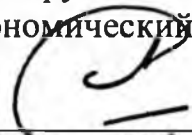


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


_____ А.В. Егоров
«21» 06 _____ 2024 г.
Регистрационный № УД-
5974-24 /уч.

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальности
6-05-0412-05 «Рекламная деятельность»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-05-0412-05-2023 и учебных планов учреждения образования по специальности 6-05-0412-05 «Рекламная деятельность».

СОСТАВИТЕЛИ:

Е.Ю. Шаврук, доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

О.А. Синявская, доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Н.Н. Ворошилина, заведующий кафедрой управления и социальной работы Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный социальный университет», кандидат педагогических наук, доцент;

О.В. Гулина, заместитель декана факультета экономики и менеджмента учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат физико-математических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 13 от 16.05.2024);

Методической комиссией по специальностям «Маркетинг», «Логистика», «Рекламная деятельность» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 7 от 21.05.2024);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 8 от 27.06 2024).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Графический дизайн» направлена на формирование у студентов культуры восприятия предметного мира, образно-пространственное и абстрактное мышление, позволяющее интерпретировать абстрактную информацию в визуальные образы, что необходимо в их профессиональной деятельности.

Цель преподавания учебной дисциплины «Графический дизайн» – ознакомление студентов с основами графического дизайна, развитие навыков по работе с цветом, шрифтами, формой, пространством и дизайн-композицией с использованием алгоритмов и методов компьютерной графики в области создания рекламного продукта и его элементов.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- развитие навыков по работе с цветом, формой и дизайн-композицией;
- формирование представления о реализации алгоритмов компьютерной графики, особенностях восприятия растровых, векторных и фрактальных изображений;
- изучение особенностей использования алгоритмов и методов компьютерной графики при проектировании рекламы.

В результате изучения учебной дисциплины «Графический дизайн» формируется следующая **специализированная компетенция**:

- СК-4. Создавать графические образы и шрифтовые композиции, работать с цветом, формой и дизайном при проектировании элементов фирменного стиля и рекламных продуктов.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основы графического дизайна;
- основы построения и анализа изображений;
- основы композиции, пропорции и перспективы;
- особенности восприятия изображений;
- классификацию шрифтов;
- методы и формы визуального представления информации в рекламе;
- технологии компьютерной графики;

уметь:

- анализировать графические образы;
- создавать элементы систем знаков (информационных, коммуникационных, предупреждающих);
- создавать шрифтовые композиции;
- создавать элементы фирменного стиля;
- работать в графическом редакторе;

владеть:

- навыками использования алгоритмов и методов компьютерной графики при проектировании рекламы;

– технологиями и методами работы с цветом, формой и дизайн-композицией при создании рекламных продуктов.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина «Графический дизайн» относится к модулю «Технологии разработки рекламной продукции» компонента учреждения образования.

Учебная дисциплина «Графический дизайн» является основой для изучения дисциплины «Технологии разработки рекламной продукции», «Инновации и креатив в рекламе». Для успешного усвоения учебной дисциплины «Графический дизайн» необходимы знания и умения, полученные в результате изучения учебных дисциплин «Семиотика» и «Технологии цифрового производства».

Форма получения образования – дневная, заочная (на базе ССО).

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины «Графический дизайн» отводится:

– для дневной формы получения образования общее количество учебных часов – 108, аудиторных – 52 часа, из них лекции 26 часов, практические занятия – 10 часов, лабораторные занятия – 16 часов.

Самостоятельная работа студента: 56 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам: для дневной формы получения образования 3 семестр – лекции 26 часов, практические занятия – 10 часов, лабораторные занятия – 16 часов.

– для заочной формы получения образования (на базе ССО) общее количество учебных часов – 108, аудиторных – 12 часов, из них лекции – 4 часа, практические занятия – 4 часа, лабораторные занятия – 4 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам для заочной формы получения образования (на базе ССО): 2 сессия: лекции – 2 часа; 3 сессия: лекции 2 часа, практические занятия – 4 часа, лабораторные занятия – 4 часа.

