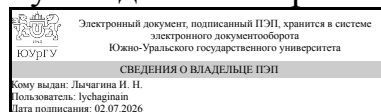


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



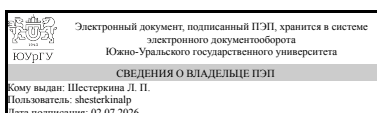
И. Н. Лычагина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.25 Технологии рекламы и связей с общественностью
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

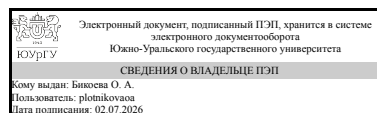
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.пед.н., доцент



О. А. Бикоева

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса - сформировать у студентов понимание технологии создания и производства рекламного продукта, а также навык учета специфики канала его распространения. Задачи: 1. Изучить специфику российского и зарубежного рынка рекламы, выявить его современные тенденции и специфику. 2. Освоить средства создания рекламного продукта. 3. Изучить основные творческие подходы к созданию рекламного продукта. 4. Определить особенности производства телевизионной, радио-, наружной и др. видов рекламы. 5. Овладеть технологиями производства рекламного продукта.

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью» предназначена для формирования у студентов представлений о стратегиях создания рекламного продукта и навыков разработки нового рекламного продукта и способах его технологического производства.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Знает: "Основные методы продвижения рекламного продукта (услуги), приемы создания рекламного образа, законы работы с рекламным текстом и изображением, методы работы с основными каналами продвижения рекламного продукта. Знает основные технологии создания печатной, теле- и радиорекламы, наружной рекламы и сувенирной продукции. " Умеет: Создавать креативный продукт, разрабатывать концепцию продвижения, применять основные технологические требования к носителям и каналам продвижения рекламного продукта. Имеет практический опыт: Создания печатной продукции, наружной рекламы и сувенирной продукции. Разработки макетов для дальнейшего технологического создания сувенирной продукции, календарной продукции, печатной продукции (листовка, флаер, буклет)

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.16 Цифровые технологии, ФД.01 Аудиовизуальные технологии в разработке медиапродукта, ФД.02 Продвижение медиапродукта в социальных сетях	1.О.28 Медиапланирование, ФД.03 Информационные технологии и интеллектуальные системы в гуманитарной сфере

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
ФД.01 Аудиовизуальные технологии в разработке медиапродукта	Знает: особенности функционирования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий Умеет: создавать рекламные и коммуникационные материалы с применением современных информационно-коммуникационных технологий Имеет практический опыт: использования современных цифровых устройств на всех этапах создания рекламного и коммуникационного материала и (или) продукта
ФД.02 Продвижение медиапродукта в социальных сетях	Знает: основные приемы работы с социальными сетями, технологии продвижения медиапродукта в социальных сетях Умеет: разрабатывать стратегию продвижения медиапродукта в социальных сетях, устанавливать ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях и разрабатывать схему их отслеживания Имеет практический опыт: проектирования и создания медиапродукта, анализа и мониторинга социальных сетей, использования информационно-коммуникационных технологий продвижения медиапродукта
1.О.16 Цифровые технологии	Знает: основные информационно-коммуникационные технологии, современные компьютерные технологии, аппаратное и программное обеспечение, понятие и основные свойства информации, методы поиска, получения, обработки, анализа и синтеза информации Умеет: выбирать и применять адекватные информационные технологии для решения практических задач профессиональной деятельности, выбирать методы, соответствующие целям и задачам исследования, использовать современные информационные технологии и технические средства, осуществлять поиск необходимой информации, анализировать полученную информацию и принимать решения на основе полученной информации; применять системный подход для решения поставленных задач профессиональной деятельности Имеет практический опыт: работы с компьютером как средством получения и обработки информации, использования современных информационно-коммуникационных технологий, работы с современными техническими средствами, поиска, обработки, анализа, синтеза информации при решении задач профессиональной деятельности; применения системного подхода

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 з.е., 324 ч., 48,75 ч.
контактной работы с применением дистанционных образовательных технологий

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		6	7
Общая трудоёмкость дисциплины	324	144	180
<i>Аудиторные занятия:</i>	28	12	16
Лекции (Л)	0	0	0
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	28	12	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	275,25	123,75	151,5
Доработка и наполнение макетов фирменной рекламной полиграфической продукции	151,5	0	151,5
Разработка творческой концепции: анализ аналогов, детальная разработка макетов, подготовка презентации и защиты проекта	123,75	123,75	0
Консультации и промежуточная аттестация	20,75	8,25	12,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Творческая технология создания продукта	12	0	12	0
2	Производственные технологии создания рекламного продукта	16	0	16	0

