

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



*подписано электронно-цифровой подписью*

## **Программа дисциплины**

Основы рекламной графики

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Копирайтинг и бренд-коммуникации

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2023

## 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): старший преподаватель, б/с Шамсутдинов Р.Н. (Кафедра татаристики и культуроведения, Высшая школа национальной культуры и образования им. Габдуллы Тукая),  
RusNShamsutdinov@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   |
|------------------|---|
| ПК-1             | способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий   |
| ПК-9             | Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций |

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

Должен знать:

- теоретические основы рекламной графики;
- методы разработки концептуальных идей рекламных проектов, соответствующих современным запросам общества;
- формы фиксации творческих идей изобразительными средствами рекламной графики;
- специфику визуального языка рекламы.

Должен уметь:

Должен уметь:

- формировать рекламное обращение с учетом утилитарности и эстетики;
- создавать оригинальный дизайн-проект рекламного обращения средствами компьютерных технологий;
- синтезировать набор возможных решений и обосновывать свои предложения при представлении рекламных проектов;
- использовать знания основ онлайн и офлайн коммуникации в сфере связей с общественностью.

Должен владеть:

Должен владеть:

- терминологией, используемой в рекламной графике;
- основами работы в рекламе и маркетинге;
- приемами обоснования проектных замыслов, художественных идей, визуальных концепций, основанных на концептуальном, творческом подходе к решению проектных задач;
- навыками работы в графических редакторах.

### 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.02.11 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Копирайтинг и бренд-коммуникации)" и относится к части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

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 - 37 часа(ов), в том числе лекции - 10 часа(ов), практические занятия - 0 часа(ов), лабораторные работы - 26 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 1 часа(ов).

Самостоятельная работа - 35 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 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   | Се-местр | Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах) |                    |                              |                           |                             |                           | Само-стоя-тельная ра-бота |
|----|---|----------|--|--------------------|------------------------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|---------------------------|
|    |   |          | Лекции, всего  | Лекции в эл. форме | Практи-ческие занятия, всего | Практи-ческие в эл. форме | Лабора-торные работы, всего | Лабора-торные в эл. форме |                           |
| 1. | Тема 1. Реклама в современных условиях. Реклама и маркетинговые коммуникации      | 5        | 1  | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 4                         |
| 2. | Тема 2. Рекламная графика: история, основы, особенности и принципы проектирования | 5        | 2  | 0                  | 4                            | 0                         | 0                           | 0                         | 4                         |
| 3. | Тема 3. Композиция, цвет и текст в рекламном дизайне                              | 5        | 2  | 0                  | 4                            | 0                         | 0                           | 0                         | 4                         |
| 4. | Тема 4. Фирменный стиль   | 5        | 2  | 0                  | 4                            | 0                         | 0                           | 0                         | 4                         |
| 5. | Тема 5. Полиграфия в производстве рекламного продукта                             | 5        | 1  | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 4                         |
| 6. | Тема 6. Рекламная графика в социальных сетях                                      | 5        | 1  | 0                  | 4                            | 0                         | 0                           | 0                         | 4                         |
| 7. | Тема 7. Индивидуальный проект   | 5        | 1  | 0                  | 6                            | 0                         | 0                           | 0                         | 11                        |
|    | Итого   |          | 10   | 0                  | 26                           | 0                         | 0                           | 0                         | 35                        |

**4.2 Содержание дисциплины (модуля)**

**Тема 1. Реклама в современных условиях. Реклама и маркетинговые коммуникации**

Современное состояние отечественной и зарубежной рекламы. Роль и место рекламы в маркетинговых коммуникациях. Адаптивность рекламы под запросы современности. Личный бренд. Влияние рекламы на восприятие продукта, его стоимость и продвижение. Стратегия создания рекламной компании. Субъекты рекламных отношений.

**Тема 2. Рекламная графика: история, основы, особенности и принципы проектирования**

История рекламной графики: с момента появления до нынешнего времени. Анализ рекламных компаний. Основные термины рекламной графики. Особенности и отличительные черты рекламной графики от других видов графики. Реклама и графический дизайн. Реклама и фотография. Принципы проектирования рекламной графики.

**Тема 3. Композиция, цвет и текст в рекламном дизайне**

Композиционное решение в рекламной графике. Правила и особенности применения цвета в рекламном дизайне. Роль, свойства и разновидности текста в рекламе. Анализ отечественных и зарубежных работ в сфере рекламного дизайна. Структура проектирования графических рекламных работ. Инструменты создания рекламной графики.

