образа в рекламном дизайне.
16. Современные тенденции в разработке дизайна объектов наружной рекламы.
17. Сравнительный анализ удачных примеров рекламных объектов.
18. Сравнительный анализ неудачных примеров рекламных объектов.
19. Эффективные приемы рекламного и информационного воздействия.
20. Обоснование размещения объекта наружной рекламы в условиях городской среды.

5.2. Темы письменных работ**Примерная тематика рефератов (контрольных работ)**

1. Основные этапы истории развития наружной рекламы
2. Сущность понятия наружная реклама.
3. Законодательное регулирование рынка наружной рекламы.
4. Принципы организации работы при производстве носителей наружной рекламы
5. Классификация рекламных конструкций.
6. Методы управления при разработке макетов наружной рекламы.
7. Роль рекламного агентства в создании наружной рекламы.
8. Оригинальные конструкции наружной рекламы.
9. Анализ современных тенденций в рекламном дизайне.
10. Примеры эффективных решений наружной рекламы.

5.3. Фонд оценочных средств**5.4. Перечень видов оценочных средств**

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература			
6.1.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Ромат Е.В., Сендеров Д.В.	Реклама: Учебник для вузов. 9-е изд. Стандарт третьего поколения	Санкт-Петербург: Питер, 2016, URL: https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=352693
Л1.2	Година Д. Х., под ред., Вовси-Тиллье Л. А., Зарудная М. В., Филимонова Е. Ю., Улитко Е. Н., Шутова И. Г.	Английский язык для специальности "Реклама": Учебник	Москва: КноРус, 2021, URL: https://book.ru/book/940078
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Анисимова Т. В., Чубай С. А.	Социальная реклама. Риторический анализ плакатов социальной тематики: Монография	Москва: Русайнс, 2020, URL: https://book.ru/book/939624
Л2.2	Ильин А. С.	Реклама в коммуникационном процессе: Курс лекций	Москва: КноРус, 2011, URL: https://book.ru/book/900446
Л2.3	Ильин А. С.	Реклама в коммуникационном процессе: Курс лекций	Москва: КноРус, 2020, URL: https://book.ru/book/934201
Л2.4	Ильин А. С.	Реклама в коммуникационном процессе: Курс лекций	Москва: КноРус, 2009, URL: https://book.ru/book/218400
Л2.5	Ильин А. С.	Реклама в коммуникационном процессе: Курс лекций	Москва: КноРус, 2017, URL: https://book.ru/book/921459
Л2.6	Гончарова Л.М.	Туристская реклама: стратегия позитива: Статья	Москва: Российский новый университет (РосНОУ), 2007, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=5097
Л2.7	Годин А.А., Годин А.М.	Интернет-реклама: Учебное пособие	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=5234
Л2.8	Бовтенко М. А.	Press Office. English for PR. Современная пресс -служба. Английский язык для бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью": Учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет (НГТУ), 2013, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=17368
Л2.9	Чехов А. П.	Реклама: Художественная литература	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=22555
Л2.10		Реклама: Учебно-методическая литература	Москва: Издательский Центр РИО, 2011, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=82110
Л2.11	Ноздренко Е.А., Копцева Н.П.	Система культуры: новые детерминанты. Реклама как фактор современного культурно-исторического процесса: Монография	Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2011, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=143461
Л2.12	Мудров А. Н.	Реклама: глубинные смыслы: Монография	Москва: Издательство "Магистр", 2015, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=153518
Л2.13	Калмыков С.Б.	Социальная реклама здорового образа жизни: комплексная оценка: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=158160
Л2.14	Шпаковский В.О., Розенберг Н.В.	Интернет-журналистика и интернет-реклама: Учебное пособие	Вологда: Инфра-Инженерия, 2018, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=326349
Л2.15	Эйнштейн М.	Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2017, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=333538

