



ПРИЛОЖЕНИЕ 1 К ООП

УТВЕРЖДЕНО УЧЕНЫМ СОВЕТОМ ИСИ В СОСТАВЕ ООП

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ОРГАНИЗАЦИЯ ТВОРЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ

Образовательная программа

**Дизайн электронных изданий и моушн-дизайн**

Направление подготовки

**54.04.01 Дизайн**

Уровень высшего образования

**Магистратура**



**Разработчик программы:**

- Васерчук Юлия Анатольевна, заведующий кафедрой графического дизайна, канд. искусств., проф.

© Васерчук Юлия Анатольевна

© АНО ВО «Институт современного искусства»



## АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

<b>Цели:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>— всестороннее освоение компетенций (навыков, знаний умений), реализуемых дисциплиной «Организация творческих мероприятий»</li><li>— продвижение бренда «Институт современного искусства», творческой деятельности магистров и выпускников института в профессиональной среде дизайна</li></ul>
<b>Задачи:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>— развитие высокого уровня персональной ответственности за личное и коллективное продвижение в профессиональной дизайнерской сфере и за успех на современном рынке труда;</li><li>— формирование комплексного подхода к проектированию личного бренда и персонального портфолио, репутации в социальной среде;</li><li>— определение роли и значения презентации творческих работ при участии на выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях;</li></ul>
Компетенции обучающегося, формируемые в результате изучения дисциплины:	<b>ОПК-4</b>

### 1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

#### по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

<b>ОПК-4</b>	Способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу
<b>Знать:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>— формы взаимодействий в трудовых творческих коллективах; основы организации и проведения, а также участия в художественно-творческих мероприятиях, выставках, конкурсах, фестивалях; актуальные требования, предъявляемые к современным конкурсным, фестивальным, выставочным работам; методы разработки и реализации инновационных художественно-творческих мероприятий, презентаций, инсталляций и пр.; инструменты самореализации, проявления творческой инициативы;</li></ul>



<b>Уметь:</b>	— использовать стратегию сотрудничества в работе профессиональной команды при организации, проведении и участии в творческих мероприятиях: выставках, конкурсах, фестивалях, презентациях, инсталляциях; определять актуальные требования, предъявляемые к современным конкурсным фестивальным, выставочным работам; разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу;
<b>Владеть:</b>	— организаторскими навыками командной работы для осуществления профессиональной и творческой деятельности, участия в выставках, конкурсах, фестивалях, презентациях, инсталляциях и других творческих мероприятиях; навыками проявления творческой инициативы;

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ООП	<b>Б1.О.07</b>
-------------------	----------------

### 2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и компетенции, формируемые предыдущим уровнем подготовки — бакалавриатом и/или специалитетом.

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

- 3.1. Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 8 зачетных единиц (ЗЕ), 288 академических часов.
- 3.2. Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий (в академических часах):

Вид учебной работы	Кол-во академических часов по формам обучения	
	очная	очно -заочная



<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>288</b>	<b>288</b>
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), ВСЕГО:	128	64
Лекции (Л)	—	—
Семинары (С)	—	—
Практические занятия (ПЗ)	128	64
Консультации (Конс)	—	—
Самостоятельная работа студента (СРС)	160	224
Практическая подготовка	—	—
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		
Экзамен (Э)	—	—
Зачет (З)	0 час. (1 семестр)	0 час. (1 семестр)
	0 час. (2 семестр)	0 час. (2 семестр)
	0 час. (3 семестр)	0 час. (3 семестр)
Дифференцированный зачет (ДЗ)	0 час. (4 семестр)	0 час. (4 семестр)

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

4.1. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием для каждой темы:

- номера семестра учебного плана (УП);
- количества академических часов, отведенного на её изучение с распределением по видам учебных занятий:
  - «Лек» - лекционные,
  - «ПрЗ» / «ИнЗ» – групповые и мелкогрупповые практические занятия / индивидуальные занятия
  - «Конс» – групповые и мелкогрупповые практические занятия / индивидуальные занятия
  - «СРС» — самостоятельная работа студентов.
- формы текущего контроля успеваемости

