

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
Кафедра медиакommunikаций

## **ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Направление подготовки 42.03.05 «Медиакommunikации»

Направленность «Медиакommunikации»

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Визуальные коммуникации  
Рабочая программа дисциплины

Составитель:  
Преподаватель Павлова М.Н.

УТВЕРЖДЕНО  
Протокол заседания кафедры  
медиакоммуникаций  
№ 4 от 17.12.2024 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Пояснительная записка.....	
1.1.	Цель и задачи дисциплины.....	
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	
2.	Структура дисциплины.....	
3.	Содержание дисциплины.....	
4.	Образовательные технологии.....	
5.	Оценка планируемых результатов обучения.....	
5.1.	Система оценивания.....	
5.2.	Критерии выставления оценки по дисциплине.....	
5.3.	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	
6.1.	Список источников и литературы.....	
6.2.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	
9.	Методические материалы.....	
9.1.	Планы семинарских/ практических занятий.....	
	Приложения.....	
	Приложение 1. Аннотация дисциплины.....	

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** – познакомить с основными подходами к анализу визуальных знаков, показать сложность чтения визуальных сообщений и образов, и представить методологические возможности интерпретации визуальных образов как коммуникативных практик.

#### Задачи дисциплины:

- Показать специфику визуальных коммуникаций и особый язык изображений;
- Анализировать систему понятий, используемых при работе с визуальным материалом;
- Изучение не только общетеоретических работ, но и текстов, посвященные анализу конкретного визуального материала и позволяющие продемонстрировать особенности применения теоретических
- формирование представления о визуальных коммуникациях как о процессе коммуникации (передачи информации) посредством визуального языка (изображений, знаков, образов, типографики, инфографики), с одной стороны, и визуального восприятия (органов зрения, психологии восприятия) – с другой;
- формирование основы понимания визуальной журналистики;
- развитие навыков профессионального представления результатов собственных научных изысканий в области современной теории коммуникации.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Анализирует имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивает и выбирает оптимальные способы решения поставленных задач	Знать: круг профессиональных задач и оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм. Уметь: анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач. Владеть: навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, а также оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач.
ОПК-3 – способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и	ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в	Знать: основные принципы работы с профессиональными текстами в сфере коммуникации, принципы аналитической работы с англоязычными текстами.

(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов	Уметь: использовать языковые средства в соответствии с целью и ситуацией общения; выявлять смысловые категории профессиональных текстов и применять общенаучные методы анализа текстов. Владеть: нормами культуры речи; навыками рационального чтения, слушания, говорения и письма.
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Участвует в производственном процессе выпуска медиапродукта с применением современных цифровых технологий	Знать: специфику выпуска медиапродукта с применением современных цифровых технологий Уметь: организовывать процесс выпуска медиапродукта с применением современных цифровых технологий Владеть: навыками применения современных цифровых технологий
	ОПК-6.2. Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта	Знать: особенности эксплуатации современных стационарных и мобильных цифровых устройств в целях создания медиапроекта и (или) медиапродукта Уметь: эксплуатировать современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта Владеть: навыками применения современных стационарных и мобильных цифровых устройств в целях создания медиапроекта и (или) медиапродукта

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части базовых дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Теория и практика медиакоммуникаций, Базовые инструменты медиакоммуникаций, Прикладной ИИ в сфере медиа.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Основы

инфографики, Основы создания видеоконтента, Videоблогинг в коммерческой сфере, Стартап-проектирование, Создание и поддержка сайтов.

## 2. Структура дисциплины

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

#### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	12
3	Семинары/лабораторные работы	30
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

## 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Тема 1. Визуальная коммуникация: определение, структура, функции.	Общество визуальной культуры. Социальная значимость визуальных медиа в современной культуре. Современное общество как общество визуальной культуры. Коммуникации (визуальные, аудиальные, кинестетические, вербальные). Коммуникация как предметная среда, связывающая людей. Фиксация и трансляция норм и ценностей в рекламной коммуникации.
2	Тема 2. Визуальные коммуникативные практики.	Особенности визуального восприятия. Элементы процесса визуальной коммуникации: ЦА, канал, коммуникативные знания, контекст. Процессы визуальной коммуникации. Виды визуальной коммуникации. Элементы процесса визуальной коммуникации: целевая аудитория, канал, коммуникативные знания, контекст. Знаки визуальной коммуникации и язык визуальной коммуникации как совокупность знаковых систем. Фотография, рисунок, видео и их психологическое восприятие.
3	Тема 3. Процессы визуальной коммуникации.	Способы графического представления информации. Виды визуальной коммуникации. Носители информации. Используемые цвета. Текст в визуальной коммуникации: модульные технологии, алфавиты, шрифты. Размещение текста: слоганы, основной рекламный текст, заголовок. Иллюстрации, фотографии и

