

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П.А. Машаров
«17» апреля 2025 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ: ПЕЧАТНО- ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА

Укрупненная группа направлений
подготовки
Программа высшего образования
Направление подготовки

Направленность (профиль)
образовательной программы
Квалификация
Форма обучения

42.00.00 Средства массовой информации и
информационно-библиотечное дело
Программа бакалавриата
42.03.01 Реклама и связи с
общественностью

Реклама и связи с общественностью

Бакалавр
Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2025

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика рекламы: печатно-полиграфическая реклама» для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №512 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2025 года.

Разработчик:

Ст. препод. кафедры журналистики



Е.Г. Грудева

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики.
Протокол от 10.04.2025 г. № 9-а

Заведующий кафедрой



И.М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета
15.04.2025 г.



Н.А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета.
Протокол от 15.04.2025 г. № 4.
Председатель



А.Н. Стебунова

Руководитель основной
образовательной программы,
д-р наук по соц. коммуникац., доц.
10.04.2025 г.



И.М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Введение в специальность, Основы рекламоведения.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Креатив в рекламе и связях с общественностью: проектирование рекламного продукта, Визуальные технологии в рекламе и PR, Теория и практика дизайна в рекламных технологиях, Производственная практика: профессионально-творческая, Производственная практика: преддипломная, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.Б. Теория и практика рекламы: печатно-полиграфическая реклама
Часть образовательной программы	Обязательная часть
Количество зачетных единиц / всего часов	3 / 108

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	3	34	17	–	57	108	экзамен
Очная, всего								
Заочная	2	3	4	6	–	98	108	экзамен

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Теория и практика рекламы: печатно-полиграфическая реклама» – получение теоретических знаний и практических навыков по специфике полиграфической рекламы, понимание особенностей ее создания, представление о месте печатной рекламы на рынке рекламных услуг.

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<p>ОПК-4.2 Знает: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Умеет: грамотно использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Владеет: навыками применения инструментария, приемов и технологий поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Теория и практика рекламы	
Тема 1. Вводная. Носители печатно-полиграфической рекламы	1.1. Печатно-полиграфическая реклама как специфическая форма и способ распространения информации. 1.2. Носители печатно-полиграфической рекламы 1.3. Особенности рекламы в прессе
Тема 2.. Композиция в печатно-полиграфической рекламе	2.1. Основные законы композиции и их применение в печатно-полиграфической рекламе. 2.2. Основные методы и приемы композиции и их применение в печатно-полиграфической рекламе.
Тема 3. Роль света и цвета в печатно-полиграфической рекламе	3.1. Волновая природа цвета и света. 3.2. Физиологические основы цветовосприятия. 3.3. Психологические основы цветовосприятия. 3.4. Роль цвета в рекламе.
Тема 4. Хроматические и ахроматические цвета. Цветовой круг. Схемы сочетания цветов	4.1. Основные свойства хроматических цветов (оттенок, светлота, насыщенность). 4.2. Цветовой круг Иттена. 4.3. Основные схемы сочетания цветов и их использование в печатно-полиграфической рекламе.
Тема 5. Цветовые модели	5.1. Излучаемые и отраженные цвета. 5.2. Аддитивные цветовые модели. 5.3. Субтрактивные цветовые модели. 5.4. Перцепционные цветовые модели.
Тема 6. Представление цвета в компьютере и на печати.	6.1. Цветовой охват. 6.2. Плашечные цвета. 6.3. Мониторы для работы с цветом в печатно-полиграфической рекламе.
Тема 7. Классификация шрифтов. Роль шрифта в рекламе	7.1. Типографика – основные термины и понятия . 7.2. Классификация шрифтов по ГОСТУ. 7.3. Историческая классификация шрифтов. 7.4. Ролевая классификация шрифтов. 7.5. Роль шрифта в рекламе.
Тема 8. Типографика. Строение шрифта	8.1. Строение шрифта. Основные термины и определения. 8.2. Типографика (читаемость, уместность, гармоничность и акцентированность).
Тема 9. Типографика. Форматы шрифтовых файлов	9.1. Основные форматы шрифтовых файлов. 9.2. Правила сочетания шрифтов. 9.3. Основные правила типографики.