Самостоятельная работа студента: 96 часов.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Основные понятия графического дизайна

Роль, место и задачи курса в комплексе специальных дисциплин в подготовке специалиста по рекламе. Графический дизайн как визуальная составляющая имиджа компании.

Зрительное восприятие формы и пространства. Последовательность. Избирательность. Реакция на движение. Запоминаемость. Целостность восприятия. Константность. Соотносительность. Иллюзорность при восприятии графики. Перспектива. Тени. Ассоциативность и образность. Выразительность графических объектов.

Тема 2. Основы композиции

Виды композиции (фронтальная, объемная, пространственная). Принципы построения композиции. Средства выразительности композиции. Типы композиции (сюжетно-изобразительная, декоративно-тематическая, предметных форм, формальная). Связи и отношения между элементами формальной композиции. Статичная и динамичная формальная композиция.

Тема 3. Цветоведение (колористика)

Природа цвета. Колориметрические круги. Пространственная цветовая модель Оствальда. Цветовые контрасты. Передача глубины цвета пространством. Влияние освещения на цвет. Эмоциональное воздействие цвета. Психологическое восприятие отдельных цветов и их сочетаний. Компьютерные цветовые модели.

Тема 4. Шрифты

Шрифт как объект графического дизайна. Краткая история шрифтов. Классификация шрифтов. Основные элементы построения букв. Начертание. Компьютерные технологии создания шрифтов. Создание эффективных публикаций. Выбор шрифта для текстового документа. Основные элементы публикации. Форма печатного документа. Модульная сетка. Шрифт в рекламных композициях. Создание публикаций рекламного характера, композиция текста и изображения.

Тема 5. Современный рекламный дизайн

Визуальные средства рекламы. Фирменный стиль. Товарный знак. Логотип. Принципы создания логотипов. Композиция фирменного знака. Знак-индекс как частный случай формальной композиции. Стилизация объекта по собственному или заданному свойству. Изобразительный знак. Знак на основе шрифтовых элементов. Комбинированные знаки. Особенности различных видов печатной рекламной продукции.

Тема 6. Компьютерная графика

Виды компьютерной графики. Растровая, векторная и фрактальная графика. Программные продукты для работы с различными видами компьютерной графики. Технические требования к рекламным материалам в компьютерных форматах. Требования к файлам в растровом формате. Векторизация растрового изображения.

Тема 7. Дизайн web-страниц

Общие принципы дизайна Web-страниц. Структура сайта. Типы страниц. Особенности отображения текста, цвета. Технические приемы использования цвета. Выразительность цвета. Роль цвета в формировании образа сайта. Оптимизация фотографии для размещения в интернет. Особенности сохранения веб-графики. Создание баннеров. Перспективы развития Web-дизайна.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН»

Дневная форма получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия	лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
3 семестр										
Тема 1	Основные понятия графического дизайна	2							[2, 3, 6, 16, 17]	
Тема 2	Основы композиции	2				2			[2, 3, 12, 16]	Тест
Тема 3	Цветоведение (колористика)	2							[2, 3, 6, 8]	
	Лабораторное занятие «Разработка логотипа как элемента фирменного стиля с использованием принципов колористики»				4				[2, 3, 6, 8]	Творческая работа
Тема 4	Шрифты	2							[2, 3, 14]	
	Лабораторное занятие «Выбор шрифта для фирменного стиля и разработка визитки с его использованием»				4				[2, 3, 14]	Отчет о выполнении лабораторной работы
Тема 5	Современный рекламный дизайн					2			[2, 3, 7, 13]	Тест
	Лабораторное занятие «Рекламный дизайн элементов фирменного стиля»				4				[2, 3, 7, 13]	Контрольная работа
	Практическое занятие «Подготовка и оформление реферата по рекламному дизайну»						4			Реферат

