



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.02 Моделирование цифрового продукта

Направление подготовки: 54.04.01 Дизайн

Направленность (профиль): Креативный дизайн и модная иллюстрация

Квалификация (степень): магистр

Форма обучения: очная

Институт: культуры, истории и права

Кафедра: дизайна, художественного образования и технологий

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	1, 2		
Семестр/триместр	1, 2, 3, 4		

Лекции	36		
Лабораторные занятия	126		
Практические (семинарские) занятия			
в т. ч. практическая подготовка			
Форма(ы) промежуточной аттестации	Экзамен – 1,2 (1,2,3,4 сем.)		
Контроль	36		
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	304,8		

Всего часов: 504

Трудоемкость: 14 зачетных единиц.

Разработчик рабочей программы: доцент Соломенцева С.Б.

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: развитие у обучающихся способности определять и реализовать приоритеты собственной деятельности в сфере креативного дизайна объектов модной индустрии; развитие способности демонстрировать наличие информационно-технологических знаний в сфере креативного дизайна; формирование готовности к моделированию цифровых продуктов.

Задачи изучения дисциплины

- исследовать креативный арт-контент как цифровой продукт;
- научить создавать цифровой продукт на примере электронного курса дизайнерской направленности;
- изучить особенности представления креативных цифровых арт-продуктов в информационно-коммуникативных сетях;
- изучить основы электронного обучения проектированию объектов модной индустрии.
- изучить современные тенденции продвижения креативного цифрового арт-продукта.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули).

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПКС-1	Знать: <ul style="list-style-type: none">– основные задачи разработки дизайн-проекта;– этапы работы над дизайн-проектом;– методы исследования и творческого исполнения дизайн-проектов;	Знает: <ul style="list-style-type: none">– основные задачи разработки дизайн-проектов с применением компьютерных технологий;– этапы проектирования цифрового продукта на примере электронного курса дизайнерской направленности;– методы исследования и творческого исполнения цифрового продукта;
	Уметь: <ul style="list-style-type: none">– системно понимать художественно-творческие задачи проекта;– выбирать необходимые методы исследования и творческого исполнения при разработке дизайн-проекта;	Умеет: <ul style="list-style-type: none">– системно понимать художественно-творческие задачи проекта;– выбирать необходимые методы исследования и творческого исполнения цифрового дизайн-проекта с использованием возможностей компьютерных технологий;
	Владеть: <ul style="list-style-type: none">– системным пониманием художественно-творческих задач проекта;– способностью выбирать необходимые методы исследования и творче-	Владеет: <ul style="list-style-type: none">– системным пониманием художественно-творческих задач проекта;– способностью выбирать необходимые методы исследования и творче-

	ского исполнения.	ского исполнения, используя цифровые технологии.
ПКС-2	Знать: – основные задачи разработки дизайн-проекта; – этапы работы над дизайн-проектом; – методы исследования и творческого исполнения дизайн-проектов;	Знает: – основные задачи разработки современных дизайн-проектов с использованием цифровых технологий; – этапы работы над цифровым дизайн-проектом; – цифровые методы исследования и творческого исполнения дизайн-проектов;
	Уметь: – демонстрировать наличие информационно-технологических знаний; – демонстрировать готовность к дизайн-проектированию с помощью информационно-коммуникативных технологий.	Уметь: – демонстрировать наличие знаний в сфере профессиональных цифровых и информационно-технологических технологий; – демонстрировать готовность к дизайн-проектированию, созданию цифровых продуктов с помощью компьютерных и информационно-коммуникативных технологий.
	Владеть: – информационно-технологическими знаниями; – современными техническими, художественными и цифровыми технологиями.	Владеет: – информационно-технологическими знаниями в сфере дизайна; – современными техническими, художественными и цифровыми технологиями, необходимыми профессиональному дизайнеру.

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	Раздел 1. Креативный арт-контент как цифровой продукт.	36	8		8	20
1.	Тема 1. Виды и методы создания креативных цифровых арт-объектов.	18	4		4	10
2.	Тема 2. Современные стратегии презентации арт-объектов.	18	4		4	10
	Раздел 2. Создание цифрового продукта на примере электронного курса дизайнерской направленности.	170,7	28		28	114,7
3.	Тема 3. Электронный курс: основные понятия, термины и определе-	12	2			10

