

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ульяновский государственный университет»**

**Факультет культуры и искусства
Кафедра дизайна и искусства интерьера**

А. В. Желонин

**Методические рекомендации по дисциплине
«Рекламно-информационное обеспечение проектирования»
по направлению 54.03.01 «Дизайн»
профиль «Дизайн костюма»**

Ульяновск, 2019

Рекомендованы к введению в образовательный процесс Ученым советом Факультета культуры и искусства УлГУ (протокол № 13/205 от 20.06.2019 г.)

Методические рекомендации по дисциплине «Рекламно-информационное обеспечение проектирования» / составитель А. В. Желонин. - Ульяновск: УлГУ, 2019.

Методические рекомендации по организации практических занятий и самостоятельной работы обучающихся в процессе изучения дисциплины «Рекламно-информационное обеспечение проектирования». Предназначено для обучающихся по направлению 54.03.01. «Дизайн», профиль «Дизайн костюма»

© Ульяновский государственный университет, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1.	СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2.	ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ	7
3.	ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ	12
4.	ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ)	14
5.	ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ	14
6.	СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ	17

1. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Рекламно-информационные технологии

Тема 1. Характеристика информационных технологий в рекламе

Общие сведения об информационных технологиях в рекламе. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности. Программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в рекламных исследованиях. Новые подходы к подготовке содержания и формы подачи рекламной продукции с использованием современных компьютерных технологий. Современные графические пакеты, использование возможностей компьютерных технологий.

Тема 2. Исследование рекламной аудитории

Методы сбора информации о потенциальной рекламной аудитории. Способы проведения исследований. Последовательность решения различных задач исследования: цель исследования потенциальной рекламной аудитории; постановка задачи исследования; используемые методы, их возможности и ограничения; получение результатов и их интерпретация. Практическое использование результатов исследования в рекламной деятельности.

Тема 3. Эффективность рекламы

Способы оценки эффективности рекламного воздействия. Возможности повышения эффективности воздействия на основе современных информационных технологий. Анализ эффективности рекламной деятельности: экспертная оценка с компьютерной обработкой результатов. Оценка согласованности мнения экспертов.

Тема 4. Развитие информационных технологий в рекламе

Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности: правовые аспекты; технические и технологические аспекты; новые организационные формы.

Тема 5. Локальные сети и intranet

Локальные компьютерные сети и сети intranet как основа внутрикорпоративной рекламной деятельности, распространение внутренней рекламы в рамках внутрифирменного маркетинга. Роль локальных сетей в организации совместной работы по подготовке внешних рекламных акций.

Тема 6. Глобальные сети

Основные принципы функционирования глобальных компьютерных сетей. Потенциальные возможности глобальных сетей при решении задач рекламы. Использованию в рекламной практике сетевых технологий (Telnet, FTP, Usenet, WWW).

Тема 7. Рекламные возможности сети Интернет

Особенности рекламной коммуникации в Интернет, адресация электронной почты, технология www – гипертекстовое представление информации, адреса URL, браузеры для просмотра web – сайтов. Основные направления обеспечения информационной безопасности: правовая защита, организационная защита, инженерно-техническая защита (аппаратные, программные, криптографические средства).

Тема 8. Реклама в сообщениях e-mail и телеконференциях

Реклама с помощью почтовой (e-mail) рассылки. Списки рассылки: покупка, аренда, формирование собственного списка лояльных потребителей, преимущества и недостатки каждого подхода. Предотвращение опасности нарушения сетевых норм поведения при проведении рекламы по e-mail: спама (spam) и флейминга (flamming). Реклама в группах новостей и телеконференциях: особенности ведения диалога, правила поведения (netiquette), особенности участия в модерлируемых телеконференциях. Организация телеконференции и ее использование в рекламных целях.

