Приложение 5

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Кафедра дизайна и изобразительного искусства

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

Т. М. Кожевникова
«17» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.05.2 Дизайн средств массовой информации

Направление подготовки/специальность: 54.04.01 - Дизайн

Профиль/направленность/специализация: Современные технологии графического дизайна

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2026

Тамбов, 2026

Авторы программы:
доцент Черемисин Владимир Владимирович
Горских Екатерина Алексеевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 54.04.01 - Дизайн (уровень магистратуры) (приказ Министерства науки и высшего образования РФ от «13» августа 2020 г. № 1004).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры дизайна и изобразительного искусства «16» июня 2026 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий, Протокол от «17» июня 2026 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины…… 4

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры…… 5

3. Объем и содержание дисциплины…… 5

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 8

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 10

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 12

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 13

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский
- проектный
- художественно-творческий

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сферах: 04 Культура, искусство (в сферах: дизайна; изобразительного искусства; культурно-просветительской и художественно-творческой деятельности), 10 Архитектура, проектирование, геодезия, топография и дизайн (в сфере дизайна), 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере дизайна), 40 Сквозные виды профессиональной деятельности (в сфере дизайна)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
- В Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации - В/01.6 Подготовка и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации - В/02.6 Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации - В/03.6 Авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-2 Способность к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением	Анализирует и использует необходимые методы исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением, опираясь на теоретические и практические знания в области дизайна СМИ

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-2 Способность к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения				
		Очно-заочная (семестр)				
		1	2	3	4	5
1	Визуальные коммуникации			+		
2	История и методология дизайн-проектирования	+				
3	Коммуникативный дизайн			+		
4	Медиаинформационная графика				+	
5	Научно-исследовательская работа					+
6	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)			+		
7	Преддипломная практика					+
8	Технология и техники в графическом дизайне		+			

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Дизайн средств массовой информации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 54.04.01 - Дизайн.

Дисциплина «Дизайн средств массовой информации» изучается в 4 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 2 з.е.

Очно-заочная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Очно-заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	**72**
Контактная работа	12
Лекции (Лекции)	6
Практические (Практ. раб.)	6
Самостоятельная работа (СР)	60
Зачет	-

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лекции	Практ. раб.	СР	
		О-З	О-З	О-З	
4 семестр					
1	Дизайн и бренд СМИ, их взаимосвязь.	1	1	12	Опрос; Практическая работа
2	Теория восприятия изображений и символов. Ее значение для дизайна.	1	1	12	Опрос; Практическая работа
3	Дизайн и тенденции в дизайне печатных СМИ.	1	1	12	Опрос; Практическая работа
4	Дизайн электронных СМИ, эфирный промоушн.	1	1	12	Опрос; Практическая работа
5	Дизайн интерактивных СМИ.	2	2	12	Комиссионный просмотр практических работ

Тема 1. Дизайн и бренд СМИ, их взаимосвязь. (ПК-2)

Лекция.

Понятие бренда. Бренд как совокупность ожиданий и совокупность впечатлений. Дизайн как компонент бренда. Бренд как субъективное явление. Основные функции бренда. Особенности бренда для СМИ. Изменчивость медиабренда. Дизайн и четыре составляющие медиабренда: имидж, инструкция по использованию, настройка, упаковка. Основные тенденции измененияmедиапотребления и значение бренда в новых условиях. Новые задачи дизайна и промо в условиях фрагментации и перераспределения аудитории. Смена форматов печатных СМИ как реакция на изменения медиапотребления. Значение миссии медиакомпании в дизайне СМИ, связь между миссией, целями и задачами, бизнес-планом, организацией работы и дизайном в редакции. Издательская инструкция и графическая модель газеты. Компоненты успешного дизайна. Облик телеканала в сознании зрителя. Дизайн как форма

Практическое занятие.

Разработка эскизов бренда СМИ по заданной тематике.

Задания для самостоятельной работы.

Анализ дизайна брендов на рынке СМИ

Тема 2. Теория восприятия изображений и символов. Ее значение для дизайна. (ПК-2)

Лекция.

