

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Экономический факультет
Кафедра дизайна и art-менеджмента



УТВЕРЖДАЮ

проректор

П.А. Машаров

«29» марта 2024 г.

МП

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«РЕКЛАМА И ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

Углубленная группа направлений подготовки	54.00.00 Изобразительное и прикладные виды искусств
Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	54.04.01 Дизайн
Магистерская программа	Коммуникационный дизайн
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная


Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа дисциплины **«Реклама и визуальные коммуникации»** для обучающихся по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн, магистерской программы «Коммуникационный дизайн», составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13 августа 2020 г. № 1004, Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

доцент кафедры дизайна и art-менеджмента,
канд. пед. наук, доцент

 Ю. Ю. Трошкина

старший преподаватель кафедры дизайна и
art-менеджмента

 Л. В. Данильян

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры дизайна
Протокол от 26.03.2024 г. № 76

Заведующий кафедрой

 А. В. Трошкин

СОГЛАСОВАНО:

Декан экономического факультета
28.03.2024 г.

 Ю. Н. Полшков

Учебно-методическая комиссия экономического факультета
Протокол от 27.03.2024 г. № 7
Председатель

 Е. Н. Стрелина

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы,
канд. пед. наук, доцент
26.03.2024 г.

 А. В. Трошкин

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы магистратуры: «Теория рисунка и живописи», «Академический рисунок», «Академическая живопись», «Методологические основы проектной деятельности», «Информационные технологии в дизайне», «Дизайн выставочных пространств», «Дизайн-проектирование систем визуальных коммуникаций», «История и современные тенденции дизайна».

Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

дисциплины программы магистратуры: производственная практика: технологическая практика, производственная практика: преддипломная практика, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	54.04.01 Дизайн (Профиль: Коммуникационный дизайн)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ДВ.2.1 «Реклама и визуальные коммуникации»
Часть образовательной программы	Вариативная часть (дисциплины по выбору)
Количество зачетных единиц / всего часов	2 / 72

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	3	0	26	0	46	72	зачёт

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

формирование на основе теоретической и практической подготовки у обучающихся системы профессиональных теоретических знаний и практических навыков в рекламной деятельности, сфере визуальных коммуникаций, понимание сущности и задачи мировой и отечественной рекламы; освоение информационных технологий в рекламном процессе, визуализации информации, развитие творческого воображения, художественного вкуса, эмоционально-эстетического отношения к действительности, подготовка к самостоятельной деятельности в области современной рекламы.

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

4.1. Компетенции

ПК-2. Способен формировать художественную концепцию и выполнять художественно-техническую разработку дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации.

4.2. Индикаторы компетенций

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-2. Способен формировать художественную концепцию и выполнять художественно-техническую разработку дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-2.1. Разрабатывает и воплощает авторские дизайн-концепции в сфере рекламы и визуальных коммуникаций	ПК-2.1.1. <i>Знает</i> теоретические основы проектирования носителей визуальной информации, из разновидности и назначение, принципы визуального восприятия информации и коммуникации ПК-2.1.2. <i>Умеет</i> применить теоретические знания в области визуальных коммуникаций при проектировании носителей рекламы, знаковых коммуникационных систем

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Темы	Краткое содержание темы
Содержательный модуль 1 Современная реклама. Особенности рекламного процесса	
Тема 1. Основные составляющие и особенности рекламного процесса	1. История развития рекламы. 2. Современное предназначение рекламы, ее роль и проблемы в современном бизнесе. 3. Функции рекламы, классификация видов, реклама как процесс коммуникации. 4. Принципы и приемы работы дизайнера. 5. Создание фирменного знака, эмблемы.
Тема 2. Полиграфическая реклама как продукт высоких технологий	1. Общие сведения о печатной рекламе. 2. Основные виды рекламной полиграфии. 3. Рекламный плакат, его виды, задачи, предназначение, основные принципы дизайна. 4. Разработка рекламно-информационного плаката, листовки, буклета.
Содержательный модуль 2. Рекламно-информационное обеспечение	
Тема 3. Внутренняя реклама	1. Рекламно-информационные технологии. 2. Особенности внутреннего дизайна рекламы. 3. Создание фирменного стиля, как особого вида маркетинговых коммуникаций. 4. Разработка элементов фирменного стиля.

Тема 4. Внешняя реклама	1. Виды внешней рекламы, принципы, приемы и правила дизайна в разработке. 2. Вывески, общие сведения, типы, способы изготовления и композиционные приемы разработки. 3. Разработка вывески, как элемента живописно-графической рекламы.
----------------------------	---

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 3

Наименования модулей и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Содержательный модуль 1					
Современная реклама. Особенности рекламного процесса					
Тема 1. Основные составляющие и особенности рекламного процесса	0	6	0	10	16
Тема 2. Полиграфическая реклама как продукт высоких технологий	0	8	0	12	20
Итого по содержательному модулю 1	0	14	0	22	36
Содержательный модуль 2. Рекламно-информационное обеспечение					
Тема 3. Внутренняя реклама	0	6	0	12	18
Тема 4. Внешняя реклама	0	6	0	12	18
Итого по содержательному модулю 2	0	12	0	24	36
Всего по компоненту ОПОП	0	26	0	46	72

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Содержательный модуль 1

Современная реклама. Особенности рекламного процесса.