**Тема 4. Фирменный стиль**

Элементы фирменного стиля: логотип, слоган, фирменные цвета, фирменный комплект шрифтов, маскот, фирменные носители, брендбук, гайдлайн, логобук. Этапы работы над фирменным стилем. Примеры успешных фирменных стилей. Инструменты для разработки фирменного стиля. Ручная и компьютерная графика. Компьютерные программы для работы в рекламном дизайне.

**Тема 5. Полиграфия в производстве рекламного продукта**

Этапы создания проекта от концепции до воплощения. Особенности полиграфии в производстве рекламного продукта. Свойства печати. Предпечатная подготовка. Печать макетов. Компьютерные программы для создания макета и подготовки его к печати. Внесение корректировок в макеты полиграфической продукции. Виды и форматы печати.

**Тема 6. Рекламная графика в социальных сетях**

Адаптация рекламной графики для формата социальных сетей. Форматы и виды рекламных публикаций в Интернет-среде. Особенности использования рекламного дизайна в социальных сетях. Платформы для размещения продуктов рекламного характера. Авторское право. Коммуникация с участниками рекламных отношений. Блоггинг.

#### **Тема 7. Тема 7. Индивидуальный проект**

Работа над индивидуальным проектом. Комбинация инструментов графического дизайна для проектирования рекламных продуктов. Разработка концепции. Проектирование айдентики. Печать индивидуальной продукции. Самопрезентация. Продвижение проекта в рамках рекламной компании. Стратегия развития личного бренда.

#### **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 науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/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 - <https://adme.media/>

Behance - <https://www.behance.net/>

Pinterest - <https://ru.pinterest.com/>

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

| Вид работ              | Методические рекомендации   |
|------------------------|---|
| лекции                 | <p>В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, а также задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Можно дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой.</p> <p>Методические рекомендации по подготовке к лекциям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- чтение специальной литературы;</li> <li>- поиск необходимой информации в интернет-ресурсах;</li> <li>- посещение мастер-классов, выставок;</li> <li>- посещение и участие в научно-практических конференциях.</li> </ul>   |
| лабораторные работы    | <p>Лабораторные работы проводятся с целью получения и закрепления у студентов навыков работы с рекламной графикой. Занятия предназначены для освоения под руководством преподавателя основных проектных процессов в сфере рекламной графики. Данный вид работы предполагает творческий и практический характер с применением инструментов компьютерной графики.</p>   |
| самостоятельная работа | <p>Самостоятельная работа проводится с целью:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;</li> <li>- углубления и расширения теоретических знаний;</li> <li>- развития познавательных способностей и активности студентов, самостоятельности, ответственности и организованности;</li> <li>- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.</li> </ul> <p>Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.</p> <p>Перед выполнением студентами внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит инструктаж по выполнению задания, который включает цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. В процессе инструктажа преподаватель предупреждает студентов о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания.</p> |
| зачет                  | <p>При подготовке к зачету по дисциплине у студента должны быть качественным образом выполнены работы соответственно темам и заданиям семестра. Работы должны быть сданы в срок. Кроме выполнения практических работ, студент должен подготовиться к устному опросу по вопросам зачета, заранее предоставленному преподавателем.</p>  |

### 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 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Копирайтинг и бренд-коммуникации".

*Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.02.11 Основы рекламной графики*

### **Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Копирайтинг и бренд-коммуникации

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2023

#### **Основная литература:**

Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 'Дизайн', 032401 'Реклама' / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 239 с. - (Серия 'Азбука рекламы'). - ISBN 978-5-238-01525-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028720> (дата обращения: 07.08.2023). - Режим доступа: по подписке.

Шпаковский В.О. и др. PR-дизайн и PR-продвижение: Учебное пособие - Вологда: Инфра-Инженерия, 2018 - 452 с. - URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=326346>

Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике / В.Д. Курушин. - Москва : ДМК Пресс, 2017. - 308 с. - ISBN 978-5-97060-553-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028149> (дата обращения: 07.08.2023). - Режим доступа: по подписке.

#### **Дополнительная литература:**

Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2019. - 176 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0288-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/994302> (дата обращения: 07.08.2023). - Режим доступа: по подписке.

Головко, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Графика', 'Журналистика', 'Информационные технологии в дизайне', 'Реклама' / С.Б. Головко. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 423 с. - (Серия 'Медиаобразование'). - ISBN 978-5-238-01477-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028721> (дата обращения: 07.08.2023). - Режим доступа: по подписке.

Муртазина С. А. и др. История графического дизайна и рекламы: учебное пособие - Казань: Издательство КНИТУ, 2013 - 122 с.



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

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Копирайтинг и бренд-коммуникации

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2023

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.