Раздел 2. Специфика печатно-полиграфической рекламы	
Тема 10. Печать как основной способ изготовления печатно-полиграфической продукции	10.1. Печать. Основные понятия и термины. История. 10.2. Виды печати.
Тема 11. Цифровая печать. Оперативная полиграфия	11.1. Основные преимущества и недостатки цифровой печати. 11.2. Оборудование для цифровой печати. 11.3. Струйная и лазерная печать.
Тема 12. Высокая печать. Глубокая печать	12.1. Принцип высокой печати и ее применение в печатно-полиграфической рекламе. 12.2. Разновидности высокой печати. 12.3. Принцип глубокой печати и ее применение в печатно-полиграфической рекламе. 12.4. Разновидности глубокой печати.
Тема 13. Плоская печать	13.1. Принцип плоской печати и ее применение в печатно-полиграфической рекламе. 13.2. Офсетная печать и ее применение в печатно-полиграфической рекламе. 13.3. Оборудование для офсетной печати. 13.4. Особенности полиграфического процесса в офсетной печати.
Тема 14. Допечатная подготовка (препресс)	14.1. Понятие допечатной подготовки. 14.2. Виды допечатной подготовки. 14.3. Форматы файлов, используемых для предоставления макетов печатно-полиграфической продукции.
Тема 15. Постпечатная обработка печатно-полиграфической продукции	15.1. Понятие постпечатной обработки. 15.2. Виды постпечатной обработки. 15.3. Подготовка файлов к выводу на печать.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 3

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Теория и практика рекламы	18	10	–	30	58
Тема 1. Вводная. Носители печатно-полиграфической рекламы	2	2	–	6	10
Тема 2. Композиция в печатно-полиграфической рекламе	4	2	–	8	14
Тема 3. Роль света и цвета в печатно-полиграфической рекламе Тема 4. Хроматические и ахроматические цвета. Цветовой круг. Схемы сочетания цветов Тема 5. Цветовые модели Тема 6. Представление цвета в	6	4	–	8	18

компьютере и на печати.					
Тема 7. Классификация шрифтов. Роль шрифта в рекламе Тема 8. Типографика. Строение шрифта Тема 9. Типографика. Форматы шрифтовых файлов	6	2	–	8	16
Раздел 2. Специфика печатно-полиграфической рекламы	16	7	–	27	50
Тема 10. Печать как основной способ изготовления печатно-полиграфической продукции Тема 11. Цифровая печать. Оперативная полиграфия Тема 12. Высокая печать. Глубокая печать	4	2	–	4	10
Тема 13. Плоская печать	4	1	–	5	10
Тема 14. Допечатная подготовка (препресс)	4	2	–	4	10
Тема 15. Постпечатная обработка печатно-полиграфической продукции	4	2	–	4	10
ИТОГО ЗА СЕМЕСТР / ЗА КУРС / ПО КОМПОНЕНТУ ОП	34	17	–	57	108

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 2, семестр – 3

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Теория и практика рекламы	2	4	–	50	56
Тема 1. Вводная. Носители печатно-полиграфической рекламы Тема 2. Композиция в печатно-полиграфической рекламе Тема 3. Роль света и цвета в печатно-полиграфической рекламе Тема 4. Хроматические и ахроматические цвета. Цветовой круг. Схемы сочетания цветов Тема 5. Цветовые модели Тема 6. Представление цвета в компьютере и на печати Тема 7. Классификация шрифтов. Роль шрифта в рекламе Тема 8. Типографика. Строение шрифта Тема 9. Типографика. Форматы шрифтовых файлов	2	4	–	50	56
Раздел 2. Специфика печатно-полиграфической рекламы	2	2	–	48	52
Тема 10. Печать как основной способ изготовления печатно-полиграфической продукции Тема 11. Цифровая печать. Оперативная	2	2	–	48	52

полиграфия Тема 12. Высокая печать. Глубокая печать Тема 13. Плоская печать Тема 14. Допечатная подготовка (препресс) Тема 15. Постпечатная обработка печатно-полиграфической продукции					
ИТОГО ЗА СЕМЕСТР / ЗА КУРС / ПО КОМПОНЕНТУ ОП	34	17	–	57	108