Для очной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов и тем	№ сем. УП	Объем в часах (всего)	Лек	ПрЗ, ИнЗ, Конс	СРС	



Для очной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов и тем	№ сем. УП	Объем в часах (всего)	Лек	ПрЗ, ИнЗ, Конс	СРС	
1.	Организация и управление индивидуальным и коллективными творческими мероприятиями	1	36	—	16	20	Контроль освоения лекционного и практического материала, самостоятельной исследовательской и творческой работы, выполнения проектных заданий
2.	Методы управления творческим капиталом в высоко конкурентной профессиональной среде дизайна	1	36	—	16	20	Контроль освоения лекционного и практического материала, самостоятельной исследовательской и творческой работы, выполнения проектных заданий
3.	Основы брендинга и бренд-коммуникаций	2	36	—	16	20	Контроль освоения лекционного и практического материала, самостоятельной исследовательской и творческой работы, выполнения проектных заданий
4.	Специфика создания личного бренда	2	36	—	16	20	Контроль освоения лекционного и практического материала, самостоятельной исследовательской и творческой работы, выполнения проектных заданий



Для очной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов и тем	№ сем. УП	Объем в часах (всего)	Лек	ПрЗ, ИнЗ, Конс	СРС	
5.	Принципы и приемы бренд-коммуникаций в современной профессиональной социальной онлайн-среде	3	72	—	32	40	Контроль освоения лекционного и практического материала, самостоятельной исследовательской и творческой работы, выполнения проектных заданий
6.	Методы продвижения личных брендов посредством событийного менеджмента	4	72	—	32	40	Контроль освоения лекционного и практического материала, самостоятельной исследовательской и творческой работы, выполнения проектных заданий

Для очно-заочной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов и тем	№ сем. УП	Объем в часах (всего)	Лек	ПрЗ, ИнЗ, Конс	СРС	
1.	Организация и управление индивидуальными и коллективными творческими мероприятиями	1	36	—	8	28	Контроль освоения лекционного и практического материала, самостоятельной исследовательской и творческой работы, выполнения проектных заданий



Для очно-заочной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов и тем	№ сем. УП	Объем в часах (всего)	Лек	ПрЗ, ИнЗ, Конс	СР С	
2.	Методы управления творческим капиталом в высоко конкурентной профессиональной среде дизайна	1	36	—	8	28	Контроль освоения лекционного и практического материала, самостоятельной исследовательской и творческой работы, выполнения проектных заданий
3.	Основы брендинга и бренд-коммуникаций	2	36	—	8	28	Контроль освоения лекционного и практического материала, самостоятельной исследовательской и творческой работы, выполнения проектных заданий
4.	Специфика создания личного бренда	2	36	—	8	28	Контроль освоения лекционного и практического материала, самостоятельной исследовательской и творческой работы, выполнения проектных заданий
5.	Принципы и приемы бренд-коммуникаций в современной профессиональной социальной онлайн-среде	3	72	—	16	56	Контроль освоения лекционного и практического материала, самостоятельной исследовательской и творческой работы, выполнения проектных заданий





Для очно-заочной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов и тем	№ сем. УП	Объем в часах (всего)	Лек	ПрЗ, ИнЗ, Конс	СР С	
6.	Методы продвижения личных брендов посредством событийного менеджмента	4	72	—	16	56	Контроль освоения лекционного и практического материала, самостоятельной исследовательской и творческой работы, выполнения проектных заданий

#### 4.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по разделам

##### 1) Организация и управление индивидуальными и коллективными творческими мероприятиями

Виды и классификации творческих мероприятий; принципы определения актуальных требований, предъявляемых к современным конкурсным фестивальным, выставочным работам; особенности проведения и трансляции творческих мероприятий в области дизайна в эру цифрового перехода;