5.1. Лекции

Не предусмотрены

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Анализ и описание нового продукта.	2
2	1	Методы формирования креативной идеи в рекламе. Мозговой штурм.	2
3	1	Средства реализации творческой идеи в рекламе. Анализ потребительского рынка нового продукта.	2
4	1	Средства реализации творческой идеи в рекламе. Анализ конкурентного рынка нового продукта.	2
5	1	Проект создания и продвижения нового продукта: концепция, потребители,	2

		рыночная ниша	
6	1	Проект создания и продвижения нового продукта: выбор рекламной стратегии и инструментов продвижения. Описание стратегии	2
7	2	Проект создания и продвижения нового продукта: выбор рекламной стратегии и инструментов продвижения. Описание стратегии	2
8	2	Проект создания и продвижения нового продукта: разработка рекламных макетов продвижения (логотип, слоган, упаковка, этикетка)	2
9	2	Проект создания и продвижения нового продукта: разработка рекламных макетов продвижения (POS-материалы).	2
10	2	Проект создания и продвижения нового продукта: разработка рекламно-полиграфической продукции (буклет, листовка)	4
11	2	Проект создания и продвижения нового продукта: разработка рекламно-полиграфической продукции (визитная карточка), сценария видеоролика	4
12	2	Проект создания и продвижения нового продукта: наружная реклама. Описание технологии изготовления.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Доработка и наполнение макетов фирменной рекламной полиграфической продукции	Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 459 с. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 502 с.	7	151,5
Разработка творческой концепции: анализ аналогов, детальная разработка макетов, подготовка презентации и защиты проекта	Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 459 с. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 502 с.	6	123,75

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	6	Текущий контроль	Творческий практикум	1	2	Задание направлено на творческий подход, на развитие навыков генерирования идей в нейминговых технологиях. Необходимо предложить варианты нейминга с учетом "эпохи" существования магазинов и товаров. Максимальный балл 2. 2 балла - предложены нестандартные коммерческие номинации, обоснован выбор нейминговой технологии, информационная и эмоциональная функция. 1 балл - коммерческие номинации неоригинальны, не обоснован выбор нейминговой технологии, информационная и эмоциональная функция. 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)	зачет
2	6	Текущий контроль	Творческий практикум	1	2	Творческий практикум направлен на разработку нейминговых рекламных технологий, ориентированных на гендерную специфику целевой аудитории. Необходимо провести анализ представленных коммерческих номинаций и вывести ключевые признаки гендерной принадлежности. Максимальный балл 2. 2 балла - задание выполнено полностью, все коммерческие номинации соотнесены по ведущим гендерным параметрам и критериям, обоснованы их "сигналы" целевой аудитории; 1 балл - задание выполнено частично, некоторые коммерческие номинации соотнесены по гендерным параметрам и критериям, но не обоснованы их "сигналы" целевой аудитории; 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)	зачет
3	6	Текущий контроль	Проектно-аналитический практикум	1	2	Работа заключается в проектно-аналитической разработке концепции нейминга в разных отраслях бизнеса. При выполнении задания необходимо разработать концепции коммерческих номинаций для зоо-бизнеса, для ресторанного бизнеса и т.д.	зачет

						Максимальный балл 2. 2 балла - задание выполнено полностью, предложены оригинальные нейминговые концепции для зоо-бизнеса, для ресторанного бизнеса ; 1 балл - задание выполнено частично, некоторые коммерческие номинации не соответствуют концепции для зоо-бизнеса и для ресторанного бизнеса ; 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)	
4	6	Текущий контроль	Аналитический консалтинг	1	2	4. Аналитический консалтинг предусматривает анализ предложенных примеров удачного и неудачного нейминга, разработку дальнейших рекомендаций для ренейминговых процедур. Максимальный балл 2. 2 балла - задание выполнено полностью, предложены оригинальные примеры удачного и неудачного нейминга, даны рекомендации для разработки дальнейших ренейминговых процедур; 1 балл - задание выполнено частично, предложены не самые явные примеры удачного и неудачного нейминга, даны условные рекомендации для разработки дальнейших ренейминговых процедур; 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)	зачет
5	6	Текущий контроль	Творческий практикум-мастерская	1	2	5. Задание направлено на формирование навыков по технологии разработки упаковки. Необходимо представить всю технологию с обоснования идеи и концепта до конечной готовой тары для продвижения и хранения продукта. Максимальный балл 2. 2 балла - задание выполнено полностью, представлена концепция технологической разработки упаковки; 1 балл - задание выполнено частично, концепция технологической разработки упаковки имеет пробелы, нет идейной связи в разработке; 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 2 баллов)	зачет
6	6	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные	1	5	5 баллов - примеры в задании подобраны верно. Анализ и обоснование представлены с использованием критериев технологии	зачет