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.16	Калмыков С.Б., Пашин Н.П.	Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=333677
Л2.17	Дурович А.П.	Реклама в туризме: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=344296
Л2.18	Миньяр-Белоручева А.П., Покровская М.Е.	Английский язык. GUIDES FOR ADVERTISING. Реклама в туризме: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=346868
Л2.19	Давыдкина И.Б.	Социальная реклама в системе социальных коммуникаций и социального управления: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=350960
Л2.20	Музыкант В.Л.	Реклама: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО, 2019, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=354352
Л2.21	Иванова Н. К., Кузьмина Р.В., Мощева С.В.	Система письма в английском языке и современный узус: язык, виртуальная коммуникация, реклама: Монография	Москва: Издательский Центр РИО, 2020, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=355968
Л2.22	Абабков Ю.Н., Абабкова М. Ю.	Реклама в туризме: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=356220
Л2.23	Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358550
Л2.24	Вельская Г.Г.	Реклама социальных проектов: Учебно-методическая литература	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=371151
Л2.25	Замедина Е.А.	Реклама: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО, 2018, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=372103
Л2.26	Гойхман О.Я., Лейчик В. М.	Реклама: язык, речь, общение: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=372523
Л2.27	Мандель Б.Р.	Социальная реклама: Учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2019, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=375080
Л2.28	Абабков Ю.Н., Абабкова М. Ю., Филиппова И.Г.	Реклама в туризме: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=392142
Л2.29	Калмыков С.Б., Пашин Н.П.	Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=398585
Л2.30	Мандель Б.Р.	Социальная реклама: Учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2021, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=398923
Л2.31	Миньяр-Белоручева А.П., Покровская М.Е.	Английский язык. GUIDES FOR ADVERTISING. Реклама в туризме: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=399447

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.32	Черепанов В.Д.	Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях: Сборник тестовых заданий	Москва: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет транспорта», 2018, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=415951
Л2.33	Черепанов В.Д.	Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях: Учебное пособие	Москва: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет транспорта», 2018, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=415952
Л2.34	Давыдкина И.Б.	Социальная реклама в системе социальных коммуникаций и социального управления: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=422433
Л2.35	Вельская Г.Г., Абаев А.Л.	Социальные коммуникации и социальная реклама в сфере инклюзивных практик: Учебно-методическая литература	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=429153
Л2.36	Година Д. Х., под ред., Вовси-Тиллье Л. А., Зарудная М. В., Филимонова Е. Ю., Улитко Е. Н., Шутова И. Г.	Английский язык для специальности "Реклама": Учебник	Москва: КноРус, 2023, URL: https://book.ru/book/944925
Л2.37	Ромат Е., Сендеров Д.	Реклама: Учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. — (Серия «Учебник для вузов»)	Санкт-Петербург: Питер, 2022, URL: https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=379960

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Музыкант В.Л.	Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО, 2019, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=355098

6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Э1	Web-ресурс «Электронная образовательная среда». - Режим доступа:		
Э2	Коллекция CD и DVD в фонде научной библиотеки Академии ИМСИТ. - Режим доступа:		
Э3	«Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM». - Режим доступа:		
Э4	ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru». - Режим доступа:		
Э5	Электронные Периодические издания. - Режим доступа:		
Э6	Справочно- правовая база «Консультант Плюс». - Режим доступа:		
Э7	Web-ресурс «Официальный сайт Академии ИМСИТ». - Режим доступа:		
Э8	Учебно-методические компьютерные комплексы «Диполь» (12 МОДУЛЕЙ). - Режим доступа:		

6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

6.3.1.1	Windows 10 Pro RUS	Операционная система – Windows 10 Pro RUS	Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.2	7-Zip	Архиватор 7-Zip	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.3	Яндекс Браузер	Браузер Яндекс Браузер	Лицензионное соглашение на использование программ Яндекс Браузер https://yandex.ru/legal/browser_agreement/
6.3.1.4	Mozilla Firefox	Браузер Mozilla Firefox	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.5	LibreOffice	Офисный пакет LibreOffice	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.6	LibreCAD	САПР для 2-мерного черчения и проектирования LibreCAD	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.7	Inkscape	Графический редактор Inkscape	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.8	Notepad++	Текстовый редактор Notepad++	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.9	1С:Предприятие 8. Комплект	1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях.	Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)

