

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт филологии и межкультурной коммуникации
Высшая школа национальной культуры и образования им. Габдуллы Тукая



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский



_____» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Практика применения компьютерного дизайна в рекламе и массовых коммуникациях

Направление подготовки: 50.04.03 - История искусств

Профиль подготовки: Теория и история искусств

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Еманова Ю.Г. (Кафедра дизайна и национальных искусств, Высшая школа национальной культуры и образования им. Габдуллы Тукая), Juliana.Emanova@kpfu.ru
Салахов Р.Ф. ; доцент, к.н. (доцент) Яо М.К. (Кафедра дизайна и национальных искусств, Высшая школа национальной культуры и образования им. Габдуллы Тукая), Mihail.Yao@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1	способность совершенствовать и развивать свой общеинтеллектуальный и общекультурный уровень способность совершенствовать и развивать свой общеинтеллектуальный и общекультурный уровень
ОК-1	способность совершенствовать и развивать свой общеинтеллектуальный и общекультурный уровень способность совершенствовать и развивать свой общеинтеллектуальный и общекультурный уровень
ок-2	готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач
ок-2	готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач
опк-2	способностью осуществлять профессиональное и личностное самообразование, проектировать дальнейший образовательный маршрут и профессиональную карьеру
опк-2	способностью осуществлять профессиональное и личностное самообразование, проектировать дальнейший образовательный маршрут и профессиональную карьеру
пк-16	готовность проектировать новое учебное содержание, технологии и конкретные методики обучения
пк-16	готовность проектировать новое учебное содержание, технологии и конкретные методики обучения
пк-2	способность анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач
пк-2	способность анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- элементы фирменного стиля;
- специфику визуального языка рекламы: особенности композиции, цвета, формы;
- соотношение иллюстрации и текста в рекламе;
- методы кодирования в рекламе;
- выразительные особенности различных носителей рекламы.

Должен уметь:

- формировать рекламное обращение на основе соотнесения утилитарного целевого назначения рекламы с эстетическими требованиями к ней;
- создавать оригинальный дизайн-проект рекламного обращения средствами компьютерных технологий.

Должен владеть:

Навыками творческого обобщения полученных знаний, для воплощения их в работе над дизайн-проектом, используя оптимальные методы кодирования информационной, эмоциональной и экспрессивной составляющих рекламы.

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания, умения, навыки в профессиональной деятельности

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.6 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 50.04.03 "История искусств (Теория и история искусств)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 3 курсе в 5 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа - 36 часа(ов), в том числе лекции - 8 часа(ов), практические занятия - 28 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 32 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 4 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 5 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Теория массовой коммуникации.	5	2	8	0	8
2.	Тема 2. Реклама и каналы массовой коммуникации.	5	4	8	0	10
3.	Тема 3. Специфика рекламного обращения: основные этапы и технологии процесса его разработки.	5	2	12	0	14
	Итого		8	28	0	32

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Теория массовой коммуникации.

Массовая коммуникация как процесс производства и воспроизводства массового сознания, средствами массовой коммуникации произошел сначала под воздействием периодической печати, радио и телевидения, а затем и при помощи др. средств электронной коммуникации. При анализе восприятия массовой коммуникации следует иметь в виду следующее: 1. Особые интересы участников массовой коммуникации, в том числе интересы массовой аудитории как они выражаются в ее сознании в связи с изменениями условий и образа жизни. 2. Формирование ценностей участников массовой коммуникации. 3. Идентификация как эмоциональное и смысловое отождествление участников массовой коммуникации с теми или иными тенденциями общественного развития в том виде, как они выражаются в этой связи. 4. Убеждающее воздействие СМК на аудиторию. 5. Формирование массового сознания через установки, задаваемые средствами массовой коммуникации. 6. Реализация феноменов подражания и диффузии посредством массовой коммуникации. 7. Воздействие массовой коммуникации на восприятие и мышление в группах, в том числе в предпринимательской среде. Одной из важнейших социально-психологических особенностей массовой

коммуникации является ее способность формировать общественное мнение. Массовая коммуникация - это особая форма связи и общения. Средства массовой коммуникации представляют собой способ производства, хранения и распространения всевозможной информации с заложенными в ней ценностями, рассчитанный на массовое восприятие. В современных условиях человеческой жизни, оптимизация которой требует осуществления права на информацию и права на коммуникацию, возможности массовой коммуникации могут быть наиболее результативно реализованы с учетом социально-психологических особенностей воздействия массовой коммуникации. Многообразие воздействия массовой коммуникации предполагается передачей информации от источника (коммуникатора) к чаще всего непосредственно не связанным между собой реципиентам. При этом в той или иной степени осуществляется обратная связь, когда, например, телезрители звонят в телестудию, чтобы выразить свое отношение к позиции участников телепередачи. Массовая коммуникация как процесс производства и воспроизводства массового сознания, средствами массовой коммуникации первоначально периодической печатью, радио и телевидением, а затем и другими средствами электронной коммуникации. Реципиенты, играющие при приеме информации пассивную роль, сами становятся коммуникаторами, когда распространяют полученную информацию, руководствуясь при этом своими интересами, подражанием, модой и т.д. Реклама является одним из средств формирования ценностей посредством многократного повторения через средства массовой информации. Поэтому действие рекламы регулируется законом РФ "О рекламе"

Тема 2. Реклама и каналы массовой коммуникации.