		видеоизображение как основные виды визуальной коммуникации.
4	Тема 4. Визуальный образ, вбирающий в себя весь набор визуальных объектов.	Приемы создания визуального образа. Общественная потребность в рекламе. Особенности визуальной составляющей в зависимости от средства, вида и типа рекламы. Особенности визуальных образов в рекламе. Психологическая составляющая визуальных образов в рекламе.
5	Тема 5. Дизайн рекламных образов.	Основные принципы дизайна визуальных образов. Изобразительность современной рекламы. Эмоциональность визуальных сообщений. Графическое оформление рекламной продукции. Алфавиты в визуальной коммуникации: шрифты, цвета, алфавит изображений.
6	Тема 6. Фирменный стиль как корпоративная идентификация.	Особенности разработки фирменного стиля организации. Элементы систем корпоративной коммуникации. Носители фирменного стиля. Коммуникационный аспект фирменного стиля. Рекламospособность фирменного стиля. Визуальная реклама в диджитал-среде. Статическая и динамическая реклама: видео, анимация, фотографии, изображения, пиктограммы, используемые в рекламных изображениях. Компьютерное создание рекламы и используемые графические пакеты.

#### 4. Образовательные технологии

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

В учебном курсе дисциплины используются следующие виды образовательных технологий: лекции-визуализации; групповые дискуссии; практикумы; различные формы самостоятельной работы студентов; case study (разбор конкретных ситуаций).

В заключение курса проводится итоговая письменная контрольная работа, включающая вопросы по всем разделам курса.

№ п/п	Наименование темы	Виды учебной работы	Информационные и образовательные технологии
1	2	3	4
	Тема 1. Визуальная коммуникация: определение, структура,	Лекция 1 (2 часа) Практические Занятия (4 часа)	Лекция – визуализация Решение кейсов

	функции.	Самостоятельная работа	<p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
	Тема 2. Визуальные коммуникативные практики.	<p>Лекция 2 (2 часа)</p> <p>Практические занятия (6 часа)</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция – визуализация</p> <p>Решение кейсов</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
	Тема 3. Процессы визуальной коммуникации.	<p>Лекция 3 (2 часа)</p> <p>Практические занятия (6 часа)</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция – визуализация</p> <p>Решение кейсов</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>

	<p>Тема 4. Визуальный образ, вбирающий в себя весь набор визуальных объектов.</p>	<p>Лекция 4 (2 часа) Практические занятия (6 часа) Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция – визуализация Решение кейсов Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
	<p>Тема 5. Дизайн рекламных образов.</p>	<p>Лекция 5 (2 часа) Практические занятия (4 часа) Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция – визуализация Решение кейсов Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
	<p>Тема 6. Firmenный стиль как корпоративная идентификация.</p>	<p>Лекция 6 (2 часа) Практические занятия (4 часа) Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция – визуализация Решение кейсов Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>

			ресурсов.
--	--	--	-----------

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- <i>выполнение заданий</i>	5 баллов	30 баллов
- <i>презентация</i>	5 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

### 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной,</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>сформированы на уровне – «высокий».</p> <p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и, по существу, излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетво- рительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Список источников и литературы

#### *Литература*

#### *Основная*

1. Графический дизайн. Современные концепции: учебное пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.]; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11169-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515527>

2. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций: учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — 2-е изд. — Саратов: Вузовское образование, 2021. — 441 с. — ISBN 978-5-4487-0765-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102235.html>

3. Акатова, О. И. Проектирование визуальных коммуникаций: учебное пособие / О. И. Акатова, С. В. Кумова. — Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2022. — 285 с. — ISBN 978-5-7433-2933-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/76503.html>

4. Станишевская, Л. С. Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. — Благовещенск: Амурский государственный университет, 2023. — 60 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/103849.html>