6.3.1.1 0	Adobe Photoshop CS3 Графический редактор Adobe Photoshop Creative Suite 3 Adobe Software License Certificate ID CE0707281 от 12.07.2007
6.3.1.1 1	Kaspersky Endpoint Security Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный (350шт). Договор № ПР-00037842 от 4 декабря 2023 г. (ООО Прима АйТи)
6.3.1.1	MS Access 2016 СУБД Microsoft Access 2016 Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.1 3	MS Project Pro 2016 Microsoft Project профессиональный 2016 Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.1 4	MS SQL Server 2019 СУБД Microsoft SQL Server 2019 Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.1 5	MS SQL Server Management Studio 18.8 Microsoft SQL Server Management Studio 18.8 Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.1 6	MS Visio Pro 2016 Интегрированная среда разработки Microsoft Visio профессиональный 2016 Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.1 7	MS Visual Studio Community Edition Среда разработки Microsoft Visual Studio 2022 Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.1 8	Visual Studio Code Редактор исходного кода, разработанный Microsoft для Windows, Linux и macOS Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.1	Blender ПО для создания трёхмерной компьютерной графики Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.2	Gimp Графический редактор Gimp Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.2	Maxima Математический пакет Maxima Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.2 2	Oracle VM VirtualBox VM VirtualBox — программный продукт виртуализации для операционных систем Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.2	StarUML V1 Case средство UML Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.2	PostgreSQL Система управления базами данных Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.2 5	IntelliJ IDEA Интегрированная среда разработки программного обеспечения для многих языков программирования, в частности Java, JavaScript, Python Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.2	PyCharm Community Edition IDE для профессиональной разработки на Python Freeware
6.3.1.2	Eclips Интегрированная среда разработки модульных кроссплатформенных приложений Freeware
6.3.1.2 8	Adobe Reader DC Adobe Acrobat — пакет программ, предназначенный для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017
6.3.1.2 9	MAC OS Big Sure Операционная система для персональных компьютеров и серверов, разработанная Apple Договор №17/06 от 16.06.2021. Счет-фактура №82 от 13.09.2021
6.3.1.3 0	Diptrace Программное обеспечение EDA/CAD для создания принципиальных схем и печатных плат Лицензия для образовательной организации. Лицензионное соглашение с окончательным пользователем ООО «Новарм»
6.3.1.3	MecSoft FreeMILL for VisualCAM Программное обеспечение для программирования станков с ЧПУ Freeware
6.3.1.3 2	Embarcadero RAD Studio XE8 Среда быстрой разработки приложений Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).
6.3.1.3 3	CorelDRAW Graphics Suite X5 Графический редактор векторной графики Corel License Certificate № 4090614 от 15.03.2012
6.3.1.3 4	Arduino Software (IDE) Интегрированная среда разработки, предназначенная для создания и загрузки программ на Arduino-совместимые платы, а также на платы других производителей Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.3 5	NetBeans IDE Интегрированная среда разработки приложений на языках программирования Java, Python, PHP, JavaScript, C, C++, Ада и ряда других Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.3	ZEAL Оффлайн-браузер для просмотра документации Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.3 7	ARIS Express Инструмент моделирования для анализа и управления бизнес-процессами Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.3 8	AnyLogic Программное обеспечение для имитационного моделирования Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.3 9	Archimate Инструментарий моделирования для создания моделей и эскизов ArchiMate. ArchiMate Non-Commercial License
6.3.1.4 0	SMath Studio Программа для вычисления математических выражений и построения графиков функций Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.4	ПО ЛИНКО v8.2 демо-версия ПО для компьютерного лингафонного кабинета демо-версия
6.3.1.4 2	Комплекс КРЕДО - Землеустройство и кадастры Комплекс для ВУЗов-Землеустройство и кадастры: Кредо топограф, кредо трансформ, кредо транскор, кредо кадастр, кредо конвертер Акт № 123 от 01.11.2018. Сертификат от 24.08.2018
6.3.1.4 3	Klite Mega Codec Pack Универсальный набор кодеков и утилит для просмотра и обработки аудио- и видеофайлов Freeware