##### 2) Управление творческим капиталом в высоко конкурентной профессиональной среде дизайна

Методы нахождения индивидуального творческого почерка, стиля, метода художественного самовыражения, самобытности и определение их как факторов идентичности в профессии; принципы создания высоко конкурентных творческих работ; методы управления творческим капиталом;

##### 3) Основы брендинга и бренд-коммуникаций

Понятийно-категориальный аппарат брендинга; основные факторы, особенности и тенденции формирования современных брендов: этапы создания брендов; методы и механизмы стратегического управления брендами, регулирования их жизненных циклов, основы бренд-коммуникаций.

##### 4) Специфика создания личного бренда

Особенности создания и продвижения личных брендов; идеологическая платформа бренда, методы визуальной интерпретации, дополнения, уточнения концепции личного бренда;

##### 5) Принципы и приемы бренд-коммуникаций в современной профессиональной социальной онлайн-среде



Роль и место бренд-коммуникаций в повышении конкурентоспособности брендов (персональных брендов); определение средств и инструментов визуальных бренд-коммуникаций; обозначение основных каналов, контентных единиц, алгоритмических установок коммуникативной политики в онлайн-среде;

**б) Методы продвижения личных брендов посредством событийного менеджмента**

Определение роли и задач творческих мероприятий и событий в продвижении личного бренда; создание персональных бренд-коммуникаций с использованием современной выставочной среды, конкурсных, фестивальных и прочих профессиональных мероприятий;

**5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

5.1. Содержание и формы самостоятельной работы обучающихся в процессе освоения дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам).

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Кол-во часов на СРС	Содержание и формы СРС	КОД формируемой компетенции
1.	Организация и управление индивидуальными коллективными творческими мероприятиями	20	Работа с литературой и Интернет-источниками, выполнение исследований и аналитики по темам заданий; создание проектных концепций и творческих работ; участие в выставках, фестивалях и прочих творческих мероприятиях;	ОПК-5
2.	Методы управления творческим капиталом в высоко конкурентной профессиональной среде дизайна	20	Работа с литературой и Интернет-источниками, выполнение исследований и аналитики по темам заданий; создание проектных концепций и творческих работ; участие в выставках, фестивалях и прочих творческих мероприятиях;	ОПК-5
3.	Основы брендинга и бренд-коммуникаций	20	Работа с литературой и Интернет-источниками, выполнение исследований и аналитики по темам заданий; создание проектных концепций и творческих работ; участие в выставках, фестивалях и прочих творческих мероприятиях;	ОПК-5



4.	Специфика создания личного бренда	20	Работа с литературой и Интернет-источниками, выполнение исследований и аналитики по темам заданий; создание проектных концепций и творческих работ; участие в выставках, фестивалях и прочих творческих мероприятиях;	ОПК-5
5.	Принципы и приемы бренд-коммуникаций в современной профессиональной социальной онлайн-среде	40	Работа с литературой и Интернет-источниками, выполнение исследований и аналитики по темам заданий; создание проектных концепций и творческих работ; участие в выставках, фестивалях и прочих творческих мероприятиях;	ОПК-5
6.	Методы продвижения личных брендов посредством событийного менеджмента	40	Работа с литературой и Интернет-источниками, выполнение исследований и аналитики по темам заданий; создание проектных концепций и творческих работ; участие в выставках, фестивалях и прочих творческих мероприятиях;	ОПК-5

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, таких как: аналитика и разбор конкретных проектных технологий, дизайн-концепций и дизайнерских объектов, сред и систем; моделирование проектных процессов и различных ситуаций в профессиональной среде дизайна; проведение деловых и ролевых игр; психологические и иные тренинги. В сочетании с внеаудиторной работой активные и интерактивные формы проведения занятий способствуют формированию и развитию профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных дизайн-бюро, рекламных агентств и прочих организаций, чья деятельность связана с дизайном, мастер-классы экспертов и специалистов в области дизайна.