В практике рекламы успешно используется значительное количество средств рекламы, однако каждое из них имеет свои специфические характеристики, преимущества и недостатки, воздействует на разные аудитории и может обеспечить при прочих равных условиях разную эффективность рекламы. Для достижения определенных целей рекламодателя выбирается то средство рекламы или их совокупность, которые в максимальной степени отвечают поставленным требованиям. Многообразие существующих средств рекламы создает основания для их классификации. Существует достаточно большое число критериев, по которым возможно классифицировать средства рекламы: по назначению, охвату аудитории, техническим признакам, особенностям применения, способам воздействия на органы чувств, способам распространения и другим параметрам. Тем не менее, единой классификации средств рекламы до настоящего времени нет. Это связано с тем, что способы передачи сообщений (каналы, средства, носители) чрезвычайно разнообразны и постоянно развиваются, в рекламе же их насчитывается сотни, если не тысячи, поэтому попытки строго классифицировать все эти средства обычно наталкиваются на серьезные трудности. Кроме того, в современной рекламной индустрии медиа развиваются значительно быстрее, чем происходит их осмысление с точки зрения рекламной коммуникации. Для практического использования наиболее удобна общая классификация средств рекламы, в основу которой положен признак соответствия средства рекламы типу рекламоносителя. Согласно этой классификации, средства рекламы подразделяются в соответствии с типами рекламоносителей на следующие основные группы: Медийные средства рекламы: 1. Средства телевизионной рекламы, или рекламы на телевидении (Television Advertising). 2. Средства радиорекламы, или рекламы на радио (Radio Advertising). 3. Средства рекламы в прессе (Press Advertising). 4. Средства интернет-рекламы, или рекламы в Интернете (Internet Advertising). 5. Средства наружной рекламы (Outdoor Advertising). 6. Средства внутренней рекламы, или интерьерной рекламы (Indoor Advertising). 7. Средства транзитной рекламы, или рекламы на транспорте (Transit Advertising). Немедийные средства рекламы: 1. Средства прямой рекламы (Direct Advertising). 2. Средства печатной рекламы (Print Advertising). 3. Средства рекламы в местах продаж (Point-of-Sale Advertising). 4. Средства сувенирной рекламы (Souvenir Advertising). 5. Рекламные мероприятия (Promotional Activities).

Тема 3. Специфика рекламного обращения: основные этапы и технологии процесса его разработки.

Исследования в рекламе. Анализ визуальной рекламной продукции.

Визуализация на основе нейро-лингвистического программирования.

Визуализация на основе стереотипов.

Визуализация на основе психографических исследований.

Визуализация на основе стратегической модели "обдумывание/эмоции - высокая/низкая важность". Визуализация на основе Гештальт - идеи. Шрифт и заголовок в обращении. Раскадровка видеорекламы.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Adme.ru. Рекламный креатив и PR - - <http://www.adme.ru>

Remember, hope inside all of us is. - - <http://vk.com/remember>

ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ: теория и практика рекламной деятельности информационно-справочный портал - <http://adindustry.ru/advertising-media>

Каннские львы - - <http://www.canneslions.com/>

РекламаДизайн.рф - реклама и дизайн - - <http://vk.com/reklamadesign>

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

1 Лекции

Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами, широко используется зарубежный и отечественный опыт по соответствующей тематике.

Часть лекций проходит с использованием мультимедийных презентаций.

Разбор конкретных ситуаций, лекция-диалог. Лекция с использованием мультимедийных презентаций.

2. Практические и семинарские занятия

На практических занятиях (семинарах) разъясняются теоретические положения курса, обучающиеся работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки информационных обзоров и аналитических отчетов по соответствующей тематике;

3. Лабораторные занятия.

На лабораторных занятиях выполняются творческие задания, обучающиеся работают как индивидуально, так и коллективно над локальным или пролонгированным на несколько занятий проектом. Работа нацелена на поиск креативных решений, формирование умения использовать фактический материал для творческой обработки.

4. Самостоятельная работа обучающегося

Студенты получают от преподавателя групповые/индивидуальные задания на самостоятельную работу, которые заключаются: в проработке лекций; знакомстве с видеорядом по теме; изучении творчества и биографий художников, деятельности школ, центров, направлений изобразительного искусства; изучении видов и жанров изобразительного искусства по теме; изучении основной и дополнительной литературы, а также посещениях экспозиций ГМИИ РТ, Национальной художественной галереи 'Хазине' при ГМИИ РТ, Выставочного Центра 'Эрмитаж-Казань' при Государственном историко-архитектурном и художественном музее-заповеднике, Выставочного зала Союза художников России, а также выставок частных картинных галерей - Музея антиквариата ASG и др. Дополнением к изучению литературы является просмотр научно-популярных фильмов по истории изобразительного искусства и дизайна.

Для реализации учебного процесса используются:

- встречи с представителями российских и региональных 'дизайн' компаний, музеев, галерей;
- мастер-классы специалистов в области изобразительного искусства, дизайна, компьютерной графики и художественного образования.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 50.04.03 "История искусств" и магистерской программе "Теория и история искусств".

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.6 Практика применения компьютерного дизайна в
рекламе и массовых коммуникациях*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 50.04.03 - История искусств

Профиль подготовки: Теория и история искусств

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Основная литература:

1. Романов А. А. Разработка рекламного продукта: Учеб.пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с.<http://www.znaniium.com/bookread.php?book=189456>
2. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский государ. технич. универ. (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.
<http://znaniium.com/bookread.php?book=429223>

Дополнительная литература:

1. Гуськова, С. В. Агрессивный компонент полемических текстов и иллюстраций в современном издании [Электронный ресурс] : монография / С. В. Гуськова. - 2-е изд., стер. - М.: ФЛИНТА, 2013. - 202 с.
<http://znaniium.com/bookread2.php?book=458089>
2. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 'Дизайн', 032401 'Реклама' / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с.
<http://znaniium.com/bookread.php?book=390990>

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.6 Практика применения компьютерного дизайна в
рекламе и массовых коммуникациях

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 50.04.03 - История искусств

Профиль подготовки: Теория и история искусств

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.