6.3.1.4 4	JetBrains PyCharm Community Интегрированная среда разработки для языка программирования Python Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.4	JetBrains DataGrip Среда разработки для баз данных и SQL Freeware
6.3.1.4	MS Office Standart 2010 Офисный пакет Microsoft Office Microsoft Open License 48587685 от 02.06.2011
6.3.1.4	MS Office Standart 2007 Офисный пакет Microsoft Office Microsoft Open License 42921331 от 26.10.2007
6.3.1.4 8	Windows XP Professional Операционная система – Windows XP Коробочная версия Windows Vista Starter и Vista Business Russian Upgrade Academic Open - Лицензионный сертификат № 42762122 от 21.09.2007
6.3.1.4 9	Windows XP Professional Операционная система – Windows XP Windows 7 Starter LGG + Windows 7 Professional Upgrade. Лицензионный сертификат 48587685 от 02.06.2011
6.3.1.5 0	MS Visual Studio Pro 2010 Среда разработки Microsoft Visual Studio Professional 2010 Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.5 1	MS Visio Pro 2010 Интегрированная среда разработки Microsoft Visio профессиональный 2010 Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.5 2	MS Project Pro 2010 Microsoft Project профессиональный 2010 Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.5	MS Access 2010 СУБД Microsoft Access 2010 Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.5	MS Office Standart 2007 Офисный пакет Microsoft Office Лицензионный сертификат № 42373687 от 27.06.2007
6.3.1.5 5	NI LabVIEW Full National Instruments Software – LabVIEW Full - рограммное обеспечение для системного проектирования приложений, требующих тестирования, измерения и управления, с быстрым доступом к аппаратному обеспечению и аналитическим данным! Договор № 222015 от 27.04.2015 (ООО «ЮГРОН»)
6.3.1.5 6	Windows 7 Pro Операционная система Microsoft Windows 7 Professional Microsoft Open License 48587685 от 02.06.2011
6.3.1.5	CDBurnerXP ПО для записи CD, DVD, HD DVD и Blu-ray Freeware
6.3.1.5	Java 8 Программная платформа Java Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.5	PDF24 Creator Приложение для создания и редактирования документов в формате PDF Freeware
6.3.1.6	CCleaner Утилита для очистки ПК Freeware
6.3.1.6 1	Консоль Kaspersky Security Center Консоль администрирования Kaspersky Security Center Договор № ПР-00035750 от 13 декабря 2022г. (ООО Прима АйТи)
6.3.1.6 2	Kaspersky Endpoint Security 11 Kaspersky Endpoint Security 11 для Windows Договор № ПР-00037842 от 4 декабря 2023 г. (ООО Прима АйТи)
6.3.1.6 3	ПАРУС-Бюджет 8.5.6.1 Платформа ПАРУС-Бюджет 8 Договор № 001-1 от 09.01.2017, Товарная накладная №1 от 23.01.2017
6.3.1.6 4	Microsoft Office 2007 Professional Plus Офисный пакет Microsoft Office Microsoft Open License 42060616 от 20.04.2007
6.3.1.6	10-Strike File search pro Программа поиска файлов и документов в сети Лицензионный сертификат от 01.01.2011
6.3.1.6 6	10-Страйк Сканирование Сети Сканирование Сети - программа-сканер TCP-портов и IP-адресов Лицензионный сертификат от 01.01.2011
6.3.1.6 7	10-Страйк Инвентаризация Компьютеров Программа для учета ПК в сети предприятия Лицензионный сертификат от 01.01.2011
6.3.1.6 8	Windows Server 2003 R2 Standart Операционная система Microsoft Windows Server 2003 R2 Microsoft Open License № 42060616 от 20.04.2007
6.3.1.6 9	Open SuSe Linux Операционная система Open Source GNU/Linux Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.7	MySql Server Community СУБД MySQL Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.7 1	Windows Server 2016 Standard Операционная система Microsoft Windows Server 2016 Microsoft Open License № 68891953 от 2017-09-15
6.3.1.7 2	Сервер администрирования Kaspersky Security Center Сервер администрирования Kaspersky Security Center Договор № ПР-00030672 от 01.12.2020 (ООО Прима АйТи)
6.3.1.7 3	УМКК «Телекоммуникации и сети» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033
6.3.1.7 4	УМКК «Коммутаторы локальных сетей» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033
6.3.1.7 5	УМКК «Электротехника и электроника» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033
6.3.1.7 6	УМКК «Информационные системы в экономике» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033
6.3.1.7 7	УМКК «Корпоративные информационные системы» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033
6.3.1.7 8	УМКК "Моделирование данных» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033