1. Дать определение рекламы, ее роль в современном обществе.
2. Основные цели, задачи и функции рекламы.
3. Исторические предпосылки возникновения рекламы.
4. Элементы модели массовой коммуникации.
5. Роль маркетинговых коммуникаций в продвижении товара.
6. Виды рекламных агентств и предоставляемые ими услуги.
7. Основные составляющие и особенности рекламного процесса.
8. Классификация видов и способов рекламы.
9. Психологические и художественные аспекты рекламной деятельности.
10. Способы рекламного информирования.
11. Особенности рекламного дизайна.
12. Принципы и приёмы работы дизайнера в рекламе.
13. Выбор рекламного текста в решении проектных рекламных задач.
14. Зрительные и цветовые ассоциации в рекламе.
15. Предназначение печатной рекламы.
16. Основные виды рекламной полиграфии.
17. Полиграфическая рекламная продукция малых форм.
18. Требования, предъявляемые к рекламному тексту и графическим изображениям.
19. Рекламный плакат, его задачи, разновидности, предназначения.

20. Процесс разработки, средства дизайна рекламных плакатов.
21. Факторы, влияющие на выбор шрифтов, их классификации, принцип подбора шрифтов в рекламе.
22. Факторы, влияющие на эффективность деятельности рекламных объявлений.
23. Система условных графических изображений, знаков, символов для передачи информации.

Содержательный модуль 2

Рекламно-информационное обеспечение.

24. Особенности рекламного дизайна в формировании внутренней среды.
25. Критерии выбора соответствующих дизайн-объекту рекламных средств.
26. Технология использования компьютерных программ.
27. Приёмы работы дизайнера с рекламными текстами, шрифтами.
28. Основные компоненты фирменного стиля.
29. Роль торгового знака в рекламе фирмы.
30. Композиция фирменного знака. Виды товарных знаков.
31. Основные факторы визуальной ориентации населения в местах торговли.
32. Роль коммуникационной рекламы в формировании рекламно-информационного обеспечения.
33. Рекламный образ и его формирование
34. Значение цвета в рекламе
35. Основные типы и задачи внешней рекламы.
36. Факторы определения и формирования рекламной идеи.
37. Совокупность графических символов, способов визуализации информации предприятий, фирм, с целью создания их узнаваемого зрительного образа.
38. Основное предназначение вывески, требования и содержание.
39. Композиционные приёмы разработки индивидуального художественного образа живописно-графической рекламы.
40. Виды изобразительной рекламы.
41. Виды наружной рекламы.
42. Дизайн наружной рекламы.

7.2. Темы докладов (рефератов)

Не предусмотрено рабочей программой

7.3. Темы письменных работ (типы задач)

Модульная контрольная работа

Вариант № n

Теоретическое задание.

1. Основное предназначение вывески, требования и содержание.
2. Композиционные приёмы разработки индивидуального художественного образа живописно-графической рекламы.

Практическое задание.

Выполнение инфографической работы «Приемы создания рекламного образа».

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды заданий, составляет 20 баллов.

1. Теоретическое задание (2 теоретических вопроса) в случае полного правильного ответа на один вопрос – 2 балла; в случае определенных неточностей или неполного ответа – 1 балл; ответа нет – 0 баллов. Максимально за 2 теоретических вопроса – 4 балла.

2. Выполнение инфографической работы максимально оценивается в 16 баллов.

10-16 баллов – соответствие содержания инфографической работы теме; правильная структурированность представленного материала; наличие логической связи изложенной информации; аккуратность выполнения работы;

5-9 баллов – содержание инфографической работы в целом соответствует теме; логическая связь изложенной информации недостаточно выражена графически; работа выполнена не совсем аккуратно;

до 5 балла – работа выполнена не в полном объеме, информация не структурирована; работа выполнена не аккуратно.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий.

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная работа	10
	Индивидуальное задание	25
	Модульная контрольная работа	20
	Итого	60
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная работа	10
	Индивидуальное задание	25
	Итого	40
Общий итог		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 7-м и 5-м корпусах ДонГУ (г. Донецк, ул. Челюскинцев, 186; 1896). Для проведения лабораторных занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя, выход в Интернет – проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методическом кабинете 7-го корпуса (ауд. 103).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

Дистанционный курс «Реклама и визуальные коммуникации» для студентов направления подготовки 54.04.01 Дизайн, профиля «Коммуникационный дизайн» факультета ФГБОУ ВО «ДонГУ»: *облако сервиса mail.ru Данильян Л.В.* Папка «Реклама и визуальные коммуникации» <https://cloud.mail.ru/public/xwe3/2WzjmFcMm>

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Реклама и визуальные коммуникации: учебное пособие для магистратуры направления подготовки 54.04.01 Дизайн / сост.: Ю. Ю. Трошкина, Э.Д.Радионова, Л.В.Данильян. – Донецк: ДонГУ, 2019. – 130 с.