	ния.					
4.	Тема 4. Виды и форматы электронных курсов.	12	2			10
5.	Тема 5. Специализированные средства разработки электронных курсов.	18	2		4	12
6.	Тема 6. Разработка структуры и учебно-методического плана курса.	22	4		4	14
7.	Тема 7. Законодательство РФ в области цифровых продуктов и электронного обучения.	18	2		4	12
8.	Тема 8. Авторское право и интеллектуальная собственность в России и за рубежом.	20	4		4	12
9.	Тема 9. Системы управления обучением в электронном курсе.	22	4		4	14
10.	Темы 10. Особенности создания лекционных и практических занятий в электронном курсе.	24	4		4	16
11.	Темы 11. Цифровой контроль качества знаний в электронном курсе. Компьютерное тестирование.	22,7	4		4	14,7
	Контроль	9				
	Экзамен	0,3				
	Итого за 1 семестр	216	18		36	134,7
	Раздел 3. Представление цифровых арт-продуктов в информационно-коммуникативных сетях.	134,7			36	98,7
12.	Тема 12. Современные технологии продвижения цифровых арт-продуктов.	24			4	20
13.	Тема 13. Основные принципы разработки структуры и дизайна веб-сайтов для размещения цифровых арт-продуктов.	26			6	20
14.	Тема 14. Создание веб-сайта дизайнерской направленности средствами онлайн конструкторов.	56,7			18	38,7
15.	Тема 15. Применение современных мультимедийных технологий в дизайн-проектировании цифрового ресурса.	28			8	20
	Контроль	9				
	Экзамен	0,3				
	Итого за 2 семестр	144			36	98,7
	Раздел 4. Электронное обучение проектированию объектов модной индустрии.	62,7			18	44,7
16.	Тема 16. Системы электронного обучения. Принципы и возможности системы Moodle.	16			4	12

17.	Тема 17. Разработка электронного курса по дисциплинам дизайнерской направленности в системе Moodle.	28,7			8	20,7
18.	Тема 18. Особенности проверки качества знаний по дисциплинам дизайнерской направленности в системе Moodle	18			6	12
	<i>Контроль</i>	9				
	<i>Экзамен</i>	0,3				
	<i>Итого за 3 семестр</i>	72			18	44,7
	Раздел 5. Продвижение креативного цифрового арт-продукта.	62,7			36	26,7
19.	Тема 19. Поведение и классификация потребителей в цифровой арт-среде.	6			4	2
20.	Тема 20. Актуальные тенденции в потребительском поведении.	4			2	2
21.	Тема 21. Основные понятия цифрового маркетинга в сфере дизайна и креативных индустрий.	6			4	2
22.	Тема 22. Комплекс мероприятий для продвижения арт-продукта в цифровой среде.	10			6	4
23.	Тема 23. Основные каналы продвижения цифрового арт-продукта.	8			4	4
24.	Тема 24. Структура цифрового рынка России.	8			4	4
25.	Тема 25. Базовые инструменты цифрового маркетинга в сфере дизайна.	14,7			8	6,7
26.	Тема 26. Тренды в продвижении цифровых арт-продуктов.	6			4	2
	<i>Контроль</i>	9				
	<i>Экзамен</i>	0,3				
	<i>Итого за 4 семестр</i>	72			36	26,7
	в т.ч. практическая подготовка					
	ИТОГО	504	36		144	304,8

Очно-заочная форма обучения (не реализуется)

Заочная форма обучения (не реализуется)

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы, теста, реферата, творческого задания и др.

Типовой вариант контрольной работы в тестовой форме

1. Установите соответствие типов файлов, используемых в цифровых мультимедиа и их форматов:

- | | |
|-----------------------|----------|
| 1. Видео | a) .rtf |
| 2. Изображение | b) .tiff |
| 3. Текстовый документ | c) .mp4 |

2. Определяющей категорией современного цифрового общества следует считать:

Выберите один правильный вариант ответа:

- a) политику
- b) информацию
- c) производственные процессы
- d) все ответы не правильные

3. Использование цифровых анимированных технологий в процессе дизайн-образования позволяет:

Выберите один правильный вариант ответа:

- a) развивать личность через развлечение
- b) поддерживать дисциплину на занятии
- c) развивать мелкую моторику
- d) все ответы не правильные

4. Какие элементы входят в состав современных мультимедийных технологий?

Выберите несколько правильных вариантов ответа:

- a) иллюстративная графика
- b) аудио сопровождение
- c) видео материалы
- d) производственное оборудование

5. Отметьте преимущества цифровых электронных образовательных ресурсов в сфере дизайн-образования по сравнению с традиционными средствами обучения (учебники, методические пособия и т.д.)?