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 6	Компьютерная графика	2							[1, 9-11, 15]	
	Практическое занятие «Подготовка презентации с использованием компьютерной графики»						4		[1, 9-11, 15]	Презентация
	Практическое занятие «Защита реферата по графическому дизайну с презентацией с использованием мультимедийных технологий»		2						[1, 9-11, 15]	Защита реферата
	Лабораторное занятие «Анализ современного состояния рынка программного обеспечения, используемого для графического дизайна»				4				[1, 9-11, 15]	Контрольная работа
Тема 7	Дизайн Web-страниц					2			[4, 5]	Тест
Итого 3 семестр		10	2		16	6	8			Экзамен
Всего часов		10	2		16	6	8			

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН»

Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
2 сессия							
Тема 1	Основные понятия графического дизайна	2				[2, 3, 6, 16, 17]	
Итого 2 сессия		2					
3 сессия							
Тема 2	Основы композиции	0,5				[2, 3, 12, 16]	
Тема 3	Цветоведение (колористика)	0,5				[2, 3, 6, 8]	
Тема 4	Шрифты	0,5				[2, 3, 14]	
Тема 5	Современный рекламный дизайн					[2, 3, 7, 13]	
	Лабораторное занятие «Разработка логотипа и визитки с учетом современных тенденций рекламного дизайна»				2	[2, 3, 7, 13]	Творческая работа
Тема 6	Компьютерная графика					[1, 9-11, 15]	
	Практическое занятие «Защита реферата с презентацией с использованием компьютерной графики»		4			[1, 9-11, 15]	Реферат
	Лабораторное занятие «Анализ современного состояния рынка программного обеспечения, используемого для графического дизайна»				2	[1, 9-11, 15]	Отчет
Тема 7	Дизайн Web-страниц	0,5				[4, 5]	
Итого 3 сессия		2	4		4		Экзамен
Всего часов		4	4		4		

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Немцова, Т.И. Компьютерная графика и web-дизайн: учебное пособие: для студентов, обучающихся по УТС 09.02.00 «Информатика и вычислительная техника» / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин; под ред. Л.Г. Гагариной. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. – 399 с.
2. Луптон, Э. Графический дизайн. Базовые концепции / Э. Луптон, Филлипс Дж.К.; [пер. Н. Римицан]. – 2-е изд., доп. и расш. – Санкт-Петербург: Питер, 2017. – 256 с.
3. Леборг, К. Графический дизайн = Visual Grammar / К. Леборг; [перевела с англ. Н. Римицан]. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2017. – 93 с.
4. Дронов, В.А. Laravel. Быстрая разработка современных динамических Web-сайтов на PHP, MySQL, HTML и CSS / В.А. Дронов. – Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2018. – 750 с.
5. Дакетт, Дж. HTML и CSS. Разработка и создание веб-сайтов / Дж. Дакетт; [пер. с англ. М.А. Райтман]. – М.: Эксмо, 2020. – 474 с.

Дополнительная:

6. Андерсон, Г. Idea book. Графический дизайн / Г. Андерсон, С. Хеллер. – СПб.: Питер, 2017. – 120 с.
7. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама: самоучитель / В.Д. Курушин. – Изд. 2-е, стер. – М.: ДМК, 2012. – 270 с.
8. Рац, А.П. Основы цветоведения и колористики. Цвет в живописи, архитектуре и дизайне: Курс лекций / А.П. Рац. – М.: МГСУ, 2014. – 128 с.
9. Компьютерные информационные технологии: практикум для студентов заочной формы обучения / [М.Н. Садовская и др.]. – Минск: БГЭУ, 2015. – 183 с.
10. Техническое и программное обеспечение информационных технологий: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / [М.Н. Садовская и др.; под общ. ред. М.Н. Садовской]. – Минск: БГЭУ, 2017. – 271 с.
11. Комолова, Н.В. Самоучитель CorelDRAW 2020 / Н.В. Комолова, Е.С. Яковлева. – СПб.: БХВ-Петербург, 2021. – 416 с.
12. Корякина, Г.М. Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий: учебное пособие / Г.М. Корякина, С.А. Бондарчук. – Липецк: Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018. – 93 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576869> (дата обращения: 18.03.2022). – ISBN 978-5-88526-976-6. – Текст: электронный.

13. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л. М. Дмитриева. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 239 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684750> (дата обращения: 18.03.2022). – ISBN 978-5-238-01525-5. – Текст: электронный.

14. Безрукова, Е.А. Шрифтовая графика: учебное наглядное пособие: учебное пособие / Е.А. Безрукова, Г.Ю. Мхитарян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Факультет визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2017. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487657> (дата обращения: 18.03.2022). – ISBN 978-5-8154-0407-6. – Текст: электронный.

15. Шульдова, С.Г. Компьютерная графика: учебное пособие / С.Г. Шульдова. – Минск: РИПО, 2020. – 301 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599804> (дата обращения: 18.03.2022). – ISBN 978-985-503-987-8. – Текст: электронный.

16. Пендикова, И.Г. Графический дизайн: стилевая эволюция: монография / под ред. проф. Л.М. Дмитриевой. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2022. – 160 с. – ISBN 978-5-9776-0373-7. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1859023> (дата обращения: 18.03.2022). – Режим доступа: по подписке.

17. Мус, Р. Управление проектом в сфере графического дизайна / Мус Р., Эррера О. – М.: Альпина Пабли., 2016. – 220 с.: ISBN 978-5-9614-2246-7. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/926090> (дата обращения: 18.03.2022). – Режим доступа: по подписке.

Перечень вопросов для проведения экзамена

1. Графический дизайн как визуальная составляющая имиджа компании.
2. Зрительное восприятие формы и пространства.
3. Виды композиции (фронтальная, объемная, пространственная).
4. Принципы построения композиции.
5. Средства выразительности композиции.
6. Типы композиции.
7. Связи и отношения между элементами формальной композиции.
8. Статичная и динамичная формальная композиция.
9. Природа цвета.
10. Колометрические круги.
11. Пространственная цветовая модель Оствальда.
12. Цветовые контрасты.
13. Передача глубины цвета пространством.
14. Влияние освещения на цвет.
15. Эмоциональное воздействие цвета.
16. Психологическое восприятие отдельных цветов и их сочетаний.
17. Компьютерные цветовые модели.
18. Шрифт как объект графического дизайна.
19. Классификация шрифтов.
20. Основные элементы построения букв.
21. Компьютерные технологии создания шрифтов.
22. Выбор шрифта для текстового документа.
23. Шрифт в рекламных композициях.
24. Создание публикаций рекламного характера.
25. Визуальные средства рекламы.
26. Принципы создания логотипов.
27. Композиция фирменного знака.
28. Знак-индекс как частный случай формальной композиции.
29. Стилизация объекта по собственному или заданному свойству.
30. Изобразительный знак.
31. Знак на основе шрифтовых элементов.
32. Комбинированные знаки.
33. Особенности различных видов печатной рекламной продукции.
34. Растровая, векторная и фрактальная графика.
35. Программные продукты для работы с различными видами компьютерной графики.
36. Технические требования к рекламным материалам в электронных форматах.
37. Требования к файлам в растровом формате.
38. Векторизация растрового изображения.
39. Общие принципы дизайна Web-страниц.
40. Перспективы развития Web-дизайна.

Примерный перечень заданий управляемой самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

1. По лекциям:
 - 1.1. Тест в Moodle по основным понятиям графического дизайна (2 ч.).
 - 1.2. Тест в Moodle по современному рекламному дизайну (2 ч.).
 - 1.3. Тест в Moodle по дизайну web-страниц (2 ч.).
2. По практическим занятиям:
 - 2.1. Подготовка и оформление реферата по выбранной теме (4 ч.).
 - 2.2. Подготовка презентации с использованием компьютерной графики (4 ч.).

