Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.09.2026 17:02:27
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e[illegible]

Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ, ТЕЛЕВИДЕНИЯ И КОММУНИКАЦИЙ

УТВЕРЖДАЮ
Директора международного
института журналистики,
телевидения и коммуникаций
_____ Ю.В. Шуйская
«17» декабря 2025 г.

Рабочая программа дисциплины
ДИЗАЙН РЕКЛАМЫ

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль):
Теле и Интернет журналистика
(уровень бакалавра)

Формы обучения:
очная, очно-заочная, заочная

Москва

Рабочая программа учебной дисциплины «Дизайн рекламы». Направление подготовки\специальность 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «Теле- и интернет-журналистика» / Е.Ю. Дворак – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова».

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 524 (редакция с изменениями № 1456 от 26.11.2020 и 08.02.2021) и Профессиональных стандартов «Корреспондент средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. № 339н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 5 июня 2014 г., регистрационный № 32589), «Редактор средств массовой информации» от «04» августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «28» августа 2014 г., регистрационный № 33899), «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973).

Разработчики: Е. Ю. Дворак, к.ф.н., доцент

Ответственный рецензент: А.А. Грабельников, доктор исторических наук, профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «17» декабря 2025 г., протокол № 4.

Заведующий кафедрой _____/*Ю.В. Шуйская, д.ф.н.*
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____/О.Е. Стёпкина
(подпись)

Раздел 1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – формирование у обучающихся системных профессиональных знаний, умений и навыков в области дизайна рекламы как синтеза творческого, коммуникативного и технологического процессов, обеспечивающих способность к самостоятельной разработке и визуальной реализации эффективных рекламных решений для различных медианосителей.

Из цели курса вытекают задачи, реализация которых в ходе изучения дисциплины позволяет достигнуть поставленной цели.

Задачи дисциплины:

- Изучение теоретических основ дизайн-мышления, композиции, колористики и типографики в контексте рекламной коммуникации.
- Освоение принципов и специфики проектирования статичной и динамической рекламы (от плаката до видеоролика) с учетом законов визуального восприятия и сторителлинга.
- Формирование способности создавать комплекс дизайн-документации (от концепции и раскадровки до готовых макетов) для рекламных проектов.
- Приобретение опыта практической работы с инструментарием графического и видеодизайна на уровне, достаточном для воплощения креативных идей и выполнения технических требований.
- Развитие компетенции анализа и оценки роли дизайна в построении целостного рекламного сообщения и кросс-медийной кампании.

Раздел 2. Планирование результатов обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-3	Способен разрабатывать предложения для монтажа видео-, аудиоматериалов при формировании видеоматериалов	**ИПК-3.1. Знает** методы проверки и оценки достоверности информации, требования к формату материала **ИПК-3.2. Умеет** использовать методы обработки и редактирования информации с использованием современных технических средств для монтажа видео-, аудиоматериалов при формировании видеоматериала. **ИПК-3.3. Владеет** приемами обработки материалов для монтажа видео-, аудиоматериалов при формировании видеоматериала

Раздел 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы бакалавриата

Дисциплина «Дизайн рекламы» изучается в 5 семестре на очных и заочных формах обучения, относится к Блоку Б.1 «Дисциплины (модули)», «Часть, формируемая участниками образовательных отношений», образовательной программы по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриат), направленность (профиль): «Теле- и интернет-журналистика».

Раздел 4. Объем (трудоемкость) дисциплины (общая, по видам учебной работы, видам промежуточной аттестации)

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы
очная форма обучения

з.е.	Итого	Лекции	Практические занятия	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
5 семестр							
4	144	32	32		44		36 Экзамен

очно-заочная форме обучения

з.е.	Итого	Лекции	Практические занятия	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
6 семестр							
4	144	8	12		88		36 Экзамен

заочная форма обучения

з.е.	Итого	Лекции	Практические занятия	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
6 семестр							
4	144	4	8		96		36 Экзамен

Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
5 семестр						
Тема 1. Основы дизайн-мышления в рекламе: от бриф-концепции к визуальному решению. Принципы композиции, колористики и типографики.	8	8	10			26
Тема 2. Дизайн статичной рекламы: плакат, печатная реклама,	8	8	10			26

баннер. Сторителлинг в одном кадре.						
Тема 3. Динамический и аудиовизуальный дизайн: ТВ-ролик, реклама в digital-видео. Сценарная раскадровка и монтажные принципы.	8	8	10			26
Тема 4. Адаптивный дизайн рекламы: кросс-медийность. Подготовка кампании для разных носителей (печать, соцсети, наружка, ТВ).	8	8	14			30
Зачет с оценкой					36	36
Итого по дисциплине	32	32	44		36	144

Очно-заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
Тема 1. Художественно-изобразительные средства и психология восприятия	2	2	10			14
Тема 2. Язык изобразительной рекламы и его специфика на примере рекламного плаката	2	2	10			14
Тема 3. Концентрация изобразительной рекламы: слагаемые	2	2	10			14