Выберите один правильный вариант ответа:

- a) быстрый доступ к необходимой в данный момент информации
- b) произвольное варьирование темпа изучения материала
- c) индивидуализация образовательной траектории
- d) все ответы верные

6. Дистанционные цифровые технологии в дизайн-образовании позволяют:

Выберите один правильный вариант ответа:

- a) изучать теоретические материалы и визуальные составляющие лекций
- b) консультироваться с ведущим преподавателем
- c) получать навыки самостоятельной работы при изучении учебного материала

d) все ответы верные

7. Установите соответствие термина и его определения:

- | | |
|--------------------------------|--|
| 1. Информатизация общества | a) пути и процессы передачи сообщения от источника информации к потребителю. |
| 2. Информационные коммуникации | b) способность человека к эффективному получению, накоплению, отбору, переработке и созданию информации. |
| 3. Информационная культура | c) организационный, социально-экономический и научно-технический процесс создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан, основ государственной власти, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений на основе формирования и использования информационных ресурсов. |

8. Дополните предложение:

Мультимедийный цифровой ресурс – это современный и удобный механизм, который не заменяет собой выполнение классических образовательных функций, а дополняет и расширяет их спектр. Он представляет собой логически организованный сайт, в котором основная информация представлена в виде мультимедиа: текст, графическое _____, звук, анимация, видео.

9. Установите соответствие вида и названия современного цифрового средства коммуникации в сфере дизайн-образования:

- | | |
|---|---------------|
| 1. Сервис для проведения видеоконференций | a) Zoom |
| | b) Telegram |
| 2. Сервис для мгновенного обмена текстовыми сообщениями | c) Viber |
| | d) Jitsi Meet |

10. Установите соответствие термина и его определения:

- | | |
|--|--|
| 1. Изобразительное электронное издanie | a) содержит преимущественно электронные образцы объектов, рассматриваемых как целостные графические сущности, представленные в форме, допускающей про- |
|--|--|

- | | |
|---------------------------------|---|
| | смотр и печатное воспроизведение, но не допускающей посимвольной обработки. |
| 2. Программный продукт | b) содержит цифровое представление звуковой информации в форме, допускающей ее прослушивание, но не предназначенной для печатного воспроизведения. |
| 3. Звуковое электронное издание | c) самостоятельное, отчуждаемое произведение, представляющее собой публикацию текста программы или программ на языке программирования или в виде исполняемого кода. |

Примерная тематика рефератов

1. Облачные технологии в сфере креативного дизайна объектов модной индустрии.
2. Роль мультимедиа в формировании умений и навыков ведения художественно-творческой деятельности.
3. QR-код в образовательном процессе по дисциплинам художественно-творческой направленности.
4. Классификация современных цифровых продуктов в сфере креативного моделирования объектов модной индустрии.
5. Обзор коммерческого и открытого программного обеспечения для создания цифровых продуктов.
6. Интеллектуальная собственность и авторское право в цифровом пространстве.
7. Цифровизация дизайн-образования в России и за рубежом.
8. Возможности мультимедиа в образовательном процессе по дисциплинам художественно-творческой направленности.
9. Образовательные веб-квесты.
10. Принципы выбора способов продвижения цифрового продукта.
11. Геймификация в художественном образовании.
12. Дизайн электронных игровых тренажеров и интерактивных приложений.
13. Использование QR-кода для геймификации образовательного процесса в сфере дизайн-образования.
14. Интеллект-карты и современном дизайн-образовании.
15. Анализ цифрового арт-рынка России и за рубежом.
16. Виртуальные лаборатории и виртуальные доски.
17. Возможности облачных сервисов для образования в сфере дизайна.
18. Особенности дизайна интерактивных приложений.
19. Использование мультимедиа средств при реализации принципа наглядности в креативном дизайне.
20. Веб-технологии в организации тестирования знаний в сфере дизайн-образования.

Примерная тематика творческого задания

1. Создайте концепцию цифрового продукта в виде портфолио для оценки навыков и умений в сфере креативного дизайна объектов модной индустрии. Определите содержание, рекомендованные компьютерные и мультимедиа технологии и т.д. Обоснуйте свой выбор.
2. Разработайте концепцию и структуру цифрового продукта в виде мультимедийного электронного курса в сфере креативного дизайна объектов модной индустрии. Обоснуйте применение рекомендованных образовательных и информационно-коммуникативных технологий.
3. Определите возможности дистанционного освоения проектируемого цифрового мультимедийного электронного курса в сфере креативного дизайна объектов модной индустрии. Создайте рекомендации по технической реализации: обосновать выбор платформы, минимальные требования к оборудованию, возможной оптимизации иллюстративных материалов и т.д.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме экзаменов с использованием следующих оценочных материалов: перечень вопросов к экзаменам.