Основные теории восприятия, вклад разных наук в теории восприятия. Понятия восприятия и перцепции. Семиология и семиотика как способ анализа визуального образа. Понятие знака. Концепции знака Де Соссюра и Пирса. Ролан Барт и его вклад в семиологию.Бартовское понятие семиологии. Три уровня текста у Барта. Ролан Барт о фотографии: студиум и пунктум. Общие характеристики структурализма и его связи с визуальным образом. Бихевиоризм в анализе изображений. Гештальт-теория изображений: анализ прототипов. Основные законы Гештальта. Перцептивная сегрегация в Гештальте. Узкие места Гештальтпсихологии. Экологическая психология восприятия. Восприятие глубины и удаленности объектов. Критерии красоты и гармонии. Теория модульного восприятия фигур. Комбинаторность теории образа и теории модульного восприятия. Константность восприятия. Автоматические и осознанные процессы обработки изображения. Нейрофизиология и анализ изображений. Теория привилегированных углов. Дизайн как направление культурологии. Дизайн и капитализм: связь между понятиями. Герберт Рид и концепция «промышленного дизайна». Джон Глоаг и дизайн как «придание практичности». Дизайн как удовлетворение тяги к разнообразию. Удобство и утилитарность в дизайне. Постмодернизм и уход от концепции стиля в дизайне. Принципы постмодернизма в дизайне. Дизайн как объект моды. Дегуманизация дизайна и навязчивость дизайна. Дизайн и его функция в обществе потребления. Жан Бодрийяр и представление о предметах, как о «статусах». Дизайн как коммуникация знака предмета. Иррациональность дизайна.

Практическое занятие.

Отрисовка символов и графических образов.

Задания для самостоятельной работы.

Отрисовка символов и графических образов. Анализ изображений и символов в дизайне.

Тема 3. Дизайн и тенденции в дизайне печатных СМИ. (ПК-2)

Лекция.

Шрифты, виды шрифтов, их роль в дизайне печатных СМИ. Изменение функций дизайна печатных СМИ. Принципы дизайна печатных СМИ. Дизайн как элемент разъяснения. Дизайн и редакционное планирование: взаимосвязь. Роль шаблонов в дизайне печатных СМИ. Стандартные элементы дизайна. Приемы легкого доступа. Понятие «гибкого времени» и его проявление в дизайне печатных СМИ. Заголовки, их функции, виды, правила размещения на полосе. Фотографии и приемы их использования. Фотографические штампы. Правила размещения рекламы, оценка эффективности размещения рекламы в печатных СМИ. Принципы рекламной коммуникации в дизайне. Переформатирование газет.

Практическое занятие.

Подбор шрифтов для дизайна СМИ

Задания для самостоятельной работы.

Анализ шрифтовых пар. Тенденции современных шрифтов.

Тема 4. Дизайн электронных СМИ, эфирный промоушн. (ПК-2)

Лекция.

Особенности дизайна и бренда электронных СМИ. Функции бренда электронных СМИ и их отличие от функции бренда печатных. Понятие случайного зрителя и дизайн как способ его удержания. Элементы телевизионного дизайна. Облик канала и радиостанции. Система маркетинговых коммуникаций эфирных СМИ. Обещание телеканала/радиостанции как обещание бренда. Ожидания зрителя. Анализ обещаний. Нишевый маркетинг телеканалов. Виды ниш и встраивание телеканалов в них. Ниша, позиционирование и бренд. Средства формирования облика телеканала/радиостанции. Дизайн как часть промоушна. Принципы маркетинга СМИ и роль промо в маркетинге. Составляющие промоушна телеканала. Виды промоушна, их отличия и различия функций. Оформление эфира как компонент промоушна. Виды промо роликов. Упаковка телеканала/радиостанции. Правила телевизионного дизайна. Принципы размещения промо в программе. Виды программирования и роль промоушна.

Практическое занятие.

Раскадровка промоушн для СМИ.

Задания для самостоятельной работы.

Анимация ролика.

Тема 5. Дизайн интерактивных СМИ. (ПК-2)

Лекция.

Роль изображений в интерактивных медиа. Понятие интерактивных сред. Пользователь и потребитель: сходства и различия. Виды интерактивного чтения. Анализ интерактивности и степени интерактивности. Образ сайта и его решения средствами дизайна. Дизайн сайта и формирование ментальных представлений. Роль изображений в интерактивных медиа. Понятие интерактивных сред. Пользователь и потребитель: сходства и различия. Виды интерактивного чтения. Анализ интерактивности и степени интерактивности. Образ сайта и его решения средствами дизайна. Дизайн сайта и формирование ментальных представлений.