### 6.1. Методы и средства организации и реализации образовательного процесса:

#### а) методы и средства, направленные на теоретическую подготовку:

- лекция;
- семинар;



- практические занятия (индивидуальные и групповые, в том числе мелкогрупповые занятия по проектным дисциплинам и дисциплинам в области теории, истории искусства и дизайна),
- самостоятельная работа студентов;
- коллоквиум;
- консультация

**б) методы и средства, направленные на практическую подготовку:**

- индивидуальные и групповые, в том числе мелкогрупповые занятия по проектным дисциплинам;
- мастер-классы преподавателей и приглашенных специалистов в области дизайна;
- учебная и производственная практика;
- самостоятельная работа студентов;
- курсовая творческая работа;
- курсовой дизайн-проект.

При реализации дисциплины применяются следующие виды учебной работы:

**Практическое занятие** – групповое, мелкогрупповое, индивидуальное занятие, предполагающие приоритетное использование интерактивных форм обучения.

Практические занятия играют важную роль в выработке у обучающихся навыков применения полученных знаний для решения практических задач совместно с преподавателем.

Важной стороной любой формы практических занятий являются творческие (проектные) работы, выполненные по заданию преподавателя. Одновременно с постановкой задачи преподавателем может быть представлен пример, образец выполненного ранее творческого (проектного) задания или аналогичной работы, которая подробно разбирается и анализируется. Как правило, основное внимание уделяется формированию конкретных умений, навыков, что и определяет содержание практической деятельности студентов. Творческая работа выполняется графическими, цвето-графическими, цифровыми, фотографическими и прочими средствами, с использованием соответствующих заданию программных продуктов в различных техниках: набросок, рисунок, объемно-пространственная композиция, компьютерная графика и т.п. Выбор аппаратных средств, программных продуктов и их инструментов; а также материалов, техник, методов и средств выполнения задания определяется преподавателем или обучающимся самостоятельно. Основным критерием данного выбора является достижение визуальной выразительности в решении поставленных художественных, композиционных, проектных, информационно-технологических и прочих задач.



В практических занятиях обращается особое внимание на формирование у студентов способности к осмыслению и пониманию художественного, проектного, информационно-технологического, организационно-управленческого типов дизайнерской деятельности. В этих целях студентами под контролем преподавателя осуществляется устная и письменная аналитика собственных и чужих творческих работ, представленных по теме задания.

Практические занятия организованы таким образом, чтобы студенты постоянно ощущали нарастание сложности выполняемых заданий, испытывали положительные эмоции от переживания собственного успеха, были заняты напряженной творческой работой, поисками ярких дизайнерских решений. Большое значение имеют индивидуальный подход и продуктивное педагогическое общение, при котором обучаемые получают возможность раскрыть и проявить свои творческие способности, свой личностный потенциал. Поэтому при разработке заданий и плана занятий учитывается особенности творческого дарования, уровень подготовки и интересы каждого студента индивидуально.

При проведении практических занятий учитывается роль повторения и закрепления освоенного материала. Повторение проводится вариативно, материал практического занятия рассматривается под новым углом зрения, формируются дополнительные подходы к решению поставленных задач, выявляются возможности качественного роста и совершенствования в творческой работе.

*Примерная структура практического занятия:*

1. Организационная часть (проверка присутствующих, разделение на группы).
2. Мотивация к учебной деятельности: преподаватель сообщает цель занятия и значение изучаемого материала, формируемых знаний и умений для дальнейшей учебы студентов, а также профессиональной дизайнерской деятельности.
3. Актуализация опорных знаний: преподаватель, задавая вопросы, извлекает из памяти студентов базовые сведения, необходимые для изучения темы занятия.
4. Разбор теоретического материала, необходимого для успешного выполнения практической творческой работы: рассказ преподавателя (микролекция), устный индивидуальный или фронтальный опрос студентов, беседа и т.п.
5. Общая ориентировочная основа самостоятельных действий студентов на занятии: преподаватель сообщает: что и как студенты должны делать, выполняя творческие работы.
6. Контроль успешности выполнения студентами учебных заданий: устный индивидуальный или фронтальный опрос, консультации преподавателя в процессе выполнения студентом практических заданий.