Тема 9. Web-сайт как объект и субъект рекламы

Рекламная поддержка при создании и продвижении web-сайта компании. Использование обычных методов рекламы (off line) и методов рекламы в сети Интернет (on line). Ориентация средств рекламы на этапы жизненного цикла сайта. Web-сайт как «электронная витрина» компании. Реализация возможности имиджевой рекламы компании, поддерживающей рекламу товаров, рекламы при выведении на рынок новых товаров и т.п. Использование возможностей web-сайта для проведения пробных рекламных кампаний, изучения (тестирования) аудитории посетителей сайта.

Тема 10. Реклама в электронной коммерции

Электронные магазины – разработка рекламных концепций при их организации, реклама в сети в процессе их развития и функционирования. Продвижение при помощи регистрации в поисковых системах. Исследование различных видов рекламного воздействия на посетителей электронных магазинов и на принятие ими решения о покупке.

Тема 11. Баннерная реклама в сети Интернет

Понятие рекламного баннера. Виды баннеров, выполняемые ими функции. Стандарты на рекламные баннеры в сети, организации, занимающиеся подготовкой и внедрением баннерных стандартов. Современные формы баннерной рекламы: использование технологии GIF-анимации, аудио и видеосредств.

Тема 12. Сетевые рекламные агентства

Стратегия размещения рекламных баннеров. Использование для показа баннеров

web-сайтов и электронных торговых площадок. Показ баннеров на поисковых серверах. Стоимость показа баннеров в сети. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги. Сети баннерного обмена (banner exchange services).

Тема 13. Реферат

Написание реферата по предлагаемой студентам тематике.

Раздел 2. Растровая графика

Тема 14. Обработка изображений

Сохранение изображений. Изменение формы и размера, кадрирование, деформация, яркость и контраст.

Тема 15. Работа с цветом

Коррекция цвета. Цветовые модели. Палитры. Цвет. Цветовой тон, насыщенность и осветление. Увеличение резкости изображения, размытие.

Тема 16. Ретушь фотографий

Улучшение качества изображения. Воссоздание удаленных или поврежденных фрагментов изображения.

Тема 17. Средства для работы с текстом

Инструмент «текст», свойства текста, изменение текста. Эффекты текста (создание тени, прозрачности, светящегося текста).

Тема 18. Фильтры программы Photoshop

Выбор и применение фильтров в программе Photoshop. Использование фильтров текстурных, художественных, размытия. Применение фильтров к изображению.

Раздел 3. Растровая и векторная графика

Тема 19. Импорт, экспорт файлов

Импорт экспорт файлов с заданными параметрами. Импорт и экспорт из Adobe Photoshop. Импорт и экспорт из CorelDRAW. Импорт и экспорт текста из других программ.

Тема 20. Работа с текстом

Шрифты. Группа шрифтов разных видов и кеглей, начертание. Виды шрифтов. Начертание шрифтов. Изменение свойств шрифтов.

Тема 21. Эффекты текста

Эффекты в работе со шрифтами в Corel DRAW. Применение эффектов к шрифтам. Работа со шрифтом вдоль кривой. Трансформация шрифта.

Тема 22. Работа с кривыми

Работа с инструментами рисования и редактирования кривых линий. Масштабирование и трансформация. Заливка цвета.

Тема 23. Верстка в Corel DRAW.

Разработка визиток (с растровым изображением и без него) в Corel DRAW. Задание нужного размера файла. Импорт растрового изображения. Изменение размера и свойств. Работа со шрифтовой частью. Подбор шрифта. Создание композиции. Сохранение файла с заданными параметрами.

2. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Рекламно-информационные технологии

Тема 1. Характеристика информационных технологий в рекламе

Форма проведения-практическое занятие

Вопросы к теме:

1. Общие сведения об информационных технологиях в рекламе.
2. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности.
3. Программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в рекламных исследованиях.
4. Новые подходы к подготовке содержания и формы подачи рекламной продукции с использованием современных компьютерных технологий.
5. Современные графические пакеты, использование возможностей компьютерных технологий.