Практическое занятие.

Анализ дизайна интерактивных СМИ.

Задания для самостоятельной работы.

Анимация интерактивных данных.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

Балльно-рейтинговые мероприятия не предусмотрены

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Комиссионный просмотр практических работ

Тема 5. Дизайн интерактивных СМИ.

Комиссионный просмотр практических работ студентов является открытой и педагогически конструктивной формой аттестации. Участие в просмотре обязательно для всех студентов. Просмотр проводится по итогам работы за семестр. Студент представляет для просмотра изначально оговоренное количество работ в соответствии с заданиями программы по дисциплине.

Порядок проведения просмотра:

- студенты подготавливают работы и экспозиционное поле. Работы, предварительно не отсмотренные преподавателем, работающим по дисциплине, на просмотр не принимаются;
- по завершении подготовки экспозиции в аудитории начинает работу экспертная комиссия;
- критерии оценки: соответствие уровня работ студента требованиям программы обучения, грамотная и аккуратная подача экспозиции, владение техникой исполнения, демонстрация в работах оперирования теоретической частью программы (знание графических редакторов, особенностей выполнения работ в различных техниках), количество работ должно соответствовать количеству практических заданий по программе.

Опрос

Тема 1. Дизайн и бренд СМИ, их взаимосвязь.

1. Понятие дизайна. Цель дизайна. История теории дизайна.
2. Дизайн и бренд: их функции.
3. Дизайн как часть бренда медиа. Особенные медиабрендов.
4. Функции и принципы дизайна медиа в связи с изменением тенденций развития СМИ.
5. Бренд медиа и его коммуникация.
6. Принципы коммуникации бренда и роль дизайна.

7. Дизайн как нематериальное явление. Дизайн как идеология бренда.
8. Миссия, цели и задачи медиабизнеса и их взаимосвязь с брендом и дизайном.
9. Теории дизайна

Тема 2. Теория восприятия изображений и символов. Ее значение для дизайна.

1 Теории восприятия изображений и символов.
2 Психологические и психо-физиологические теории восприятия.
3 Лингвистические и структуральные теории восприятия.
4 Философские теории восприятия.
5 Функции дизайна печатных СМИ в современных условиях.
6 Основные компоненты дизайна печатных СМИ.
7 Принципы дизайна печатных СМИ.
8 Роль инфографики в дизайне печатных СМИ.
9 Изменение функции дизайна печатных СМИ.
10 Функции дизайна электронных СМИ.
11 Дизайн и бренд электронных СМИ.

Практическая работа

Тема 1. Дизайн и бренд СМИ, их взаимосвязь.

Разработка эскизов бренда СМИ по заданной тематике.

Тема 2. Теория восприятия изображений и символов. Ее значение для дизайна.

Отрисовка символов и графических образов. Анализ изображений и символов в дизайне.

Тема 3. Дизайн и тенденции в дизайне печатных СМИ.

Подбор шрифтов для дизайна СМИ

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-2)

1. Понятие дизайна. Цель дизайна. История теории дизайна.
2. Дизайн и бренд: их функции.
3. Дизайн как часть бренда медиа. Особенные медиабрендов.
4. Функции и принципы дизайна медиа в связи с изменением тенденций развития СМИ.
5. Бренд медиа и его коммуникация.
6. Принципы коммуникации бренда и роль дизайна.
7. Дизайн как нематериальное явление. Дизайн как идеология бренда.
8. Миссия, цели и задачи медиабизнеса и их взаимосвязь с брендом и дизайном.
9. Теории дизайна.
10. Теории восприятия изображений и символов.
11. Психологические и психо-физиологические теории восприятия.
12. Лингвистические и структуральные теории восприятия.
13. Философские теории восприятия.
14. Функции дизайна печатных СМИ в современных условиях.
15. Основные компоненты дизайна печатных СМИ.
16. Принципы дизайна печатных СМИ.
17. Роль инфографики в дизайне печатных СМИ.
18. Изменение функции дизайна печатных СМИ.