7. Просмотр. Коллективное и индивидуальное обсуждение творческих работ, концептуальных разработок, проектных решений.
8. Подведение итогов, выводы, оценка практической деятельности.
9. Сообщение домашнего задания.

Подготовка к практическим занятиям предполагает предварительную самостоятельную работу студентов в соответствии с методическими разработками по каждой запланированной теме.

**Самостоятельная работа обучающихся.** Самостоятельная работа представляет собой обязательную часть дисциплины, выражаемую в зачетных единицах и выполняемую обучающимся в соответствии с заданиями преподавателя. Результат самостоятельной работы контролируется преподавателем. Самостоятельная работа может выполняться обучающимся в аудиториях, библиотеке, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Самостоятельная работа обучающихся подкрепляется учебно-методическим и информационным обеспечением, включающим учебники, учебно-методические пособия, конспекты лекций, аудио и видео материалами и т.д.

#### **Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

- 1) Словарь терминов и персоналий по дисциплине
- 2) Индивидуальная рабочая тетрадь (папка), включающая:
  1. Списки творческих заданий по дисциплине и все сопутствующие методические указания по исполнению творческих заданий;
  2. Рабочая папка, содержащая самостоятельные творческие работы (файлы) на разном уровне их готовности, распечатки творческих работ по дисциплине;
  3. Коллекции образцов дизайна, способствующих выполнению творческого задания;
  4. План-график ведения творческих работ по дисциплине;
  5. Оценочный лист, содержащий оценки и рекомендации по работе над творческими заданиями.
- 3) Дидактические материалы — презентационные материалы (распечатки, слайды, фотоматериалы, художественные альбомы, каталоги художественных и дизайнерских выставок, также прочие материалы, способствующие раскрытию материала по дисциплине); учебные видеозаписи; каталоги и презентации и т.п.
- 4) Технические средства обучения видео-, фотоаппаратура, иные демонстрационные средства; проекторы, ноутбуки, персональный



компьютер и прочие профессиональные аппаратные средства индивидуального пользования, множительная техника (МФУ);

5) Другие элементы

Методические материалы в виде электронных ресурсов находятся в открытом доступе в методическом кабинете деканата.

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд контрольных заданий, перечень форм и процедур, предназначенных для определения качества освоения обучающимися учебного материала, а так же методические указания по освоению дисциплины (модуля), описываются в отдельном документе «Оценочные средства дисциплины».

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### 8.1. Основная литература:

№ п/п	Авторы /составители	Наименование (заглавие)	Издательство, год
1	Дроздова Г.И.	Научно-исследовательская и творческая работа в семестре : учебное пособие	Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2013 <a href="http://www.iprbookshop.ru/18258.html">http://www.iprbookshop.ru/18258.html</a>
2	Кэтмелл Эд, Уоллес Эми	Корпорация гениев: Как управлять командой творческих людей	Москва : Альпина Паблишер, 2019 <a href="http://www.iprbookshop.ru/82836.html">http://www.iprbookshop.ru/82836.html</a>
3	Семенчук В.	101 способ раскрутки личного бренда: Как сделать себе имя	Москва : Альпина Паблишер, 2019. <a href="http://www.iprbookshop.ru/82420.html">http://www.iprbookshop.ru/82420.html</a>
4	Рябых А.	Персональный бренд : создание и продвижение	Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2015 <a href="http://www.iprbookshop.ru/39333.html">http://www.iprbookshop.ru/39333.html</a>
5	Том Питерс	Преврати себя в бренд! : 50 верных способов перестать быть посредственностью	Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013 <a href="http://www.iprbookshop.ru/39356.html">http://www.iprbookshop.ru/39356.html</a>

