

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан факультета психологии

 Д. Ю. Баланев

« 15 » 05 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Цифровой дизайн в брендинге

по направлению подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:

«Цифровой бренд-менеджмент»

Форма обучения

Очная

Квалификация

Магистр

Год приема

2024

Код дисциплины в учебном плане: Б.1.В.ДВ.03.01

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 Д. И. Спичева

Председатель УМК

 М. А. Подойницина

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.

ПК-2 Способен к разработке коммуникационной стратегии.

ПК-5 Способен к технической обработке и размещению контента на интернет-площадках (на сайте, в соцсетях, в электронной рассылке).

ПК-6 Способен к управлению проектами в сфере социальных коммуникаций.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК 1.3 Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.

ИПК 2.1 Умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности).

ИПК 2.2 Способен к разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов).

ИПК 2.3 Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).

ИПК 5.1 Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта.

ИПК 5.2 Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов.

ИПК 6.1 Разрабатывает концепцию проекта художественного и визуального формата с описанием всех элементов: проблема, цель, задачи, стейкхолдеры, продукт, ресурсы, риски и пр.

2. Задачи освоения дисциплины

- Сформировать базовые компетенции в области истории и методологии дизайна, необходимые для профессиональной деятельности в области цифрового бренд-менеджмента;
- Изучить базовые принципы цифрового дизайна и особенности их применения в брендинге;
- Уметь анализировать современные тенденции цифрового дизайна и возможности их применения в контексте брендинга;
- Приобрести навыки использования различных графических редакторов при разработке дизайн-проектов в рамках брендинга.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, предлагается обучающимся на выбор (ДВ.3).

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине
Семестр 2, зачет.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Прикладная семиотика и цифровая антропология в брендинге»; «Межкультурная сетевая коммуникация»; «Технологии психологического воздействия в сетевом цифровом информационном пространстве»; «Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте»; «Интернет-маркетинг: инструменты продвижения»; «Организация предпринимательской деятельности».

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа, из которых:

– лекции: 10 ч.;

– практические занятия: 16 ч.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Тема 1. Роль дизайна в брендинге. Цифровой дизайн в брендинге.

Графический дизайн и его основные виды; роль дизайна в профессиональной деятельности специалиста сферы социальных коммуникаций; роль дизайна в брендинге; виды графического дизайна; цифровой дизайн как разновидность графического дизайна (визуальные атрибуты бренда); тренды графического дизайна в брендинге.

Тема 2. Предпосылки возникновения дизайна. Период протодизайна.

Версии возникновения дизайна; два основных периода в истории становления дизайна; Первобытность как время зарождения проектного сознания; античное проектное мышление; античный стиль; средневековые «протодизайн-проекты»; романский стиль; эпоха Возрождения и протодизайн; «первый протодизайнер»; стиль барокко.

Протодизайн в эпоху Нового времени; проект как промежуточный продукт деятельности проектировщика; техника как источник дизайнерских методов проектирования; появление корпоративного стиля; изобретательский бум; концепции в мире дизайна.

Влияние периода протодизайна на современный дизайн в брендинге.

Тема 3. История дизайна как профессиональной деятельности.

Появление новых принципов формообразования; комплексный подход в дизайне Петера Беренса; Баухауз и Ульмская школа как первые профессиональные учреждения, готовящие дизайнеров; общая характеристика стилей «Оливетти» и Braun; общая характеристика современного дизайна.

Тема 4. История становление отечественного дизайна.

Византийские традиции в отечественном дизайне; протодизайн-проект Петра I; периодизация истории отечественного дизайна; ВХУТЕМАС и его роль в становлении

профессионального отечественного дизайна; современный российский дизайн (общая характеристика); тенденции современного российского дизайна в отечественном брендинге.

Тема 5. Основные стили дизайна и их применение в брендинге.

Модерн и модернизм. Основные течения модернизма в дизайне. Проблема дифференциации понятий модерна и модернизма; модерн в дизайне; ключевые фигуры модерна; традиция модерна в современном графическом дизайне; основные течения модернизма в дизайне, их общая характеристика и представители (Абстракционизм, Конструктивизм, Функционализм, Арт-деко).