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1

1. Охарактеризуйте основные носители полиграфической рекламы:
2. листовка, плакат, буклет, проспект, каталог.
3. Перечислите знакомые Вам носители наружной рекламы.
4. Свет и цвет. Волновая природа.
5. Физиологический аспект цветовосприятия.
6. Охарактеризуйте 2 основные группы цветов.
7. Дайте краткую характеристику 3-х свойств хроматических цветов.
8. Какие функции выполняет цвет в рекламе?
9. Цветовой круг Иттена. Основные и составные цвета.
10. Перечислите основные схемы гармоничного сочетания цветов с
11. указанием количества цветов в каждой.
12. Излучаемые и отраженные цвета. Цветовой охват.
13. Что такое цветовая модель?
14. Аддитивные цветовые модели (RGB). Характеристика.
15. Аддитивные цветовые модели (RGB). Сфера применения, базовые
16. компоненты.
17. Субтрактивные цветовые модели (CMYK). Характеристика.
18. Субтрактивные цветовые модели (CMYK). Сфера применения, базовые
19. компоненты.
20. Перцепционная Цветовая модель HSB. Характеристика.
21. Перцепционная Цветовая модель LAB. Характеристика.
22. Какие цвета мы увидим, если у каждого из компонентов модели RGB
23. будут максимальные и минимальные значения?
24. Какие цвета мы увидим, если у каждого из компонентов модели CMY
25. будут максимальные и минимальные значения?
26. Что такое плашечные цвета? Для чего они применяются?
27. Типографика – основные термины и понятия .
28. Классификация шрифтов по ГОСТУ.
29. Историческая классификация шрифтов.
30. Ролевая классификация шрифтов.
31. Роль шрифта в рекламе.

Раздел 2

1. Печатно-полиграфическая реклама: способы изготовления.
2. Принцип высокой печати и ее применение в печатно-полиграфической рекламе.
3. Разновидности высокой печати.
4. Принцип глубокой печати и ее применение в печатно-полиграфической рекламе.
5. Разновидности глубокой печати. Плоская печать. Офсетный способ изготовления печатно-полиграфической продукции.
6. Особенности полиграфического процесса в офсетной печати.
7. Цифровая печать. Оперативная полиграфия.
8. Виды печатно-полиграфической рекламы.
9. Основные характеристики и формы привлечения внимания в печатной рекламе.
10. Понятие допечатной подготовки.
11. Виды допечатной подготовки.
12. Форматы файлов, используемых для предоставления макетов печатно-полиграфической продукции. Понятие постпечатной обработки.
13. Виды постпечатной обработки.
14. Оборудование для офсетной печати.
15. Цифровая печать. Достоинства и недостатки.
16. Цифровая печать. Струйная и лазерная печать.
17. Термотрансферная печать.
18. Сублимационная печать.
19. Форматы файлов, используемых для предоставления макетов печатно-полиграфической продукции.

7.2. Образец содержания экзаменационного билета

Донецкий государственный университет
Филологический факультет
Кафедра журналистики

Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью
Форма обучения	Очная, заочная
Семестр	Третий
Дисциплина	Теория и практика рекламы: печатно-полиграфическая реклама

Экзаменационный билет № 1

1. Охарактеризуйте основные носители полиграфической рекламы: листовка, плакат, буклет, проспект, каталог.
2. Форматы файлов, используемых для предоставления макетов печатно-полиграфической продукции.

Утверждено на заседании кафедры журналистики, протокол № 10 от 30.04.2025 г.

Заведующий кафедрой
Экзаменатор

И.М. Артамонова
Е.Г. Грудева

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

7.3 Темы письменных работ (типы задач)

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Семестр 3, форма обучения очная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		50
Экзамен		50
Общий итог за семестр		100

8.2. Семестр 3, форма обучения заочная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		50
Экзамен		50
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в аудиториях 1-го корпуса (ул. Университетская, 24), учебно-методическом кабинете (ауд. 111) 3-го учебного корпуса (ул. Щорса, 17) университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, материально-техническая база учебной лаборатории кафедры информационных систем управления (ауд. 206а).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Глушаков С.В., Кнабе Г.А. Компьютерная графика. Учебный курс. - М.: «Аст», 2001. - 500 с.
2. Гурский, Ю. А. Компьютерная графика: Photoshop CS3, CorelDRAW X3, Illustrator CS3 / Ю. Гурский, И. Гурская, А. Жвалевский. - СПб. [и др.] : Питер, 2008. - 992 с. + электрон. опт. диск (DVD-ROM).
3. Жвалевский, А. В. Photoshop CS3 / А. В. Жвалевский, Ю. А. Гурский. - СПб. [и др.] : Питер, 2007. - 203 с.

Дополнительная литература

4. Adobe Photoshop CS : офиц. учеб. Курс : [пер с англ.]. - М.: Изд-во ТРИУМФ, 2004. - 576 с.
5. Кобурн ф., Маккормик П. эффективная работа с CorelDRAW 9. - СПб.: Питер, 2000. — 832 с.
6. Миронов, Д.Ф. Компьютерная графика в дизайне: Учебник / Д.Ф. Миронов. - СПб.: БХВ-Петербург, 2008. - 560 с.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив** ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).