Перечень лабораторных занятий

1. Разработка логотипа как элемента фирменного стиля с использованием принципов колористики.
2. Выбор шрифта для фирменного стиля и разработка визитки с его использованием.
3. Рекламный дизайн элементов фирменного стиля.
4. Анализ современного состояния рынка программного обеспечения, используемого для графического дизайна.

Перечень компьютерных программ, наглядных и других пособий, методических указаний и материалов, технических средств обучения, оборудования для выполнения лабораторных работ

1. Компьютер или ноутбук с доступом в Интернет.
2. Операционная система MS Windows.
3. Libre Office или иной текстовый редактор.
4. Paint 3D или иной графический редактор.
5. Браузер MS Edge или иной браузер для доступа в Интернет.
6. Интерактивная доска или интерактивная панель.

Перечень тем рефератов

1. Зрительное восприятие формы и пространства.
2. Иллюзорность при восприятии графики.
3. Перспектива. Использование при создании рекламной продукции.
4. Тени. Использование при создании рекламной продукции.
5. Ассоциативность и образность.
6. Виды композиции (фронтальная, объемная, пространственная).
7. Типы композиции (сюжетно-изобразительная, декоративно-тематическая, предметных форм, формальная).
8. Статичная и динамичная формальная композиция.
9. Цветовые контрасты.

10. Эмоциональное воздействие цвета.
11. Психологическое восприятие отдельных цветов и их сочетаний.
12. История шрифтов.
13. Классификация шрифтов.
14. Шрифт в рекламных композициях.
15. Создание публикаций рекламного характера, композиция текста и изображения.
16. Визуальные средства рекламы.
17. Товарные знаки и логотипы.
18. Принципы создания логотипов.
19. Обзор программных продуктов, предназначенных для создания графических объектов.
20. Программа Photoshop: история развития, особенности работы.
21. Программа Corel Draw: история развития, особенности работы.
22. Специализированные программы для создания визиток.
23. Общие принципы дизайна Web-страниц.
24. Роль цвета в формировании образа сайта.
25. Создание баннера (пример).
26. Создание визитки (пример).
27. Создание логотипа (пример).
28. Использование рекламных графических объектов в социальных сетях.
29. Перспективы развития компьютерной графики.
30. Перспективы развития Web-дизайна.

Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине «Графический дизайн» важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 56 часов, заочной формы получения образования на базе ССО – 96 часов.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины «Графический дизайн» используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения индивидуальных задач в аудитории во время проведения лабораторных занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;
- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- выполнение индивидуальных работ по поиску информации в соответствии с тематикой рефератов, вариантами заданий к лабораторным работам;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- подготовка к практическим и лабораторным занятиям, в том числе подготовка сообщений, информационных и демонстративных материалов, рефератов, презентаций и т.д.;
- подготовка отчетов по результатам выполнения лабораторных работ;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- составление обзора научной (научно-технической) литературы по заданной теме;
- выполнение информационного поиска и составление тематической подборки литературных источников, интернет-источников;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, реферирование, рецензирование, составление резюме);
- подготовка к промежуточной аттестации (экзамену).

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия *текущего* контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

- контрольная работа;
- тест;
- отчет о выполнении лабораторной работы;
- творческая работа;
- реферат (его подготовка, предварительная оценка и защита);

- презентация (ее подготовка и защита);
- иные формы.

Результат текущего контроля за семестр оценивается отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводится исходя из отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий текущего контроля в течение семестра.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

Отметки по учебной дисциплине формируются в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название учебной дисциплины, изучение с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1	2	3	4
Технологии производства рекламной продукции	Промышленного маркетинга и коммуникаций	Замечаний и предложений нет	