Вопросы к экзамену (1 семестр, очная форма обучения)

1. Креативный арт-контент как цифровой продукт.
2. Виды и методы создания креативных цифровых арт-проектов.
3. Современные стратегии презентации арт-проектов.
4. Требования к цифровой-компетентности дизайнера.
5. Актуальность создания цифрового арт-продукта в виде электронного курса
6. Электронный курс: основные понятия, термины и определения.
7. Отличия цифровых образовательных ресурсов от классических учебных курсов.
8. Виды и форматы электронных курсов.
9. Характеристика наиболее распространенных форматов создания электронных курсов.
10. Специализированные средства разработки электронных курсов.
11. Характеристика самых известных специализированных средств разработки электронных курсов.
12. Отечественные разработки специализированных средств создания электронных курсов.
13. Коммерческие и условно-бесплатные специализированных средств создания электронных курсов.
14. Использование облачных сервисов при создании цифровых продуктов.
15. Разработка структуры и учебно-методического плана курса.
16. Законодательство РФ в области цифровых продуктов и электронного обучения.
17. Конфиденциальная цифровая информация.
18. Авторское право в России и за рубежом.
19. Интеллектуальная собственность в России и за рубежом.
20. Смежные права на результаты цифровой интеллектуальной деятельности.
21. Государственная регистрация права интеллектуальной собственности.

22. Системы управления обучением в электронном курсе.
23. Особенности создания лекций и иллюстративного материала в электронном обучении.
24. Каналы восприятия информации человеком в процессе цифрового обучения.
25. Использование парных цветов в целях управления вниманием.
26. Особенности разработки практических заданий в электронном обучении.
27. Вебинар как метод реализации учебных активностей в электронном курсе.
28. Особенности контроля качества знаний в электронном курсе.
29. Основные положения компьютерного тестирования по дисциплинам художественно-творческой направленности. Типы компьютерных тестовых вопросов.
30. Логика создания банков тестовых вопросов. Варианты реализации траектории тестирования.

Вопросы к экзамену (2 семестр, очная форма обучения)

1. Представление цифровых арт-продуктов в информационно-коммуникативных сетях.
2. Современные технологии продвижения цифровых арт-продуктов.
3. Основные принципы разработки структуры веб-сайтов для размещения креативных цифровых арт-продуктов.
4. Основные принципы дизайна веб-сайтов для размещения цифровых арт-продуктов.
5. Особенности дизайнерского оформления цифровой компьютерной среды обучения дисциплинам художественной направленности.
6. Создание запоминающейся художественной концепции веб-сайта.
7. Методика обеспечения кроссплатформенности и «кроссбраузерности».
8. Этапы создания веб-сайта дизайнерской направленности средствами онлайн конструкторов.
9. Обзор онлайн конструкторов веб-сайтов.
10. Создание веб-сайта дизайнерской направленности на основе шаблонов.
11. Функциональные возможности создания авторского дизайна веб-сайта в онлайн конструкторах.
12. Инструменты редактирования веб-сайта и параметры их настройки.
13. Домены и хостинги для веб-сайта дизайнерской направленности.
14. Особенности использования и требования к корпоративной электронной почте.
15. Функциональное назначение аналитических опций для веб-сайта.
16. Применение современных мультимедийных технологий в дизайн-проектировании цифрового ресурса.
17. Современные плагины, как инструмент повышения функциональности веб-сайта дизайнерской направленности.
18. Правовые основы представления и использования объектов интеллектуальной собственности, размещаемых на цифровом ресурсе.

Вопросы к экзамену (3 семестр, очная форма обучения)

1. Обзор коммерческих и открытых систем электронного обучения.
2. Основные принципы и возможности использования системы Moodle в сфере проектирования объектов модной индустрии.
3. Особенности разработки электронного курса по дисциплинам дизайнерской направленности в системе Moodle.
4. Профили пользователей в Moodle.
5. Интерфейс Moodle: внешний вид, навигация и язык.
6. Элементы интерфейса: блоки, разделы курсов.
7. Работа с календарем и обмен сообщениями в Moodle.
8. Возможности создателя электронного курса по дисциплинам дизайнерской направленности в системе Moodle.
9. Основные настройки и форматы, метакурсы.
10. Возможности работы с блоками.
11. Добавление участников курса по дисциплинам дизайнерской направленности в системе Moodle.
12. Работа с ресурсами Moodle: добавление и редактирование ресурсов.
13. Добавление текстовой страницы и пояснений.
14. Особенности создания ссылок на файл, веб-страницы, каталоги.
15. Элементы электронного курса Moodle: задание, рабочая тетрадь, опрос, глоссарий, форум, семинар, чат, занятие, анкеты.
16. Варианты проверки качества знаний по дисциплинам дизайнерской направленности в системе Moodle.
17. Создание теста и настройка его параметров: типы тестовых вопросов, редактирование категорий и вопросов, экспорт и импорт вопросов, оценивание результатов тестирования.
18. Управление, редактирование и резервное копирование электронного курса по дисциплинам дизайнерской направленности в системе Moodle.