Тема 2. Исследование рекламной аудитории

Форма проведения-практическое занятие

Вопросы к теме:

1. Методы сбора информации о потенциальной рекламной аудитории.
2. Способы проведения исследований.
3. Последовательность решения различных задач исследования: цель исследования потенциальной рекламной аудитории; постановка задачи исследования; используемые методы, их возможности и ограничения; получение результатов и их интерпретация.
4. Практическое использование результатов исследования в рекламной деятельности.

Тема 3. Эффективность рекламы

Форма проведения-практическое занятие

Вопросы к теме:

1. Способы оценки эффективности рекламного воздействия.
2. Возможности повышения эффективности воздействия на основе современных информационных технологий.
3. Анализ эффективности рекламной деятельности: экспертная оценка с компьютерной обработкой результатов.
4. Оценка согласованности мнения экспертов.

Тема 4. Развитие информационных технологий в рекламе**Форма проведения-практическое занятие****Вопросы к теме:**

1. Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности: правовые аспекты; технические и технологические аспекты; новые организационные формы.

Тема 5. Локальные сети и intranet**Форма проведения-практическое занятие****Вопросы к теме:**

1. Локальные компьютерные сети и сети intranet как основа внутрикорпоративной рекламной деятельности, распространение внутренней рекламы в рамках внутрифирменного маркетинга.
2. Роль локальных сетей в организации совместной работы по подготовке внешних рекламных акций.

Тема 6. Глобальные сети**Форма проведения-практическое занятие****Вопросы к теме:**

1. Основные принципы функционирования глобальных компьютерных сетей.
2. Потенциальные возможности глобальных сетей при решении задач рекламы.
3. Использованию в рекламной практике сетевых технологий (Telnet, FTP, Usenet, WWW).

Тема 7. Рекламные возможности сети Интернет**Форма проведения-практическое занятие****Вопросы к теме:**

1. Особенности рекламной коммуникации в Интернет, адресация электронной почты, технология www – гипертекстовое представление информации, адреса URL, браузеры для просмотра web – сайтов.
2. Основные направления обеспечения информационной безопасности: правовая

защита, организационная защита, инженерно-техническая защита (аппаратные, программные, криптографические средства).

Тема 8. Реклама в сообщениях e-mail и телеконференциях

Форма проведения-практическое занятие

Вопросы к теме:

1. Реклама с помощью почтовой (e-mail) рассылки.
2. Списки рассылки: покупка, аренда, формирование собственного списка лояльных потребителей, преимущества и недостатки каждого подхода.
3. Предотвращение опасности нарушения сетевых норм поведения при проведении рекламы по e-mail: спама (spam) и флейминга (flamming).
4. Реклама в группах новостей и телеконференциях: особенности ведения диалога, правила поведения (netiquette), особенности участия в модерлируемых телеконференциях.
5. Организация телеконференции и ее использование в рекламных целях.

Тема 9. Web-сайт как объект и субъект рекламы

Форма проведения-практическое занятие

Вопросы к теме:

1. Рекламная поддержка при создании и продвижении web-сайта компании.
2. Использование обычных методов рекламы (off line) и методов рекламы в сети Интернет (on line).
3. Ориентация средств рекламы на этапы жизненного цикла сайта.
4. Web-сайт как «электронная витрина» компании.
5. Реализация возможности имиджевой рекламы компании, поддерживающей рекламу товаров, рекламы при выведении на рынок новых товаров и т.п.
6. Использование возможностей web-сайта для проведения пробных рекламных кампаний, изучения (тестирования) аудитории посетителей сайта.

Тема 10. Реклама в электронной коммерции

Форма проведения-практическое занятие

Вопросы к теме:

1. Электронные магазины – разработка рекламных концепций при их организации, реклама в сети в процессе их развития и функционирования.
2. Продвижение при помощи регистрации в поисковых системах.
3. Исследование различных видов рекламного воздействия на посетителей электронных магазинов и на принятие ими решения о покупке.

Тема 11. Баннерная реклама в сети Интернет

Форма проведения-практическое занятие

Вопросы к теме:

1. Понятие рекламного баннера.
2. Виды баннеров, выполняемые ими функции.
3. Стандарты на рекламные баннеры в сети, организации, занимающиеся подготовкой и внедрением баннерных стандартов.
4. Современные формы баннерной рекламы: использование технологии GIF-анимации, аудио и видеосредств.