6.3.1.7 9	УМКК "Объектно-ориентированные технологии» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь C00001 Номер лицензии: 2003040000000000033
6.3.1.8 0	УМКК «Информационные технологии» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь C00001 Номер лицензии: 2003040000000000033
6.3.1.8 1	УМКК «Управление базами данных» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь C00001 Номер лицензии: 2003040000000000033
6.3.1.8 2	УМКК «Сетевые информационные технологии» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь C00001 Номер лицензии: 2003040000000000033
6.3.1.8 3	УМКК «Теоретические основы информатики» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь C00001 Номер лицензии: 2003040000000000033
6.3.1.8 4	УМКК "Основы алгоритмизации и программирования» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь C00001 Номер лицензии: 2003040000000000033
6.3.1.8	JetBrains License Service Floating License Server (FLS) сервер лицензий JetBrains Freeware
6.3.1.8 6	Autodesk Network License Manager Менеджер лицензий Autodesk Письмо от 19.08.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team)
6.3.1.8 7	AppWave Enterprise License Center Центр лицензий AppWave Enterprise (ELC) обеспечивает сетевое лицензирование программных продуктов Embarcadero Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).
6.3.1.8 8	Windows Server 2008 R2 Standart Операционная система Microsoft Windows Server 2008 Microsoft Open License № 46794243 от 19.04.2010
6.3.1.8 9	Traffic inspector Special Unlimited ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСТУПА В ИНТЕРНЕТ. NAT, ПРОКСИ-СЕРВЕР, VPN, AD Лицензионный договор №649 от 23.09.2019
6.3.1.9 0	Эшэлон II «Кредо-диалог» Система защиты Эшэлон II «Кредо-диалог» Акт № 123 от 01.11.2018, Сертификат от 24.08.2018
6.3.1.9 1	Система управления хранилищем документов «Кредо-диалог» Система управления хранилищем документов «Кредо-диалог» Акт № 123 от 01.11.2018, Сертификат от 24.08.2018
6.3.1.9 2	Центр управления ПО Кредо Центр управления программным обеспечением Кредо Акт № 123 от 01.11.2018, Сертификат от 24.08.2018
6.3.1.9 3	MS SQL Server 2016 СУБД Microsoft SQL Server 2016 Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.9	Apache HTTP Server Apache HTTP - веб-сервер Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.9	Etxt Antiplagiat Проверка уникальности от сервиса Антиплагиат eTXT Freeware
6.3.1.9 6	Microsoft Windows 10 PRO x64 DSP OEM Операционная система Microsoft Windows 10 PRO Счет №93 от 21.05.2019, Акт передачи прав №31 от 05.06.2019.
6.3.1.9 7	MS Office Professional Plus 2007 Офисный пакет Microsoft Office Professional Plus 2007 Microsoft Open License 42060616 от 20.04.2007
6.3.1.9	Ramus Educational Case-средство для моделирования Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.9	Micro-Cap Evaluation Система схемотехнического моделирования Demo/Student Version
6.3.1.1	gvSIG Desktop Инструментальная ГИС Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.1 01	Astra Linux Операционная система семейства Linux. Версия "Орел" Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.1 02	vGate Средство микросегментации и защиты жизненного цикла виртуальных машин Договор №КБ/04085/1/11 от 14.02.2022
6.3.1.1 03	Secren Net Studio Единая система управление продуктами для защиты Windows, Linux и платами доверенной загрузки Договор №КБ/04085/1/11 от 14.02.2022
6.3.1.1 04	Secren Net LSP Средство защиты информации от несанкционированного доступа для операционных систем семейства Linux Договор №КБ/04085/1/11 от 14.02.2022
6.3.1.1	PostgreSQL Система управления базами данных Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
6.3.2.1	Портал выбора технологий и поставщиков http://www.tadviser.ru
6.3.2.2	Проект IDEF.ru http://idef.ru
6.3.2.3	Консультант Плюс http://www.consultant.ru
6.3.2.4	Global CIO Официальный портал ИТ-директоров http://www.globalcio.ru
6.3.2.5	ARIS BPM Community https://www.ariscommunity.com
6.3.2.6	ABOUT THE UNIFIED MODELING LANGUAGE SPECIFICATION https://www.omg.org/spec/UML
6.3.2.7	ИСО Международная организация по стандартизации https://www.iso.org/ru/home.html
6.3.2.8	РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии https://www.gost.ru/portal/gost/
6.3.2.9	Кодекс – Профессиональные справочные системы https://kodeks.ru