### 8.2. Дополнительная литература:



№ п/п	Авторы /составители	Наименование (заглавие)	Издательство, год
1	Есикова И.В.	Ключевые правила организации выставки	Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. <a href="http://www.iprbookshop.ru/832.html">http://www.iprbookshop.ru/832.html</a>
2	Алексеев А.	К выставке готов! Экспотренинг	Москва : Альпина Пабlishер, 2018. <a href="http://www.iprbookshop.ru/82602.html">http://www.iprbookshop.ru/82602.html</a>
3	Тимофеева Ю.Ф.	Основы творческой деятельности. Часть 1. Эвристика, ТРИЗ : учебное пособие	Москва : Прометей, 2012 <a href="http://www.iprbookshop.ru/18596.html">http://www.iprbookshop.ru/18596.html</a>
4	Дэвид Голдстейн, Отто Крегер	Творческая личность : как использовать сильные стороны своего характера для развития креативности	Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014 <a href="http://www.iprbookshop.ru/39426.html">http://www.iprbookshop.ru/39426.html</a>
5	Илюхин Л.К.	Преддипломная научно-творческая производственная практика : научно-методическое пособие для студентов специальностей	Астрахань : Астраханский инженерно-строительный институт, ЭБС АСВ, 2010 <a href="http://www.iprbookshop.ru/60803.html">http://www.iprbookshop.ru/60803.html</a>
6	Альминдеров В.В., Гиза Тереза, Завалко Н.А.	Интеллектуальная и творческая одаренность. Междисциплинарный подход : монография	Москва : Научный консультант, 2017 <a href="http://www.iprbookshop.ru/75455.html">http://www.iprbookshop.ru/75455.html</a>
7	Нолан Бушнелл, Джин Стоун	В поисках нового Стива Джобса. Как найти, нанять, удержать и развить творческие таланты	Москва : ДМК Пресс, 2018 <a href="http://www.iprbookshop.ru/89563.html">http://www.iprbookshop.ru/89563.html</a>
8	Ташкеева Г.К.	Творческая деятельность студентов в образовательной среде высших учебных заведений : монография	Алматы : Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2017 <a href="http://www.iprbookshop.ru/93770.html">http://www.iprbookshop.ru/93770.html</a>





№ п/п	Авторы /составители	Наименование (заглавие)	Издательство, год
9	Дробо Кевин	Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности	Москва : Альпина Бизнес Букс, 2019 <a href="http://www.iprbookshop.ru/82485.html">http://www.iprbookshop.ru/82485.html</a>
10	Мужицкая Т., Белашева И.	Измени жизнь, оставаясь собой: Личный ребрендинг	Москва : Альпина Паблишер, 2019 <a href="http://www.iprbookshop.ru/82962.html">http://www.iprbookshop.ru/82962.html</a>
11	Калошина И.П.	Психология творческой деятельности : учебное пособие для студентов вузов	Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 <a href="http://www.iprbookshop.ru/81555.html">http://www.iprbookshop.ru/81555.html</a>

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ"

### 9.1. Современные профессиональные базы данных

№ п/п	Имя сайта (или ссылки)	Краткое описание Интернет-ресурса
1.	<a href="https://xn--90ax2c.xn--p1ai/">https://xn--90ax2c.xn--p1ai/</a>	Национальная электронная библиотека (НЭБ)
2.	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a>	Университетская информационная система РОССИЯ
3.	<a href="http://rosdesign.com/">http://rosdesign.com/</a>	интернет-ресурс теоретических статей и практических рекомендаций по дизайну на русском языке
4.	<a href="https://www.behance.net/">https://www.behance.net/</a>	сайт, собравший в себе портфолио художников, дизайнеров и людей искусства со всего мира
5.	<a href="http://designyoutrust.com">designyoutrust.com</a>	ежедневный дизайнерский журнал, публикующий статьи о новых направлениях в дизайне, новости и события, дизайнерские портфолио и выборочные дизайнерские проекты со всего мира
6.	<a href="http://kak.ru">http://kak.ru</a> - Журнал [как)	периодическое издание по дизайну, графическому дизайну
7.	<a href="http://www.compuart.ru">http://www.compuart.ru</a>	ежемесячный электронный журнал по полиграфии, дизайну и компьютерной графике
8.	<a href="http://www.vektorjunkie.com/">http://www.vektorjunkie.com/</a>	русский pdf-журнал о графике, фотографии и музыке.
9.	<a href="http://www.digital-temple.com/">http://www.digital-temple.com/</a>	Журнал о цифровой фотографии, дизайне, искусстве и стиле жизни на английском языке