Вопросы к экзамену (4 семестр, очная форма обучения)

1. Поведение и классификация потребителей в цифровой среде.
2. Характеристика потребителей креативного цифрового арт-продукта в России и за рубежом.
3. Актуальные тенденции в потребительском поведении.
4. Методы изменения поведенческих паттернов потребителей в цифровой среде.
5. Влияние новых цифровых технологий на поведение потребителей.
6. Основные понятия цифрового маркетинга.
7. Концепция цифрового маркетинга креативного цифрового арт-продукта.
8. Комплекс продвижения арт-продукта в цифровой среде.
9. Суть ценовой политики «pay what you want» в цифровом маркетинге арт-проектов.
10. Основные каналы продвижения цифрового арт-продукта.
11. Принципы выбора каналов продвижения цифрового арт-продукта.
12. Возможности использования экстранет в цифровом маркетинге креативного арт-продукта.

13. Продвижение цифрового арт-продукта в социальных сетях.
14. Перспективы видеоблогинга как инструмента цифрового маркетинга.
15. Видеохостинги как канал цифровой маркетинговой коммуникации.
16. Структура цифрового арт-рынка России.
17. Структура цифрового арт-рынка за рубежом.
18. Базовые инструменты цифрового маркетинга.
19. Факторы, влияющие на место страницы с цифровым ресурсом в выдаче поисковой системы.
20. Отличия в подходах к созданию таргетированной и традиционной цифровой рекламы креативного цифрового арт-продукта.
21. Принципы создания и функционирования контекстной цифровой рекламы.
22. Тренды в продвижении цифровых арт-продуктов.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Диязитдинова, А. А. Мультимедиа технологии : учебное пособие / А. А. Диязитдинова. — Самара : ПГУТИ, 2020. — 437 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/255410> (дата обращения: 02.09.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Нагаева, И. А. Арт-информатика : учебное пособие : [16+] / И. А. Нагаева. — 2 изд., испр. и доп. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. — 369 с. : ил. табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=601327> (дата обращения: 02.09.2024). — Библиогр.: с. 362-363. — ISBN 978-5-4499-1779-9. — DOI 10.23681/601327. — Текст : электронный.

4.2. Дополнительная литература

1. Колокольникова, А. И. Базовый инструментарий Moodle для развития системы поддержки обучения : практическое пособие : [16+] / А. И. Колокольникова. — Изд. 2-е. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 292 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=596688> (дата обращения: 02.09.2024). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-4499-1543-6. — DOI 10.23681/596688. — Текст : электронный.
2. Цифровое образование в терминах : учебно-методическое пособие : [16+] / Е. В. Баранова, С. С. Куликова, Т. Н. Носкова [и др.] ; под ред. Е. В. Барановой ; Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. — Санкт-Петербург : Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (РГПУ), 2020. — 164 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=692454> (дата обращения: 02.09.2024). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-8064-2903-3. — Текст : электронный.
3. Шафрай, А. В. Графические редакторы дизайнера : учебное пособие : [16+] / А. В. Шафрай ; Кемеровский государственный университет. — Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2019. — 102 с. : ил. — Режим доступа: по под-

писке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600400> (дата обращения: 02.09.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8353-2423-1. – Текст : электронный.

4. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 02.09.2024). – Библиогр.: с. 174. – ISBN 978-5-4499-3059-0. – Текст : электронный.

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://edu.ru/	Российское образование: Федеральный портал. Включает ссылки на порталы и сайты образовательных учреждений; государственные образовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих программ.	Свободный доступ

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	https://e.lanbook.com/	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Лань	Регистрация через университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
3.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
4.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
5.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice;
- Photoshop;
- Corel Draw и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук и др.). Лабораторные занятия проводятся в специализированных аудиториях, оснащенных персональными компьютерами с установленным лицензионным и свободно распространяемым программным обеспечением и возможностью подключения к сети «Интернет».

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.