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)			
Ауд	Наименование	ПО	Оснащение
114	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы.	LibreOffice Inkscape MS Visual Studio Community Edition Blender Gimp IntelliJ IDEA PyCharm Community Edition Eclips Adobe Reader DC MAC OS Big Sure JetBrains PyCharm Community JetBrains DataGrip	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 15 моноблоков Apple iMac 21,1/Apple M1/RAM 8Гб/Apple SSD AP0256Q/GPU Apple M1/Ethernet 1000BaseT/AirPort Extreme 5 моноблоков Apple iMac 21,1/Apple M1/RAM 16Гб/Apple SSD AP0512Q/GPU Apple M1/Ethernet 1000BaseT/AirPort Extreme 1 сетевой неуправляемый коммутатор DES-1024G 1 Интерактивная панель EliteBoard LR-75UT40i7 1 Ноутбук 15.6 HP 15-ra105ur 1 МФУ Brother DCP-1612WR 1 HP Color LaserJet CP5225
115	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы.	Windows 10 Pro RUS 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++ 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS SQL Server 2019 MS SQL Server Management Studio 18.8 MS Visio Pro 2016 MS Visual Studio Community Edition Visual Studio Code Blender Gimp Maxima Oracle VM VirtualBox StarUML V1 PostgreSQL IntelliJ IDEA PyCharm Community Edition Eclips Adobe Reader DC Arduino Software (IDE) NetBeans IDE ZEAL Klite Mega Codec Pack	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя 20 компьютеров GA-870A-USB3/AMD-Phenom(tm)-II-X4-945/DDR3-1333-4Гб/ SSD Flexis 120Gb/WD5000AAK/Radeon HD-5800/Atheros AR9287 Wireless 19 мониторов AOC e2243Fw 21,5” 1 монитор Acer V226HQL 21,5” 20 комплектов клавиатура+мышь 1 беспроводная точка доступа TP-Link TL-WA801ND

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Лабораторные занятия по данной дисциплине не предусмотрены

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Прежде чем приступить к изучению литературы, необходимо усвоить основные вопросы плана семинара. Знание вопросов помогает при чтении быстро находить нужный материал к каждому из вопросов, не задерживаясь на рассмотрении второстепенных вопросов.