10.	<a href="http://www.vektorjunkie.com/">http://www.vektorjunkie.com/</a>	Журнал о дизайне, искусстве, моде, культуре
11.	<a href="http://www.digitalartsonline.co.uk/tutorials/">http://www.digitalartsonline.co.uk/tutorials/</a>	Digital Arts – британский журнал, имеющий печатную и электронную версию. Он посвящен всему цифровому и креативному: в этот разряд попадают графический дизайн, 3D, анимация, видео, спецэффекты, веб-дизайн и интерактивный дизайн.
12.	<a href="http://hypebeast.com">hypebeast.com</a>	модный журнал о дизайне и культуре
13.	<a href="https://www.brandme.agency/#main">https://www.brandme.agency/#main</a>	персональный бренд и есть та точка опоры, с помощью которой люди переворачивают мир к лучшему
14.	<a href="https://changellenge.com/article/lichnyy-brend-zayavi-o-sebe/">https://changellenge.com/article/lichnyy-brend-zayavi-o-sebe/</a>	Личный бренд: как создать и зачем он нужен
15.	<a href="https://www.cossa.ru/trends/277794/">https://www.cossa.ru/trends/277794/</a>	10 сервисов для развития личного бренда

## 9.2. Информационные справочные системы

- Портал «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»  
<http://window.edu.ru/window>.
- Словарь дизайнерских терминов  
[https://blog.romashin-design.com/dictionary\\_designer](https://blog.romashin-design.com/dictionary_designer)
- Термины дизайна – Словарь основных дизайн терминов  
<http://miloskiy.com/terminy-dizajna-slovar-dizajn-terminov/>
- 48 терминов из дизайна  
<https://www.amocrm.ru/blog/22/15023920/>
- Словарь дизайнера  
<https://point.bangbangeducation.ru/sovet-po-kulture/designers-dictionary>
- Словарь дизайн-терминов  
<https://rosdesign.com/design/slovarofdesign.htm>
- Словарь «дизайнерского сленга» от А до W  
<http://www.lookatme.ru/mag/live/experience-news/210307-design>
- Термины графического дизайна  
<https://spark.ru/startup/logo/blog/35605/termini-graficheskogo-dizajna-dlya-ne-dizajnera>

## 10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ,



**используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Googlechrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»)

**11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Вид учебной работы	Тип аудитории с описанием материально-технического обеспечения
<b>Лекция</b>	<i>Аудитории для проведения лекционных занятий, оборудованные:</i> <ul style="list-style-type: none"><li>— стационарным или переносным мультимедийным комплексом для презентаций; маркерной доской; столами, стульями;</li></ul>
<b>Практическое занятие</b>	<i>Аудитории для проведения практических занятий, оборудованные:</i> <ul style="list-style-type: none"><li>— компьютерами, принтером, сканером, копировальным аппаратом; столами, стульями;</li></ul>
<b>Консультации</b>	<i>Аудитории для проведения консультаций, оборудованные:</i> <ul style="list-style-type: none"><li>— стационарным или переносным мультимедийным комплексом для презентаций; маркерной доской; столами, стульями;</li><li>— компьютерами, принтером, сканером, копировальным аппаратом; столами, стульями;</li></ul>



## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

Дата внесения изменений	Краткое описание изменений, внесенных в РПД
2021	<i>Актуализированы списки литературы, обновлен перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i>