#### *Дополнительная*

1. Антоновский, А. Ю. Никлас Луман: эпистемологическое введение в теорию социальных систем / А. Ю. Антоновский ; Рос. акад. наук, Ин-т философии. - Москва : ИФ-РАН, 2007. - 136 с. - ISBN 978-5-9540-0077-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/357030>

2. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учеб. пособие для студентов вузов / Г.П. Бакулев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 192 с. - ISBN 978-5-7567-0795-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038937>

3. Интернет-коммуникация как новая речевая формация : колл. монография / под науч. ред. Т.Н. Колокольцевой, О.В. Лутовиновой. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 328 с. - ISBN 978-5-9765-1310-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034255>

4. Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа [Электронный ресурс] / М. О. Кошлякова. - Москва : РГУТиС, 2008. - 128 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/365046> (дата обращения: 08.01.2020)

5. Кошлякова, М. О. Социальное пространство имиджа: Монография / Кошлякова М.О. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с. (Научная мысль) (Обложка. КБС)ISBN 978-5-16-006408-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/557157> (дата обращения: 08.01.2020)

6. Круткин В.Л. Гуманитарное знание в визуальной антропологии [Вестник Удмуртского университета. Серия 3. Философия. Социология. Психология. Педагогика, Вып. 4, 2013, стр. -] - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/504626>
7. Куликова, Л. В. Коммуникация. Стиль. Интеркультура: прагматингвистические и культурно-антропологические подходы к межкультурному общению [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. В. Куликова. - Красноярск: СФУ, 2011. - 268 с. - ISBN 978-5-7638-2183-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/443095> (дата обращения: 08.01.2020)
8. Мурзин А.А. Репрезентация визуальных образов сакрального пространства в вузовской практике / Мурзин А.А. [Znanium.com, 2016, вып. №1-12, стр. 0-0] - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/780547>
9. Ореховская, Н. А. PR в сфере социальной коммуникации: учебник / Н. А. Ореховская. - Москва : Альфа-М, 2013. - 198 с. - ISBN 978-5-98281-385-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/448801>
10. Орлова, И. Б. Социология исторического знания : учебник для бакалавриата и магистратуры / И. Б. Орлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-08902-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426683> (дата обращения: 08.01.2020).
11. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 330 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00952-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433159> (дата обращения: 08.01.2020).
12. Проблема понятийного аспекта социологии имиджа [Сервис Plus, №4, 2010, стр. -] - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/365123> (дата обращения: 08.01.2020)
13. Садохин, А. П. Межкультурная коммуникация : учебное пособие / А. П. Садохин. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 288 с. - ISBN 978-5-16-104204-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/542898> (дата обращения: 08.01.2020)
14. Сорокина, Н. В. Национальные стереотипы в межкультурной коммуникации: Монография / Сорокина Н.В. - Москва :ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 265 с. (Научная мысль) ISBN 978-5-369-01325-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/445197>
15. Социально-стилевые характеристики имджа [Социально-гуманитарные знания, №1, 2012, стр. -] - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/364751> (дата обращения: 08.01.2020)
16. Социологические методы исследования имиджа [Сервис Plus, №3, 2011, стр. -] - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/365128> (дата обращения: 08.01.2020)
17. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - Москва :Дашков и К, 2017. - 488 с. (Учебные издания для бакалавров)ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/329134>

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках

	национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, №433.

Специализированная мебель: рабочие места для обучающихся; рабочее место для педагогического работника; доска.

Демонстрационное оборудование/Технические средства: персональный компьютер (стационарный); проекционный экран; проектор (стационарный); аудиосистема.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся, №320

Комплект специализированной мебели: учебная мебель, компьютерные столы

Технические средства: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду РГГУ (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi). Компьютеры для обучающихся.

Состав программного обеспечения (ПО) (2021 г.)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное

12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

## **8. 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:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 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 со специализированным программным обеспечением;
  - 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.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

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:

- для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.
  - для глухих и слабослышащих:
- в печатной форме;
- в форме электронного документа.
  - для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1. Планы практических занятий

Тема 1. Визуальная коммуникация: определение, структура, функции. (4 часа)

1. **Анализ визуальных коммуникаций в социальных сетях.** Студенты должны выбрать социальную сеть и проанализировать её с точки зрения визуальной коммуникации. Необходимо изучить, какие цвета, шрифты и изображения используются, как оформляются посты и сторис, какие есть тренды в оформлении профилей.