Начиная подготовку к семинарскому занятию, необходимо, прежде всего, прочитать соответствующие страницы в конспекте лекций, разделы учебников и учебных пособий, чтобы получить общее представление о месте и значении темы в

изучаемом курсе. Затем следует поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным произведениям.

Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. У человека, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие у читателя при самостоятельной работе над произведением.

Нередко среди начинающих такую самостоятельную работу можно встретить людей, полагающих, будто записи - дело простое, требующее в основном усилий рук, а не головы. Это сугубо ошибочное представление. Полноценные записи отражают не только содержание прочитанного, но и результат мыслительной деятельности читателя. Важно развивать у себя умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

При выполнении записей студент должен придерживаться правила: прочел- разобрался-понял-записал.

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Этого можно добиться лишь при хорошем владении материалом.

Выступление нельзя сводить к бесстрастному пересказу, тем более недопустимо простое чтение конспекта. Выступающий должен проявить собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказать свое личное мнение, понимание, обосновать его и сделать правильные выводы из сказанного. При этом он может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к произведениям, использовать знание художественной литературы и искусства, факты и наблюдения современной жизни и т. д.

Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый. А для этого необходимо внимательно и критически слушать своего товарища, подмечать особенное в его суждениях, улавливать недостатки и возможные ошибки и, если нужно, выступить, не дожидаясь заключительного слова преподавателя. При этом обратить внимание на то, что еще не было сказано, или поддержать и развить интересную мысль, высказанную предыдущим товарищем.

В заключение преподаватель, как руководитель семинара, подведет итоги выступлений.

Выполняемые на них задания можно подразделить на несколько групп. Одни из них служат иллюстрацией теоретического материала и носят воспроизводящий характер. Они выявляют качество понимания студентами теории. Другие представляют собой образцы задач и примеров, разобранных в аудитории. Для самостоятельного выполнения требуется, чтобы студент овладел показанными методами решения.

Они составляют значительную часть всего объема аудиторных занятий и имеют важнейшее значение для усвоения программного материала. Выполняемые на них задания можно подразделить на несколько групп. Одни из них служат иллюстрацией теоретического материала и носят воспроизводящий характер. Они выявляют качество понимания студентами теории. Другие представляют собой образцы задач и примеров, разобранных в аудитории. Для самостоятельного выполнения требуется, чтобы студент овладел показанными методами решения.

Следующий вид заданий может содержать элементы творчества. Одни из них требуют от студента преобразований, реконструкций, обобщений. Для их выполнения необходимо привлекать ранее приобретенный опыт, устанавливать внутрипредметные и межпредметные связи. Решение других требует дополнительных знаний, которые студент должен приобрести самостоятельно. Третьи предполагают наличие у студента некоторых исследовательских умений. Каждый студент должен так спланировать свою домашнюю работу, чтобы уложиться в указанный срок. При этом никогда не следует затягивать выполнение этих заданий до последней недели, нужно находить время для постепенного их выполнения в течение всего отведенного на эту работу срока.

Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование по данной дисциплине не предусмотрено.

Работа с литературой

Работа с литературой является одним из важнейших элементов подготовки выступления и доклада-исследования. При их подготовке студент не должен ограничиваться изучением рекомендованных учебных пособий и учебников, поскольку они дают в основном первичную информацию по изучаемой проблеме. Последующее изучение научной литературы и статей в периодической печати позволит углубить знания по соответствующей теме.

При изучении литературы студент столкнется с плюрализмом оценок событий и явлений (различными подходами в их оценке), может осознать дискуссионность и даже противоречивость выводов и оценок. При этом он будет приобретать навыки определения степени их объективности, обоснованности и доказательности. В конечном итоге на основе изученной литературы студент должен выработать свое отношение к системе ценностей.