			вопросы			создания рекламной упаковки. 4 балла - примеры в задании подобраны условно верно, с некоторыми неточностями. Анализ и обоснование представлены непоследовательно с некоторым искажением в использовании критериев технологии создания рекламной упаковки 3 балла - примеры в задании подобраны неверно. Анализ и обоснование представлены не четко и не убедительно. 2 балла - примеры в задании подобраны неверно. Анализ и обоснование не представлены. 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	
7	7	Текущий контроль	Проектный творческий практикум	1	5	Проектный творческий практикум направлен на изучение технологии разработки упаковки товаров отдельных видов и категорий. В ходе выполнения задания необходимо показать особенности упаковочных материалов, формы, размера, объема упаковки и его товарной эстетики. Максимальный балл 5. 5 баллов - задание выполнено полностью, показаны особенности упаковочных материалов, формы, размера, объема упаковки и его товарной эстетики. 4 балла - задание выполнено частично, показаны некоторые особенности упаковочных материалов, формы, размера, объема упаковки и его товарной эстетики; 3 балла - задание выполнено условно, не показаны особенности упаковочных материалов, формы, размера, объема упаковки и его товарной эстетики. 2 балла - задание выполнено с большим количеством неточностей и нарушений. 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	экзамен
8	7	Текущий контроль	Творческо-аналитический	1	5	Творческо-аналитический практикум направлен на формирование	экзамен

			практикум		творческих навыков по технологии создания этикетки. Необходимо проанализировать представленные технологии разработки и создания этикетки и предложить технологию создания этикетки для товаров конкретного профиля. Максимальный балл 5. 5 баллов – задание выполнено полностью, представлен полный анализ имеющихся технологий, предложена подробная технология разработки этикетки, отражены все тонкости стиля и эстетики под конкретный профиль товара; 4 балла – задание выполнено с достаточной степенью полноты, анализ имеющихся технологий представлен частично, предложена технология разработки этикетки, отражены основные тонкости стиля и эстетики под конкретный профиль товара; 3 баллов – задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов, анализ имеющихся технологий поверхностный, предложена неточная и неполная технология разработки этикетки, не отражены тонкости стиля и эстетики под конкретный профиль товара; 2 балла – задание не закончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала, в анализе технологий упущены главные этапы, при разработке этикетки для товара не учтены результаты проведенного анализа; 0 баллов – задания не выполнены. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	
9	7	Текущий контроль	Креативный технологический практикум	1	5 Креативный технологический практикум предусматривает самостоятельную разработку этикетки для двух видов товаров. Необходимо показать всю технологию создания от замысла до выхода этикетки на рынок. Максимальный балл 5. 5 баллов – задание выполнено полностью, вся технология разработки	экзамен

					этикетки представлена логично, все этапы обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом; 4 балла – задание выполнено с достаточной степенью полноты, основные процессы технологии разработки этикетки представлены логично, основные этапы обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом; 3 балла – задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов, технология разработки этикетки представлена нелогично, этапы частично обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом; 2 балла – задание не закончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала, технология разработки этикетки не представлена, этапы не обоснованы; 0 баллов – задание не выполнено Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	
10	7	Текущий контроль	Аналитический практикум	1	5 Аналитический практикум направлен на формирование навыков по созданию и разработке концепции нового продукта. Необходимо проанализировать практические рекомендации по описанию концепции и разработке продукта, а затем представить технологию разработки концепции продукта по конкретно предложенным категориям товаров. Максимальный балл 5. 5 баллов – задание выполнено полностью, вся технология разработки товара представлена логично, все этапы обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом; 4 балла – задание выполнено с достаточной степенью полноты, основные процессы технологии разработки товара представлены логично, основные этапы обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом; 3 балла – задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте	экзамен

					и содержанию ответов, технология разработки товара представлена нелогично, этапы частично обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом; 2 балла – задание не закончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала, технология разработки товара не представлена, этапы не обоснованы; 0 баллов – задание не выполнено Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.		
11	7	Текущий контроль	Аналитический практикум	1	5	11. Аналитический практикум направлен на формирование навыков по созданию и разработке концепции нового продукта. Необходимо проанализировать практические рекомендации по описанию концепции и разработке продукта, а затем представить технологию разработки концепции продукта по конкретно предложенным категориям товаров. Максимальный балл 5. 5 баллов – задание выполнено полностью, вся технология разработки товара представлена логично, все этапы обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом; 4 балла – задание выполнено с достаточной степенью полноты, основные процессы технологии разработки товара представлены логично, основные этапы обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом; 3 балла – задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов, технология разработки товара представлена нелогично, этапы частично обоснованы и соединены единым стилем, идей, брендом; 2 балла – задание не закончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала, технология разработки товара не представлена, этапы не обоснованы; 0 баллов – задание не выполнено Задание считается выполненным, если	экзамен

						получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	
12	7	Текущий контроль	Творческо-аналитический практикум	1	5	Практикум направлен на развитие навыков по описанию рекламируемых услуг. Максимальный балл 5. 5 баллов – задание выполнено полностью, услуга описана полностью, включает в себя оптимистический и пессимистический сценарий продвижения на рынке; 4 балла – услуга описана неполностью, включает в себя элементы оптимистического и пессимистического сценария продвижения на рынке 3 балла - услуга описана без включения оптимистического и пессимистического сценария продвижения на рынке 2 балла - услуга не описана. 0 баллов – задание не выполнено Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	экзамен
13	7	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	Аналитическая работа предполагает выполнение заданий, направленных на развитие критического мышления, в том числе по работе с преодолением стереотипного восприятия рекламы. Максимальный балл 5. 5 баллов- анализ стереотипов проведен обосновано с подтверждением примерами; 4 балла- анализ стереотипов проведен поверхностно, примеры не раскрывают утверждений автора; 3 балла - анализ стереотипов проведен с некоторыми ошибками, с отсутствием примеров. 2 балла - анализ стереотипов проведен неверно, без примеров. 0 баллов - задание не выполнено Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	экзамен
14	7	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные	1	5	14. Задание ориентировано на формирование навыка составления и заполнения брифов. Максимальный балл 5.	экзамен

			вопросы			5 баллов - задание выполнено верно, все шаблоны брифов заполнены в полном соответствии с требованиями к данной технологии. 4 балла - задание выполнено верно, основные шаблоны брифов заполнены в полном соответствии с требованиями к данной технологии 3 балла - задание выполнено с ошибками, все шаблоны брифов имеют неточности в оформлении. 2 балла - задание выполнено с ошибками, все шаблоны брифов оформлены неверно. 0 баллов - задание не выполнено. Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	
15	7	Текущий контроль	Комплексный практикум	1	5	Комплексный практикум предполагает итоговое решение кейса с включением всех практических задач, изучаемых в курсе ТРиСО. Максимальный балл 5. 5 баллов - кейс решен верно, все задания выполнены без замечаний. 4 балла - кейс решен верно, задания выполнены с незначительными замечаниями 3 балла - решение кейса в большей части неверно, задания имеют существенные замечания 2 - решение кейса неверно 0 - задание не выполнено Задание считается выполненным, если получено 60% (не менее 3 баллов). Если по заданию набрано до 3 баллов, оно не зачитывается и требует переработки.	экзамен
16	6	Промежуточная аттестация	Подготовка вопросов к зачету	-	40	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) . Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре (если студент набрал 60 и более процентов за все виды работ) или проводится в виде устного ответа на вопросы (если студент набрал менее 60 процентов за все виды работ). Критерии оценивания: 40 баллов - все вопросы раскрыты полно, с примерами, с	зачет

					использованием научной терминологии. 30 баллов - вопросы раскрыты достаточно полно, с примерами, с частичным использованием научной терминологии. 20 баллов - вопросы раскрыты неполно, с неточными примерами, без использования научной терминологии. 10 баллов - вопросы раскрыты крайне поверхностно, без примеров, без использования научной терминологии. 0 баллов - вопросы нераскрыты, примеры отсутствуют, непонимание научной терминологии.	
17	7	Промежуточная аттестация	Подготовка вопросов к экзамену	-	40	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

2	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 222 с. https://urait.ru/bcode/565479
3	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 262 с. https://urait.ru/bcode/565242
4	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 299 с. https://urait.ru/bcode/557118
5	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. https://urait.ru/bcode/560265
6	Дополнительная литература	Электронный каталог ЮУрГУ	Вековцева Т.А. Художественное дизайн-проектирование в рекламе и связях с общественностью: учебное пособие / Т.А. Вековцева.— Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 97 с. https://www.lib.susu.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000555640

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	446 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт. Имущество: Доска информационная эмалевая Жалюзи вертикальные тканевые Шкаф для метод. литературы Стол преподавательский Стол ученический на 2 места Стол ученический на 3 места Стул Изо черный Трибуна для докладов
Самостоятельная работа студента	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих

		программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Лекции	446 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт. Имущество: Доска информационная эмалевая Жалюзи вертикальные тканевые Шкаф для метод. литературы Стол преподавательский Стол ученический на 2 места Стол ученический на 3 места Стул Изо черный Трибуна для докладов