2. Трошкина Ю. Ю. Реклама и визуальные коммуникации: учебно-методическое пособие для магистратуры направления подготовки 54.04.01 Дизайн / Ю. Ю. Трошкина, Э. Д. Радионова. – Донецк: ДонГУ, 2019., 2019. – 125 с.

3. Антипов, К.В. Основы рекламы / К.В. Антипов. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031> (дата обращения: 26.11.2018). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02394-1. – Текст : электронный. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> (дата обращения: 26.01.2019). – ISBN 978-5-8154-0357-4. – Текст : электронный. Дизайн-проектирование: учебное пособие для магистратуры направления подготовки 54.04.01 Дизайн / сост.: Ю. Ю. Трошкина, А. Г. Троянов, Г.А.Троянов. – Донецк: ДонГУ, 2019., 2019. – 150 с.

4. Трошкина Ю. Ю. Дизайн-проектирование: учебно-методическое пособие для магистратуры направления подготовки 54.04.01 Дизайн / Ю.Ю.Трошкина и др. – Донецк: ДонГУ, 2019., 2019. – 180 с.

5. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование / Г. С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. – 150 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> (дата обращения: 26.01.2019). – ISBN 978-5-8154-0357-4. – Текст : электронный.

11.2. Дополнительная литература

1. Гринько, В. В. Художественно-техническое редактирование: практикум / В. В. Гринько, Ю. Ю. Трошкина; ГОУ ВПО "Донецкий национальный университет", Экономический факультет, Кафедра дизайна и art-менеджмента. – Донецк: ДонГУ, 2021. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 07.03.2023). – Режим доступа: ЭБС ГОУ ВПО «ДОННУ», для авториз. пользователей. – Текст: электронный.

2. Гурова, Н. А. Информационные технологии в дизайне: учебно-методическое пособие / Н. А. Гурова, А. В. Трошкин; ГОУ ВПО "Донецкий национальный университет", Экономический факультет, Кафедра дизайна и art-менеджмента. – Донецк: ДонГУ, 2020. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 07.03.2023). – Режим доступа: ЭБС ГОУ ВПО «ДОННУ», для авториз. пользователей. – Текст: электронный.

3. Инновационные материалы и технологии в дизайне [Электронный ресурс]: учебное пособие / составители: А. В. Трошкин, Ю. Ф. Петрушкин, А. О. Радионов; ГОУ ВПО "Донецкий национальный университет", Экономический факультет, Кафедра дизайна и art-менеджмента. – Донецк: ДонНУ, 2019. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 07.03.2023). – Режим доступа: ЭБС ГОУ ВПО «ДОННУ», для авториз. пользователей. – Текст: электронный.

4. Методологические основы проектной деятельности: учебное пособие для магистратуры направления подготовки 54.04.01 Дизайн / составители: А. В. Трошкин, Ю. Ю. Трошкина, Н. Г. Щербак; ГОУ ВПО "Донецкий национальный университет", Экономический факультет, Кафедра дизайна и art-менеджмента. – Донецк: ДонНУ, 2020. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 07.03.2023). – Режим доступа: ЭБС ГОУ ВПО «ДОННУ», для авториз. пользователей. – Текст: электронный.

5. Елисеев, Н. А. Графический дизайн. Практикум: учебное пособие / Н. А. Елисеев, Н. Н. Елисеева. — Санкт-Петербург: ПГУПС, 2016. — 48 с. — ISBN 978-5-7641-0882-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/91115> (дата обращения: 07.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Епифанова, А. Г. Конструирование в графическом дизайне: учебное пособие / А. Г. Епифанова. — Челябинск: ЮУТУ, 2021. — 190 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/262181> (дата обращения: 07.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7. Корякина, Г. М. Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль учебное наглядное пособие для практических занятий: учебное пособие / Г. М. Корякина, С. А. Бондарчук. — Липецк: Липецкий ГПУ, 2018. — 91 с. — ISBN 978-5-88526-976-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/115020> (дата обращения: 07.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8. Вартанова, Л. К. Методы развития творческой концепции в процессе создания проекта в графическом дизайне / Л. К. Вартанова. — Текст: электронный // Modern Science. – 2019. – № 8-1. – С. 12–16. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=39206395> (дата обращения: 07.03.2023). — Режим доступа: НЭБ eLibrary.ru, для авториз. пользователей.

9. Саблина Н. А. Графический дизайн как средство развития коммуникативных способностей студентов ВУЗа / Н. А. Саблина, И. И. Зайцева, Е. И. Чернышева. — Текст: электронный // Преподаватель XXI век. – 2019. – № 2-1. – С. 229–233. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38512607> (дата обращения: 07.03.2023). — Режим доступа: НЭБ eLibrary.ru, для авториз. пользователей.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. ЭБС Юрайт: электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. Электронно-библиотечная система ДонГУ: сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. Электронный каталог Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. Электронный архив ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

9. Официальный сайт Союза дизайнеров России <http://www.design-union.ru>

10. Блог о будущем дизайна, инновациях в технологиях, материалах и проектной деятельности, медиаресурсы о дизайне <https://www.designboom.com/>

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).