Тема 12. Сетевые рекламные агентства

Форма проведения-практическое занятие

Вопросы к теме:

1. Стратегия размещения рекламных баннеров.
2. Использование для показа баннеров web-сайтов и электронных торговых площадок.
3. Показ баннеров на поисковых серверах.
4. Стоимость показа баннеров в сети.
5. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги. Сети баннерного обмена (banner exchange services).

Раздел 2. Растровая графика

Тема 14. Улучшение качества изображений

(Форма проведения - практические занятия)

Сохранение изображений. Изменение формы и размера, кадрирование, деформация, яркость и контраст.

Вопросы к теме:

1. Типы файлов
2. Инструменты изменения размера и пропорций.
3. Изменение яркости и контраста изображения.

Тема 15. Работа с цветом.

(Форма проведения - практические занятия)

Коррекция цвета.

Вопросы к теме:

1. Цвет. Цветовой тон, насыщенность и осветление. Цветовые модели. Палитры.
2. Увеличение резкости изображения, размытие.
3. Применение фильтров.

Тема 16. Ретушь фотографий.

(Форма проведения - практические занятия)

Улучшение качества изображения. Воссоздание удаленных или поврежденных фрагментов изображения.

Вопросы к теме:

1. Удаление нежелательных фрагментов изображения.
2. Клонирование из одного изображения в другое.
3. Инструменты клонирования и реставрации изображения.

Тема 17. Средства для работы с текстом

(Форма проведения - практические занятия)

Инструмент «текст», свойства текста, изменение текста.

Вопросы к теме:

1. Вставка текста. Изменение текста.
2. Эффекты текста (создание тени, прозрачности, светящегося текста).

Тема 18. Фильтры программы Photoshop.

(Форма проведения - практические занятия)

Выбор и применение фильтров в программе Photoshop.

Вопросы к теме:

1. Какие фильтры бывают в Photoshop.
2. Использование фильтров текстурных, художественных, размытия.
3. Применение фильтров к изображению.

Раздел 3. Растровая и векторная графика.

Тема 19. Импорт, экспорт файлов.

(Форма проведения - практические занятия)

Импорт экспорт файлов с заданными параметрами.

Вопросы к теме:

1. Импорт и экспорт из Adobe Photoshop.
2. Импорт и экспорт из Corel DRAW.
3. Импорт и экспорт текста из других программ.

Тема 20. Работа с текстом.

(Форма проведения - практические занятия)

Шрифты. Группа шрифтов разных видов и [кеглей](#), начертание.

Вопросы к теме:

1. Виды шрифтов.
2. Начертание шрифтов.
3. Изменение свойств шрифтов.

Тема 21. Эффекты текста.

(Форма проведения - практические занятия)

Эффекты в работе со шрифтами в Corel DRAW.

Вопросы к теме:

1. Применение эффектов к шрифтам.
2. Работа со шрифтом вдоль кривой.
3. Трансформация шрифта.

Тема 22. Работа с кривыми.

(Форма проведения - практические занятия)

Построение пиктографического знака и стилизованного изображения.

Вопросы к теме:

1. Работа с инструментами рисования и редактирования кривых линий.
2. Масштабирование и трансформация.
3. Заливка цвета.

Тема 23. Верстка в Corel DRAW.

(Форма проведения - практические занятия)

Разработка визиток (с растровым изображением и без него) в Corel DRAW.

Вопросы к теме:

1. Задание нужного размера файла.
2. Импорт растрового изображения. Изменение размера и свойств.
3. Работа со шрифтовой частью. Подбор шрифта.
4. Создание композиции.
5. Сохранение файла с заданными параметрами.

3. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Темы рефератов (текущий контроль)

1. Современные информационные технологии в рекламе.
2. Исследование рекламной аудитории: способы проведения и методы обработки результатов.
3. Возможности современных компьютерных технологий по повышению эффективности рекламы. Оценка эффективности.
4. Использование в рекламной практике технологий глобальных компьютерных сетей.
5. Рекламные возможности сети Интернет.

6. Реклама по e-mail и в телеконференциях: основные возможности.
7. Рекламная поддержка при создании и продвижении web-сайта компании.
8. Использование возможностей web-сайта для ведения рекламной деятельности.
9. Реклама в электронной коммерции.
10. Баннерная реклама в сети Интернет.
11. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги.
12. Сети баннерного обмена (banner exchange services).

Цель написания реферата: раскрыть сущность и особенности изучаемого теоретического вопроса либо темы.

Задачи: изучить особенности рекламно-информационного проектирования, раскрыть теоретические аспекты рекламно-информационного проектирования, проанализировать деятельность дизайнера в рамках рекламно-информационного проектирования, исследовать существующие методы рекламно-информационного проектирования.

Содержание: изложить в реферате научные вопросы, путем теоретического изложения информации или посредством проведения практических исследований и глубокого анализа.

Требования к реферату и критерии оценок:

Работа должна отвечать следующим требованиям:

- раскрытие темы реферата;
- последовательность содержания;
- владение знаниями теоретического содержания

высокий уровень - все требования выполнены, студент обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой, демонстрирующий систематический характер знаний по дисциплине, способный к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

достаточный уровень – в основном требования выполнены, но есть недочёты: неточность в раскрытии темы; несоответствие в каком-то одном пункте.

пороговый уровень – отдельные пункты требований не выполнены: студент обнаружил средний уровень знания учебного и нормативного материала, с трудом выполняет задания, предусмотренные программой.

критический уровень - большинство пунктов требований не выполнены или выполнены недостаточно убедительно: студент не обнаружил достаточный уровень знания учебного и нормативного материала, не выполняет задания, предусмотренные программой.

Выполнив задание на высоком, достаточном и пороговом уровне студент получает аттестацию при текущем контроле.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. Что понимается под информационным обеспечением рекламной деятельности, каким образом организуется и функционирует система получения необходимой рекламной информации?
2. Каким образом локальные вычислительные сети и сети internet используются для информационного обеспечения рекламной деятельности?
3. Каковы основы функционирования глобальной сети Интернет? Какие в этой сети имеются средства для работы с рекламной информацией?
4. Выбрав один из адресов какой-либо фирмы, обратитесь на ее сайт и изучите доступную информацию. Какие возможности рекламы в Интернет использует эта фирма?
5. Найдите на сайтах различных компаний примеры использования стандартов на баннеры
6. Как функционирует и как используется в рекламной деятельности электронная почта?
7. Составьте рекламное сообщение от имени фирмы. Используйте файл подписи и присоединенные файлы различных форматов.
8. Каким образом организуется рекламная деятельность на web-сайте фирмы.
9. Перечислите все основные возможности, приведите конкретные примеры.
10. Как организуется изучение посетителей в электронном магазине? Какие виды рекламы могут использоваться в электронном магазине?
11. Как работают сетевые рекламные агентства?

5. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа обучающихся (далее СРО) в ВУЗе является неотъемлемой частью образовательного процесса и рассматривается как организационная форма обучения или система педагогических условий, обеспечивающая управление учебной деятельностью обучающихся, а также деятельность обучающихся по освоению знаний, умений и навыков учебной и научной деятельности (с участием и без участия в этом процесс педагогических работников.

Целью самостоятельной работы обучающихся является систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся,

углубление и расширение теоретических знаний; формирование использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу; развитие познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности; приобретение навыков решения практических задач в сфере профессиональной деятельности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации; развития исследовательских умений.