Постмодернизм. Основные течения постмодернизма в дизайне. Ключевые отличия модернизма от постмодернизма; основные течения постмодернизма в дизайне, их общая характеристика и представители (Поп-арт, Оп-арт, Мемфис, Хай-тек, Сюрреализм).

Применение основных стилей дизайна в брендинге. Анализ кейсов.

Тема 6. Разработка фирменного стиля бренда. Подбор цветов и шрифтов.

Понятие фирменного стиля; основные элементы фирменного стиля и их общая характеристика; носители фирменного стиля; этапы создания фирменного стиля; алгоритм выбора фирменных цветов; психология цвета; цветовой круг И. Иттена как инструмент выбора фирменных цветов; алгоритм выбора фирменных шрифтов; психология шрифтов; особенности фирменных шрифтов.

Тема 7. Разработка фирменного стиля бренда. Проектирование логотипа.

Основные виды логотипов; основные этапы проектирования логотипа и их общая характеристика; создание логотипа в графических редакторах; использование сервисов генеративного искусственного интеллекта (ГИИ) для разработки логотипа.

Тема 8. Разработка концепции визуального оформления страниц бренда в социальных сетях.

Алгоритм разработки концепции визуального оформления страниц бренда в социальных сетях с учетом особенностей той или иной соц. сети; использование сервисов генеративного искусственного интеллекта (ГИИ) для разработки элементов визуального оформления страниц бренда в социальных сетях.

Тема 9. Разработка лендинга как элемента цифрового дизайна в брендинге.

Отличия лендинга от многостраничного сайта; цели создания лендинга; алгоритм создания лендинга в фирменном стиле бренда.

№	Наименование разделов и тем	Всего (час.)	Совместная работа с обучающимся (час.)		Самостоятельная работа (час.)
			лекции	практик и	
1.	Роль дизайна в брендинге. Цифровой дизайн в брендинге.	4	2	-	2

2.	Предпосылки возникновения дизайна. Период протодизайна.	4	2	-	2
3.	История дизайна как профессиональной деятельности.	2	2	-	-
4.	История становление отечественного дизайна.	4	2	-	2
5.	Основные стили дизайна и их применение в брендинге.	8	2	2	4
6.	Разработка фирменного стиля бренда. Подбор цветов и шрифтов.	6	-	2	4
7.	Разработка фирменного стиля бренда. Проектирование логотипа.	12	-	4	8
8.	Разработка концепции визуального оформления страниц бренда в социальных сетях.	14	-	4	10
9.	Разработка лендинга как элемента цифрового дизайна в брендинге.	16,45	-	4	12,45
	КРто	1.55			
	ИТОГО:	72	10	16	44.45

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, выполнения всех практических заданий (см. в документе «Фонд оценочных средств для изучения дисциплины «Цифровой дизайн в брендинге») и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Критерии оценки за выполнение заданий в течение семестра ¹:

0 баллов – на занятии отсутствовал, задание не выполнено.

1 балл – на занятии присутствовал, но задание, в целом, выполнено неправильно, оформление не соответствует требованиям (см. ФОС по дисциплине).

2 балла – задание выполнено правильно лишь частично, оформление не соответствует большинству требований.

3 балла – задание выполнено правильно только наполовину, оформление лишь частично соответствует требованиям.

4 балла – задание в целом выполнено, есть серьезные замечания, оформление соответствует не всем требованиям.

5 баллов – задание выполнено, есть замечания к содержанию и оформлению.

6 баллов – задание выполнено, есть незначительные замечания к содержанию и оформлению.

7 баллов – выполнение задания и оформление результатов в целом соответствует требованиям, хотя есть незначительные замечания к содержанию или оформлению.

¹ Оценивание производится в десятибалльной системе, где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично.

8 баллов – выполнение задания и оформление результатов в полной мере соответствует требованиям.

9 баллов – при выполнении задания и оформлении результатов проявляется творческая (или исследовательская) позиция студента (при соблюдении формальных требований).

10 баллов – выполнение задания и оформление результатов отличаются оригинальностью подхода (при соблюдении формальных требований).

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Оценка за курс складывается из итогового балла, полученного студентом за работу в семестре, и балла, полученного по итогам зачета. Отметка «зачтено» выставляется при условии, что итоговая оценка студента – не менее 4 баллов.