19. Функции дизайна электронных СМИ.
20. Дизайн и бренд электронных СМИ.
21. Дизайн электронных СМИ как часть системы маркетинговых коммуникаций.
22. Маркетинг СМИ и место дизайна в нем.
23. Промоушн в электронных СМИ и его виды.
24. Правила размещения промо в эфире.
25. Облик электронного СМИ: основные компоненты и принципы.
26. Функции, задачи и принципы оформления интернет-сайтов.
27. Особенности интерактивного дизайна.
28. Правила интерактивного дизайна.
29. Шрифты и их роль в печатных, электронных и онлайновых СМИ.
30. Заголовок и заголовочный комплекс: его значение в дизайне печатных и онлайновых СМИ.
31. Макетирование и его принципы.
32. Цвета и колористика, роль цветов и цветовых сочетаний в разных СМИ.

Типовые задания для зачета (ПК-2)

1. Создание многослойных изображений для СМИ
2. Создание анимации простых форм
3. Цвет в анимации.
4. Анализ шрифтовых пар.
5. Тенденции современных шрифтов.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено»	ПК-2	Достаточно хорошо анализирует и использует необходимые методы исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением, опираясь на теоретические и практические знания в области дизайна СМИ
«не зачтено»	ПК-2	Не анализирует и не использует необходимые методы исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением, опираясь на теоретические и практические знания в области дизайна СМИ

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;

- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.

- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентаци, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);

- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);

- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);

- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;

- полнота и глубина ответа;

- сознательность ответа;

- логика изложения материала;

- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;

- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;

- использование дополнительного материала;

- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы. соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;

- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;

- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Шлыкова О.В. Культура мультимедиа : учебное пособие для вузов. - Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2004. - 414, [1] с.

2. Петухова А. В., Болбат О. Б., Андрюшина Т. В. Теория и практика разработки мультимедиаресурсов по графическим дисциплинам : монография. - Новосибирск: Сибирский государственный университет путей сообщения, 2018. - 78 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564231

6.2 Дополнительная литература:

1. Капранова, М. Н. Macromedia Flash MX. Компьютерная графика и анимация. - 2021-05-25; Macromedia Flash MX. Компьютерная графика и анимация. - Москва: СОЛОН-ПРЕСС, 2017. - 96 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/90293.html

2. Нужнов, Е. В. Мультимедиа технологии. Основы мультимедиа технологий : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Мультимедиа технологии. Основы мультимедиа технологий. - Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2017. - 198 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/87445.html

3. Литвина Т. В. Дизайн новых медиа : Учебник для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 181 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/454518

4. Куркова Н. С. Анимационное кино и видео: азбука анимации : Учебное пособие для вузов. - 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 234 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/456992

5. Трошина, Г. В. Трехмерное моделирование и анимация : учебное пособие. - 2025-02-05; Трехмерное моделирование и анимация. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2010. - 99 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/45048.html

6. Торопова, О. А., Кумова, С. В. Анимация и веб-дизайн : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Анимация и веб-дизайн. - Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2015. - 490 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/76476.html

6.3 Иные источники:

1. Словари и энциклопедии онлайн - http://dic.academic.ru/

2. Портал "Гуманитарное образование" - http://www.humanities.edu.ru/

3. Федеральный портал «Российское образование» - http://www.edu.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Операционная система "Альт Образование"

Adobe Photoshop CS3

1С:Предприятие 8.2

Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ"

CorelDRAW Graphics Suite X3

ArchiCad 13, 21

AutoCad 2013, 2018

AutoDesk 3ds Max Design 2009, 2012, 2016, 2018

Adobe Illustrator CS3

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. – URL: http://www.iprbookshop.ru

2. Scopus: база данных . – URL: https://www.scopus.com

3. Springer Open (ресурсы Springer открытого доступа): база данных. – URL: https://www.springeropen.com

4. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных . – URL: https://apps.webofknowledge.com

5. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина: официальный сайт. – URL: http://www.tambovlib.ru

6. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: https://biblioclub.ru

7. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов». – URL: http://school-collection.edu.ru

8. Электронная библиотека ТГУ. – URL: https://elibrary.tsutmb.ru/

9. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: https://www.tsutmb.ru/biblio/elektronnyij-katalog/

10. Юрайт: образовательная платформа, электронно-библиотечная система. – URL: https://urait.ru

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.