2. **Создание презентации на тему «История развития визуальной коммуникации».** Студенты должны исследовать, как развивались визуальные средства коммуникации от древних времён до наших дней.

3. **Разработка концепции визуального оформления мероприятия.** Необходимо предложить концепцию визуального оформления для реального или вымышленного мероприятия, например, конференции, фестиваля, выставки. Требуется продумать оформление пространства, использование цветов, шрифтов и изображений, а также учесть целевую аудиторию и тематику мероприятия.

4. **Создание коллажа на тему «Визуальные коммуникации в моей жизни».** Студенты могут создать коллаж из изображений, текстов и других элементов, которые отражают их личный опыт использования визуальных средств коммуникации.

#### Самостоятельная работа:

Создание материальной маски, раскрывающей образ, смыслы и ценности субъекта.

Презентация

работы:

Групповое занятие по раскрытию смыслов, заложенных в объекте-маске.

## Тема 2. Визуальные коммуникативные практики. (6 часов)

**Задание:** разработать и представить проект визуальной коммуникативной практики, который будет включать в себя следующие элементы:

1. **Описание целевой аудитории.** Необходимо определить, кто является потенциальной аудиторией проекта (возраст, пол, интересы, предпочтения и т. д.).
2. **Определение цели и задач проекта.** Цель должна быть конкретной и достижимой, а задачи — способствовать её реализации.
3. **Выбор средств и инструментов визуальной коммуникации.** Это могут быть плакаты, видео, инфографика, анимация, интерактивные элементы и т. п.
4. **Создание концепции проекта.** Разработать общую идею и структуру проекта, определить его основные элементы и принципы.
5. **Разработка сценария или плана действий.** Описать последовательность шагов, которые будут предприняты для реализации проекта.
6. **Прототипирование и тестирование.** Создать несколько вариантов дизайна или сценариев, чтобы выбрать наиболее эффективный и привлекательный для аудитории. Протестировать прототип на небольшой группе людей, собрать обратную связь и внести необходимые изменения.
7. **Презентация проекта.** Подготовить презентацию или видеоролик, демонстрирующий основные аспекты проекта, его цель, задачи, средства и инструменты визуальной коммуникации.
8. **Анализ результатов и рефлексия.** После реализации проекта провести анализ его эффективности, выявить сильные и слабые стороны, сделать выводы и определить перспективы развития.

### Темы проектов:

- Визуальная коммуникация в социальных сетях.
- Дизайн упаковки продукта с использованием принципов визуальной коммуникации.
- Создание инфографики на тему «Структура визуальной коммуникации».
- Разработка рекламного объявления с использованием элементов визуальной коммуникации.
- Оформление пространства для мероприятия (конференции, фестиваля, выставки).
- Визуальные коммуникации в городской среде.
- Использование визуальных коммуникаций для продвижения бренда.
- Визуализация данных и информации.

### Самостоятельная работа:

Создание слайдов презентации в графическом редакторе Figma  
 Задача — Описать цель создание слайдов. Описать задачу, которую вы планируете решать.

Формат — На основании задачи определить релевантный формат слайда Презентации.  
 Референс — Приложить референс, который взят за основу для реализации поставленной задачи.

Результат — Приложить файл слайда, который разработан для решения поставленной задачи.

### Задание для самостоятельной работы:

1. Выбрать размер презентации в зависимости от цели использования (например, для смартфона, для компьютера, для проектора).
2. Выбрать референс (образец).
3. На основе референса разработать дизайн используя графический редактор.

Формат сдачи задания:

В папку с файлом в формате Word отдельно приложить оригинальные файлы:

1. Файл референса
2. Файл слайда Презентации в формате .pdf.
3. Файл слайда Презентации в формате .jpeg.
4. Ссылку на исходный файл в Figma.
5. При использовании других редакторов, приложить исходный файл.