Распределение весов при расчете итоговой оценки:

- итоговый балл за работу в семестре – баллы, полученные за задания и умноженные на 0,6 (макс. 6)

- итоговый балл, полученный за работу непосредственно на зачете – балл от 1 до 10 (где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично), умноженный на 0,4.

Максимальный совокупный балл, который может получить студент за работу в семестре и успешно пройденную промежуточную аттестацию – 10 баллов.

Зачет во втором семестре проводится в устной форме в формате собеседования по предложенным вопросам. Продолжительность зачета 1,5 часа. Студент допускается к сдаче зачета при условии выполнения / сдачи практических заданий текущего контроля.

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Определения дизайна. Сущность дизайна. Дизайн как феномен культуры XX века.
2. Роль дизайна в современном обществе. Основные функции дизайна.
3. Роль дизайна в брендинге.
4. Графический дизайн: основные виды и тренды.
5. Цифровой дизайн как разновидность графического дизайна. Визуальные атрибуты бренда.
6. Предпосылки возникновения дизайна. Период протодизайна (общая характеристика). Влияние периода протодизайна на современный дизайн в брендинге.
7. Особенности фирменного стиля «Оливетти» и Braun.
8. БАУХАУЗ и его вклад в развитие мирового дизайна.
9. Специфика становления отечественного дизайна. ВХУТЕМАС и его роль в становлении профессионального отечественного дизайна. Тенденции современного российского дизайна в отечественном брендинге.
10. Модерн и модернизм. Основные течения модернизма в дизайне.
11. Постмодернизм. Основные течения постмодернизма в дизайне.
12. Проблемы стилизации в дизайн-проектировании. Применение основных стилей дизайна в брендинге.
13. Главная задача дизайн-проекта и алгоритм его выполнения.
14. Создание фирменного стиля бренда: алгоритм работы.
15. Специфика подбора фирменных цветов и шрифтов при разработке визуальных атрибутов бренда.
16. Алгоритм работы над созданием логотипа. Использование графических редакторов и сервисов ГИИ при создании логотипа.
17. Брендбук, логобук, руководство по фирменному стилю: общее и различное; структура.
18. Особенности создания коммуникационных материалов с учетом психологических особенностей визуального восприятия.
19. Современный дизайн в России и в мире. Актуальные тренды в цифровом дизайне.
20. Вневременность дизайн-проекта. Устаревшие тренды в графическом дизайне брендов.

21. «Хороший» и «плохой» дизайн.
22. Редизайн: суть и алгоритм работы.

Результаты зачета определяются оценками «зачтено» и «не зачтено». Критерии оценки:²

10-8 баллов (отлично) выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знание литературы, обосновывает свою позицию, делает собственные выводы.

7-5 баллов (хорошо) выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

4-2 балла (удовлетворительно) выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала.

1-0 баллов (неудовлетворительно) выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

11. Учебно-методическое обеспечение

- а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle»;
- б) Программа дисциплины «Цифровой дизайн в брендинге»;
- в) Электронные презентации базовых тем по курсу «Цифровой дизайн в брендинге»;
- г) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Иттен И. Искусство цвета. – М: Аронов, 2020. - 96 с.
2. Курушин В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике – М: Издательство "ДМК Пресс», 2017 – 308 с. [Электронный ресурс]. URL:
<http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:585459&theme=system>
3. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама. – М: Издательство "ДМК Пресс", 2008. – 272 с. [Электронный ресурс]. URL:
<http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592198&theme=system>
4. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 249 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07466-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:
<https://www.biblio-online.ru/bcode/423119>
5. Луптон Э. Драматургия дизайна – М: Бомбора, 2022. — 160 с.
6. Романычева Э.Т., Яцюк О.Г. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство. – М: Издательство "ДМК Пресс», 2006. – 432 с. [Электронный ресурс]. URL:
<http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592197&theme=system>

б) дополнительная литература и электронные источники:

1. Асанкожоева Ж. М., Бундова Е. С., Жоров Ю. В. Особенности формирования логотипа города в контексте символического содержания графических образов / –

² Оценивание производится в десятибалльной системе, где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично.