Помимо рекомендованной литературы на бумажных носителях студенты могут широко использовать Интернет-ресурсы. Однако их использование не должно быть доминирующим и заменять литературные источники на бумажных носителях.

При изучении литературы рекомендуется делать необходимые записи, указывая название источника (в том числе автора), место и год его издания, номер страницы, количество страниц источника. Такие записи могут быть использованы при подготовке письменных работ.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ И НАПИСАНИЮ РЕФЕРАТОВ

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной работы студента является реферат

I. «Реферат — научное исследование» (РНИ)

«Реферат — научное исследование» — наиболее распространенный тип студенческой реферативной работы. Форма и

содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и студента в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей студента, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, например «Культура эпохи Возрождения», автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами не описывать весь Ренессанс, а оговорить, что он рассматривает эпоху итальянского Кватроченто (XV в.) в лице, например, одного из нескольких художников, поэтов или мыслителей Флорентийского Возрождения. Творчески работающий студент может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном гуманитарном научном поиске студента (что очень трудно для первокурсника), сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

II. «Реферат-дискурс» (РД)

«Реферат — научное исследование» по своей форме предполагает многочисленные модификации и новые типы рефератов по культурологии.

«Реферат-дискурс» является особой формой РНИ, предполагающей все основные требования, которые предъявляются к студенческой работе и описаны выше. Особенностью (РД) — «реферата-дискурса» является форма изложения материала, представляющая собой подбор цитат различных мыслителей и ученых по данной теме. Понятие «дискурс», введенное в середине нашего века французскими структуралистами, обозначает «речь, беседу». Студент как бы беседует с великими мыслителями по данной проблеме, составляя свою хрестоматию по исследуемой проблеме.

В процессе работы он знакомится с трудами ученых русского академизма, мифологов и фольклористов, собирает материал об отражении основных принципов экономической жизни Древней Руси XIV—XVI веков в традициях и обычаях, пословицах и поговорках его предков. Для студента-первокурсника написание реферата-дискурса легче и полезнее, т.к. он еще не готов к серьезному научному поиску. Для него подобный «реферат-хрестоматия» — первый шаг в науке о культуре, за которым последуют более серьезные шаги через систему авторских комментариев, даваемых многими студентами в своих «рефератах-дискурсах».

Работы типа РД предполагают прочтение большого числа источников, что требует от студента хорошего знания литературы по целому ряду наук.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа обучающегося имеет большое значение в формировании профессиональных компетенций будущего профессионала. Без самостоятельной практической работы невозможно достижение успешных результатов в рекламной деятельности. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики, уровня сложности, уровня умений обучающихся.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью могут быть: домашние практические задания, реферативные обзоры по разделам дисциплины, сравнительный анализ брендов успешных компаний, проектные разработки брендов.

Самостоятельная работа обучающихся включает следующие организационные формы учебной деятельности: работа с учебниками и учебными пособиями, просмотр аналогов, изучение дополнительных тем занятий, выполнение домашних заданий, выполнение практических работ по дисциплине.

Самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний, а также развитие практических умений заключается в:

работе обучающихся с лекционным материалом, поиск и анализ литературы и электронных источников информации по заданной проблеме,

выполнении домашних заданий,

переводе материалов из тематических информационных ресурсов с иностранных языков,

изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку,

изучении теоретического материала к практическим занятиям,

подготовке к экзамену.

Темы заданий для самостоятельной работы:

1. Классификация носителей наружной рекламы.
2. Анализ эффективных решений в наружной рекламе.
3. Изучение законодательных и нормативных документов в сфере рекламы.
4. Восприятие рекламы в городской среде.
5. Динамические и статические виды наружной рекламы.
6. Варианты цвето-светового решения объектов наружной рекламы.
7. Разработка макетов наружной рекламы.