Тема 3. Процессы визуальной коммуникации. (6 часов)

**Задание:** разработать и представить проект, демонстрирующий понимание процессов визуальной коммуникации.

**Требования к проекту:**

1. **Описание процесса.** Необходимо описать процесс визуальной коммуникации, который будет представлен в проекте (например, восприятие цвета, формы, композиции).
2. **Выбор средств и инструментов.** Описать, какие средства и инструменты визуальной коммуникации будут использоваться для демонстрации процесса (например, видео, инфографика, анимация).
3. **Создание концепции.** Разработать общую идею и структуру проекта, определить его основные элементы и принципы.
4. **Разработка сценария или плана действий.** Описать последовательность шагов, которые будут предприняты для реализации проекта.
5. **Прототипирование и тестирование.** Создать несколько вариантов дизайна или сценариев, чтобы выбрать наиболее эффективный и привлекательный для аудитории. Протестировать прототип на небольшой группе людей, собрать обратную связь и внести необходимые изменения.
6. **Презентация проекта.** Подготовить презентацию или видеоролик, демонстрирующий основные аспекты проекта, его цель, задачи, средства и инструменты.
7. **Анализ результатов и рефлексия.** После реализации проекта провести анализ его эффективности, выявить сильные и слабые стороны, сделать выводы и определить перспективы развития.

**Темы проектов:**

- Восприятие цвета в разных культурах.
- Влияние формы на эмоции человека.
- Композиция в искусстве и дизайне.
- Роль типографики в восприятии информации.
- Визуальные иерархии в веб-дизайне.
- Психология восприятия шрифтов.
- Символика в графическом дизайне.
- Цвет и эмоции в рекламе.

Тема 4. Визуальный образ, вбирающий в себя весь набор визуальных объектов. (6 часов)

**Задание:** разработать и представить проект, посвящённый визуальному образу, который будет включать в себя следующие элементы:

1. **Описание визуального образа.** Необходимо определить, какой визуальный образ будет представлен в проекте (например, абстрактный, символический, реалистичный).

2. **Выбор средств и инструментов.** Описать, какие средства и инструменты визуальной коммуникации будут использоваться для создания образа (например, графика, фотография, видео, 3D-моделирование).
3. **Создание концепции.** Разработать общую идею и структуру проекта, определить его основные элементы и принципы.
4. **Разработка сценария или плана действий.** Описать последовательность шагов, которые будут предприняты для реализации проекта.
5. **Прототипирование и тестирование.** Создать несколько вариантов дизайна или сценариев, чтобы выбрать наиболее эффективный и привлекательный для аудитории. Протестировать прототип на небольшой группе людей, собрать обратную связь и внести необходимые изменения.
6. **Презентация проекта.** Подготовить презентацию или видеоролик, демонстрирующий основные аспекты проекта, его цель, задачи, средства и инструменты.
7. **Анализ результатов и рефлексия.** После реализации проекта провести анализ его эффективности, выявить сильные и слабые стороны, сделать выводы и определить перспективы развития.

#### **Темы проектов:**

- Визуальный образ города будущего.
- Создание визуального образа бренда.
- Разработка визуального образа персонажа.
- Использование визуального образа в рекламе.
- Влияние визуального образа на восприятие информации.
- Психология восприятия цвета в визуальном образе.
- Роль типографики в создании визуального образа.
- Символика в визуальных образах.

#### **Самостоятельная работа:**

1. Разбор кейсов «Брендбуки, Гайдлайны, Логобуки, каталоги «Визуальной коммуникации бренда», Медиакиты».

Брендбуки компаний из разных сфер бизнеса: ЦОПП, Ростелеком, ВКонтакте, CITROEN, PEUGEOT.

Медиакиты изданий разной направленности: Argo, Forbes Eng, Forbes Rus, Forbes, Pikabu, Subcultru, Vedomosti.

2. Исследование международного влияния на формирование визуальной концепции бренда. 3. Создание презентации по Техническому заданию.

#### **Задание для самостоятельной работы:**

1. На основе разработанного «Технического задания для дизайнера» разработать «Презентацию компании». Ключевые принципы — определение целей презентационного материала и выполнение своих функций визуальной коммуникации: создание вовлеченности, создание эмоционального состояния, упрощение подаваемого контента, использования современных методов и средств дизайн-технологий.

2. Питчинг на 3-5 мин по презентации проекта по разработанной презентации перед аудиторией.