действенности и эффективности						
Тема 4. Фотография и ее средства в рекламе	2	2	10			14
Тема 5. Специфика средств кино-, видео-, теле- и радиорекламы		4	10			14
Тема 6. Психология восприятия рекламы			10			10
Тема 7. Генезис языка европейской рекламы конца XIX – началаXX в.			10			10
Тема 8. Особенности языка рекламы дореволюционной России			18			18
Зачет					36	36
Итого по дисциплине	8	12	88		36	144

Заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
5 семестр						
Тема 1. Основы дизайн-мышления в рекламе: от бриф-концепции к визуальному решению. Принципы композиции, колористики и типографики.			24			24
Тема 2. Дизайн статичной рекламы: плакат,	2	2	24			28

печатная реклама, баннер. Сторителлинг в одном кадре.						
Тема 3. Динамический и аудиовизуальный дизайн: ТВ-ролик, реклама в digital-видео. Сценарная раскадровка и монтажные принципы.	2	4	24			30
Тема 4. Адаптивный дизайн рекламы: кросс-медийность. Подготовка кампании для разных носителей (печать, соцсети, наружка, ТВ).		2	24			26
Зачет с оценкой					36	36
Итого по дисциплине	4	8	96		36	144

Содержание разделов дисциплины

Наименование разделов/тем	Содержание темы
Тема 1. Основы дизайн-мышления в рекламе: от бриф-концепции к визуальному решению. Принципы композиции, колористики и типографики.	Рассматривается дизайн-мышление как методология решения рекламных задач, начиная с анализа брифа, исследования целевой аудитории и конкурентной среды. Изучаются фундаментальные принципы визуальной коммуникации: законы композиции и гештальта, психология восприятия цвета, основы типографики и создание визуальной иерархии. Особое внимание уделяется этапам генерации идей, созданию мудбордов (moodboards) и скетчей как инструментов визуализации креативной концепции до перехода к цифровой реализации.
Тема 2. Дизайн статичной рекламы: плакат, печатная реклама, баннер. Сторителлинг в одном кадре.	Анализируются особенности, форматы и технические требования ключевых носителей статичной рекламы: плаката (наружная реклама), печатной полосы (журналы, газеты) и цифрового баннера. Исследуются приемы создания нарратива и сильного визуального сообщения в рамках одного изображения. Практически осваиваются принципы верстки, работа со шрифтовыми парами, подготовка макетов к печати (CMYK, вылеты, разрешение) и для web (RGB, оптимизация). Рассматривается специфика дизайна для социальных

	сетей и контекстной рекламы.
Тема 3. Динамический и аудиовизуальный дизайн: ТВ-ролик, реклама в digital-видео. Сценарная раскадровка и монтажные принципы.	Рассматривается специфика динамических форматов: телевизионного и онлайн-видео. Изучаются основы сценарного построения рекламного ролика, принципы раскадровки (storyboard) и создания аниматика (animatic) как ключевых инструментов превизуализации. Анализируются законы монтажа, работа со звукорядом (музыка, закадровый голос, саунд-дизайн) и роль титров/графики. Практическое знакомство с базовыми инструментами нелинейного монтажа и моушн-дизайна для реализации простых видеоформатов.
Тема 4. Адаптивный дизайн рекламы: кросс-медийность. Подготовка кампании для разных носителей (печать, соцсети, наружка, ТВ).	Исследуются принципы разработки единой креативной идеи (big idea) и ее адаптации под различные медиаканалы в рамках одной рекламной кампании. Анализируются особенности восприятия и технические ограничения каждого носителя. Осваивается методология создания гайдлайна (руководства по стилю) кампании, обеспечивающего целостность визуальной коммуникации. Практикуется навык подготовки пакета согласованных материалов (от макета для печати до контента для соцсетей) на основе единой системы визуальных констант (ключевой визуал, цвет, шрифт).

Занятия семинарского типа
(Практические занятия)

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Тема 1. Основы дизайн-мышления в рекламе: от бриф-концепции к визуальному решению. Принципы композиции, колористики и типографики.

Вопросы и/или задания

1. Анализ реальных рекламных брифов. Практикум: декомпозиция задачи, формулировка инсайта и ключевого сообщения.
2. Создание мудборда (moodboard) в Figma/Pinterest на заданную тему (например, «премиальность», «экологичность», «драйв»). Коллективное обсуждение выбора образов, цвета и стиля.
3. Практикум «Скетчинг идей»: быстрая графическая визуализация 3 разных концепций для одного продукта на основе проведенного анализа. Критика и выбор оптимального пути.

Тема 2. Дизайн статичной рекламы: плакат, печатная реклама, баннер. Сторителлинг в одном кадре.

Вопросы и/или задания

1. Мастерская «Плакат за 60 минут». Работа с заданной социальной темой. Акцент на композицию, контраст и одном предложении текста. Разбор получившихся работ.

2. Практикум по верстке журнальной полосы в Adobe InDesign/Canva. Работа с модульной сеткой, текстовыми блоками, выравниванием.
3. Создание серии адаптированных баннеров (728x90, 300x250, 240x400) из одного ключевого визуала. Обсуждение проблем и решений при смене формата.