Контроль самостоятельной работы обучающихся – это комплекс мероприятий, включающий анализ и оценку самостоятельной работы обучающихся в ходе освоения ими учебной дисциплины (модуля), прохождения практики. Контроль самостоятельной работы и оценка ее результатов организуется как единство двух форм: самоконтроль и самооценка обучающегося; контроль и оценка со стороны преподавателя. Контроль самостоятельной работы со стороны преподавателя может осуществляться как на аудиторных занятиях, так и в рамках индивидуальной работы с обучающимися в различных формах

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)
Раздел 1. Рекламно-информационные технологии	
1. Характеристика информационных технологий в рекламе.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
2. Исследование рекламной аудитории.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
3. Эффективность рекламы.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
4. Развитие информационных технологий в рекламе.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
5. Локальные сети и intranet.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
6. Глобальные сети.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
7. Рекламные возможности сети	проработка учебного материала, подготовка к сдаче

Интернет.	экзамена
8. Реклама в сообщениях email и телеконференциях.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
9. Web-сайт как объект и субъект рекламы.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
10. Реклама в электронной коммерции.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
11. Баннерная реклама в сети Интернет.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
12. Сетевые рекламные агентства.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
13. Реферат	Подготовка и написание реферата
Раздел 2. Растровая графика	
14. Обработка изображений.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
15. Работа с цветом.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
16. Ретушь фотографий.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
17. Средства для работы с текстом.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
18. Фильтры программы Photoshop.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
Раздел 3. Растровая и векторная графика	
19. Импорт, экспорт файлов.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
20. Эффекты.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
21. Работа с кривыми.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
22. Рисование в Corel DRAW.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена
23. Верстка в Corel DRAW.	проработка учебного материала, подготовка к сдаче экзамена

6. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

а) Список рекомендуемой литературы

основная

1. Катунин, Г. П. Основы мультимедийных технологий : учебное пособие / Г. П. Катунин. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 793 с. — ISBN 978-5-4497-0506-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93614.html>
2. Макарова, Т. В. Веб-дизайн [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. В. Макарова. — Электрон. текстовые данные. — Омск : Омский государственный технический университет, 2015. — 148 с. — 978-5-8149-2075-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58086.html>

дополнительная

1. Великанов, Е. Ю. Средства мультимедиа в материаловедении : учебное пособие / Е. Ю. Великанов, А. А. Гордеев, Н. М. Твердынин. — М. : Московский городской педагогический университет, 2012. — 36 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/26624.html>
2. Основы Web-технологий : учебное пособие / П. Б. Храмцов, С. А. Брик, А. М. Русак, А. И. Сурин. — Москва, Саратов : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Вузовское образование, 2017. — 375 с. — ISBN 978-5-4487-0068-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/67384.html>
3. Калиничева М.М., Техническая эстетика и дизайн : Словарь / Калиничева М.М., Решетова М.В. - М.: Академический Проект, 2020. - 356 с. (Summa) - ISBN 978-5-8291-2575-2 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829125752.html>

б) Программное обеспечение

Adobe Photoshop

Corel Draw

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. **IPRbooks** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система / группа компаний Ай Пи Эр Медиа . - Электрон. дан. - Саратов , [2019]. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

1.2. **ЮРАЙТ** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Электрон. дан. – Москва , [2019]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.

1.3. **Консультант студента** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система / ООО Политехресурс. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html>.

1.4. **Лань** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система / ООО ЭБС Лань. - Электрон. дан. – С.-Петербург, [2019]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>.

1.5. **Znanium.com** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система / ООО Знаниум. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://znanium.com>.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /Компания «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2019].

3. **База данных периодических изданий** [Электронный ресурс] : электронные журналы / ООО ИВИС. - Электрон. дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>.

4. **Национальная электронная библиотека** [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://нэб.рф>.

5. **Электронная библиотека диссертаций РГБ** [Электронный ресурс]: электронная библиотека / ФГБУ РГБ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dvs.rsl.ru>.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Информационная система Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Режим доступа: <http://window.edu.ru>

6.2. Федеральный портал Российское образование. Режим доступа: <http://www.edu.ru>

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ. Режим доступа : <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>

7.2. Образовательный портал УлГУ. Режим доступа : <http://edu.ulsu.ru>