2. Буковецкая О.А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет. – М: Издательство "ДМК Пресс", 2006. – 278 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592196&theme=system>
3. Визуальные коммуникации в новых медиа: эффекты, возможности, риски : междисциплинарный подход : материалы [V] Международной научно-практической Интернет-конференции Connect-Universum-2014, 20-22 мая 2014 / [науч. ред. Г. А. Окушова ; редкол. И. П. Кужелева-Саган, И. В. Гужова, Е. В. Полянская ; Том. гос. ун-т, Каф. соц. коммуникаций]. - Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2015. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000512508>
4. Визуальный стиль рассылок: ключевые рекомендации по оформлению. Рекомендации для разработки визуального стиля на начальных этапах рассылки. URL: [Как дизайнерам не ошибиться при оформлении рассылки — KINETICA.](#)
5. Вильямс Р. Дизайн для НЕдизайнеров. - Санкт-Петербург: Символ-Плюс, 2016. - 192 с.
6. Где скачать иконки для сайта? Список лучших веб-сайтов для бесплатной загрузки значков. URL: [Где скачать иконки для сайта бесплатно? \(tilda.education\).](#)
7. Деточенко Л. С., Лобко В. В., Межеричкая Н. В. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне – под ред. В. О. Пигулевского, А. В. Овруцкого – М: Харьков: Гуманитарный центр, 2015 – 430 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:504645&theme=system>
8. Как сделать сайт мероприятия. Пошаговое руководство с примерами и шаблонами. Как правильно создать и запустить сайт мероприятия, как регистрировать участников и принимать оплату. URL: [Сайт мероприятия — как сделать эффективный сайт для события \(tilda.education\).](#)
9. Клеон О. Кради как художник. 10 уроков творческого самовыражения. - Москва: МИФ, 2013. - 176 с.
10. Кузвесо́ва, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесо́ва. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 202 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06566-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/412054>
11. Луптон Э. Графический дизайн от идеи до воплощения. - Санкт-Петербург: Издательский Дом Питер, 2013. - 184 с.
12. Пигулевский В.О. История дизайна. Вещи и бренды [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пигулевский В.О., Стефаненко А.С.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2018.— 235 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75952.html>.— ЭБС «IPRbooks»
13. Романычева Э.Т., Яцюк О.Г. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство. – М: Издательство "ДМК Пресс», 2006. – 432 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592197&theme=system>
14. Роэм Д. Визуальное мышление. Как «продавать» свои идеи при помощи визуальных образов. М: МИФ, 2013. — 300 с.
15. Спичева Д. И. Графический дизайн как фактор эффективности современных имиджевых технологий / Д. И. Спичева // Визуальные коммуникации в новых медиа: эффекты, возможности, риски : междисциплинарный подход : материалы Международной научно-практической Интернет-конференции Connect-Universum-2014, 20-22 мая 2014. Томск, 2015. С. 212-215. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000518937>
16. Спичева Д. И. Факторы эффективности цифрового имиджа как социально-технологического феномена / Д. И. Спичева // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы

- теории и практики. 2013. № 8, ч. 2. С. 175-178. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000462231>
17. Терри Ли Стоун, Син Адамс, Норин Мориока Дизайн цвета. Практикум : практическое руководство по применению цвета в графическом дизайне – М. РИП-Холдинг, 2006. – 240 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:564409&theme=system>
 18. Формула Landing Page. Формула показывает, как расположить блоки для эффективного лендинга. URL: [Формула Landing page \(tilda.cc\)](http://tilda.cc/landing-page-formula).
 19. Шаблоны для сайтов на Tilda Publishing. Образцы хорошего дизайна и примеры использования блоков. URL: [Шаблоны для сайтов на Tilda Publishing](http://tilda.cc/templates).
 20. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль: руководство дизайнера. - Санкт-Петербург: Издательский Дом Питер, 2011. - 208 с.
 21. 25 крутых рассылок: интересные идеи для дизайна писем. Урсков Илья и подборка с 30 интересными письмами от компаний из разных сфер. URL: [25 крутых рассылок: интересные идеи для дизайна писем — Маркетинг на vc.ru](http://vc.ru/marketing/25-kruityh-rassylk).
 22. Behance. Коллекция уникальных работ от дизайнеров, разработчиков и творческих людей со всего мира. URL: [Behance :: Лучшее из Behance](http://behance.net)
 23. Coggle.it. Бесплатный сервис для создания ментальных карт. URL: [Simple Collaborative Mind Maps & Flow Charts - Coggle](http://coggle.it).
 24. ColorScheme.Ru. Онлайн-каталог цветов Pantone. URL: [Цвета Pantone — Онлайн каталог Pantone. Таблица Пантонов по CMYK и RGB — ColorScheme.Ru](http://color-scheme.ru).
 25. Creatopy. Эффективная платформа для визуального производства, которая дает возможность творить). URL: [Make Ads That Stand Out - Ad Design & Creation Platform - Creatopy](http://creatopy.com).
 26. Crello.com. Редактор графического дизайна, который помогает создавать изображения для социальных сетей, видео и анимированную графику). URL: [VistaCreate — Бесплатный инструмент для графического дизайна. Простой онлайн-редактор](http://crello.com).
 27. Dribbble. Портфолио проектов и персональных иллюстраций в графике, дизайне упаковки, анимации и пр. URL: [Dribbble - Discover the World's Top Designers & Creative Professionals](http://dribbble.com)
 28. Easil. Инструменты и готовые шаблоны для историй. URL: <https://app.easil.com/login>.
 29. Font Library. Сайт для размещения шрифтов. URL: [Font Library](http://fontlibrary.org).
 30. Font Squirrel. Бесплатные шрифты для коммерческого использования. URL: [Browse Fonts - Google Fonts](http://fontquirrel.com).
 31. Google Fonts. Бесплатный доступ к библиотеке шрифтов для всех. URL: [Browse Fonts - Google Fonts](http://google.com/fonts).
 32. Linea. База иконок для лендинга. URL: [Linea Icons :20+ Best Sites for Free Icons](http://lineaicons.com).
 33. Mindmeister.com. Приложение для совместной работы с ментальными картами. URL: [Создавайте Интеллект-Карты Онлайн - На Любом Устройстве | MindMeister](http://mindmeister.com).
 34. Mosaico. Конструктор шаблонов электронных писем с открытым исходным кодом. URL: [Free email template builder - Responsive mail editor and designer | Mosaico.io](http://mosaico.io).
 35. Pantone. Институт цвета. URL: [Pantone Color, Chips & Color Guides | Color Inspiration | Pantone](http://pantone.com).
 36. Shutterstock. Фотосток. URL: [Стоковые изображения: фотографии, векторная графика и иллюстрации для творческих проектов | Shutterstock](http://shutterstock.com).
 37. Stripo. Конструктор электронных писем. URL: [Stripo — бесплатный конструктор email-шаблонов: визуальный и HTML редакторы](http://stripo.me).
 38. Tilda Icons. База иконок для лендинга. URL: [Бесплатные иконки — Tilda Publishing](http://tilda.cc/icons).
 39. Tilda Publishing Russia. Видеоуроки по созданию лендингов от Tilda Publishing. URL: [Tilda Publishing Russia - YouTube](http://tildapublishing.ru).
 40. Turbologo. Онлайн-сервис для разработки креативных и качественных логотипов. URL: [Создать Логотип Онлайн | Бесплатно | TURBOLOGO](http://turbologo.com).

41. Wix Logo Make. Онлайн-сервис по созданию собственного логотипа. URL: [Логотип онлайн бесплатно | Logo Maker | Wix.com](#).

в) профессиональные базы данных (*при наличии*):

- Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>
- Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>
- Электронные ресурсы НБ НИ ТГУ: <https://lib.tsu.ru/ru>.
- Научная электронная библиотека eLibrery
- Электронная библиотечная система Znanium.com
- Электронная библиотечная система Лань
- Электронная библиотечная система Юрайт
- Электронная библиотека диссертаций РГБ
- Электронная библиотека ИД Гребенников

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения практических занятий, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, с выходом в электронную информационно-образовательную среду и подключенные к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру») при необходимости реализации формата дистанционного обучения.

15. Информация о разработчиках

Винокурова Е. Н., ассистент КСК ФП НИ ТГУ