Тема 3. Динамический и аудиовизуальный дизайн: ТВ-ролик, реклама в digital-видео. Сценарная раскадровка и монтажные принципы.

Вопросы и/или задания

1. Просмотр и разбор классических и современных рекламных роликов. Анализ структуры (завязка-конфликт-развязка), визуального ряда и звукового решения.
2. Практикум по созданию раскадровки (сториборда) для 15-секундного ролика по готовому сценарию. Защита своих решений.
3. Базовый монтажный тренинг в Adobe Premiere Pro: сборка простого ролика из предоставленных assets (видео, музыка, титры) с использованием склеек, наложения текста и работы со звуком.

Тема 4. Адаптивный дизайн рекламы: кросс-медийность. Подготовка кампании для разных носителей (печать, соцсети, наружка, ТВ).

Вопросы и/или задания

1. Кейс-стади: анализ успешной кросс-медийной рекламной кампании. Выявление «большой идеи» и ее воплощения в разных медиа.
2. Практикум «Одень идею в форматы». На основе единой креативной концепции (предоставленной) разработать макет для: а) наружного билборда, б) поста в ВК, в) заставки для YouTube-видео.
3. Работа в группах: разработка и презентация мини-гайдлайна для запуска нового продукта, включающего ключевой визуал, палитру, шрифты и примеры применения в 2-3 носителя

Раздел 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наряду с чтением лекций и проведением занятия семинарского типа неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа.* При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы. Формы самостоятельной работы могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает в себя: изучение основных и дополнительных литературных источников, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование, написание эссе.

Типовые задания для самостоятельной работы и примерная тематика курсовых работ (проектов), предусмотренных учебным планом, представлены в фонде оценочных средств по дисциплине.

Раздел 6. Оценочные и методические материалы по образовательной программе (фонд оценочных средств) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В процессе освоения учебной дисциплины для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств).

Типовые тестовые задания, типовые практические задания, типовые задания для контрольных работ, материалы для оценки результатов промежуточной аттестации и материалы для диагностической работы представлены в фонде оценочных средств по дисциплине.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д.

Устный опрос — это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованные собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько правильных ответов).

Семинарские занятия. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине — обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Коллоквиум может служить формой не только проверки, но и повышения производительности труда студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских

и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

Доклад, сообщение — продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Контрольная работа — средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Профессионально-ориентированное эссе — это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Реферат — продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Ситуационный анализ (кейс) — это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение сущностных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание — это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Раздел 7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

Раздел 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Епифанова, А. Г. История графического дизайна и рекламы : учебное пособие для СПО / А. Г. Епифанова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 220 с. — ISBN 978-5-4497-1791-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/123351/details (дата обращения: 14.08.2026). — DOI: https://doi.org/10.23682/123351. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/118366/details (дата обращения: 14.08.2026). — DOI: https://doi.org/10.23682/118366. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная литература

1. Епифанова, А. Г. Продвижение дизайн-продукта в социальных сетях : учебное пособие / А. Г. Епифанова. — Челябинск : Южно-Уральский технологический университет, 2022. — 237 с. — ISBN 978-5-6047814-6-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/125039/details (дата обращения: 14.08.2026). — DOI: https://doi.org/10.23682/125039. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 441 с. — ISBN 978-5-4487-0765-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/102235/details (дата обращения: 14.08.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.1. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата

8.1.1. Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.
Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).
В Университете имеются специализированные аудитории для проведения занятий по информационным технологиям.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.
Электронная информационно-образовательная среда Университета включает:

1. Официальный сайт Университета (https://www.iile.ru/)
2. Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)
3. Программы для ЭВМ. Система дистанционного обучения «Mirapolis» - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, срок действия с 02.07.2025 по 01.07.2026 г.) https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/
4. Программа для ЭВМ. Виртуальная комната «Mirapolis» - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, срок действия с 02.07.2025 по 01.07.2026 г.) https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/
5. Система тестирования INDIGO лицензионное соглашение (Договор от 07.11.2018 г. №Д-54792, бессрочно) http://212.48.35.211:85/

8.1.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система «Атлант» - Atlant Academ от 24.01.2024 г. (бессрочно)
2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition договор-оферта № Tr000941765 от 16.10.2025 г.

8.1.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости, но не реже одного раз в год.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - Договор №МИ-ВИП-79717-56/2022 (бессрочно)
2. Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2024 г. №11652/24С (срок действия до 31.08.2027 г.) https://www.iprbookshop.ru/

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2026 от 30.01.2026 г. (срок действия до 29.01.2027г.) https://elibrary.ru

8.1.4. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Оборудование: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная навесная), стол преподавателя, стул преподавателя. Технические средства обучения: персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран).
Помещение для самостоятельной работы	Специализированная мебель (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

Актуализированы в 2025 году (решение Ученого совета 23.12.2025г., протокол №3):

- Перечень основной и дополнительной литературы;
- Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- Комплект лицензионного программного обеспечения.
- на основании Приказа №90 от 25.12.2025 г. «факультет журналистики» преобразован в «Международный институт журналистики, телевидения и коммуникации».