Тема 5. Дизайн рекламных образов. (4 часа)

**Задание:** разработать и представить проект, посвященный дизайну рекламных образов.

1. **Описание целевой аудитории.** Необходимо определить, кто является потенциальной аудиторией проекта (возраст, пол, интересы, предпочтения и т. д.).
2. **Определение цели и задач проекта.** Цель должна быть конкретной и достижимой, а задачи — способствовать её реализации.
3. **Выбор средств и инструментов визуальной коммуникации.** Это могут быть плакаты, видео, инфографика, анимация, интерактивные элементы и т. п.
4. **Создание концепции проекта.** Разработать общую идею и структуру проекта, определить его основные элементы и принципы.
5. **Разработка сценария или плана действий.** Описать последовательность шагов, которые будут предприняты для реализации проекта.
6. **Прототипирование и тестирование.** Создать несколько вариантов дизайна или сценариев, чтобы выбрать наиболее эффективный и привлекательный для аудитории. Протестировать прототип на небольшой группе людей, собрать обратную связь и внести необходимые изменения.
7. **Презентация проекта.** Подготовить презентацию или видеоролик, демонстрирующий основные аспекты проекта, его цель, задачи, средства и инструменты визуальной коммуникации.
8. **Анализ результатов и рефлексия.** После реализации проекта провести анализ его эффективности, выявить сильные и слабые стороны, сделать выводы и определить перспективы развития.

#### **Темы проектов:**

- Дизайн упаковки продукта с использованием принципов визуальной коммуникации в рекламе.
- Создание инфографики на тему «Структура визуальной коммуникации» для рекламного агентства.
- Разработка рекламного объявления с использованием элементов визуальной коммуникации для продвижения бренда.
- Оформление пространства для мероприятия (конференции, фестиваля, выставки) с рекламными образами.
- Визуальные коммуникации в городской среде для рекламы.
- Использование визуальных коммуникаций для продвижения бренда в социальных сетях.
- Визуализация данных и информации для рекламной кампании.
- Дизайн рекламных образов для продвижения товаров и услуг.

#### **Самостоятельная работа:**

Создание Инфографики по материалам многостраничной презентации проекта

Задания для самостоятельной работы:

1. Внимательно изучите исходную презентацию — выписать ключевые факты, данные, идеи.
2. Определите главную мысль и структуру — что является самым важным в данной презентации.
3. Определить, какие типы визуализации данных наиболее релевантны — диаграммы, графики, таблицы и т. д.
- 2.
4. Сделать наброски разных вариантов структуры и композиции слайда инфографики.
5. Выбрать самый удачный эскиз и проработать его — разработать цветовую карту, карту шрифтов, расположение элементов, композиционные и стилевые решения.
6. Добавить пояснительные надписи — заголовки, подписи данных, легенду.

7. Дать время Инфографике «отлежаться». Убедитесь, что инфографика читается легко и способна быстро донести главную мысль многостраничной презентации.
8. Работа в группе / работа с клиентом: показать инфографику коллегам и получить обратную связь.
9. Учесть замечания коллег/клиента и внесите финальные правки.

**Задания для самостоятельной работы:**

1. Заполнить файл шаблон в формате ворд.
2. Сформировать файл инфографику в формате .pdf до внесения правок.
3. Сформировать файл инфографики в формате .pdf после внесения правок от коллег/клиента.
4. Пипчинг на 3-5 мин. о презентации Инфографики аудитории.

Тема 6. Firmenный стиль как корпоративная идентификация. (4 часа)

**Задание:** разработать и представить проект, посвящённый фирменному стилю как корпоративной идентификации.

1. **Описание целевой аудитории.** Необходимо определить, кто является потенциальной аудиторией проекта (возраст, пол, интересы, предпочтения и т. д.).
2. **Определение цели и задач проекта.** Цель должна быть конкретной и достижимой, а задачи — способствовать её реализации.
3. **Выбор средств и инструментов визуальной коммуникации.** Это могут быть плакаты, видео, инфографика, анимация, интерактивные элементы и т. п.
4. **Создание концепции проекта.** Разработать общую идею и структуру проекта, определить его основные элементы и принципы.
5. **Разработка сценария или плана действий.** Описать последовательность шагов, которые будут предприняты для реализации проекта.
6. **Прототипирование и тестирование.** Создать несколько вариантов дизайна или сценариев, чтобы выбрать наиболее эффективный и привлекательный для аудитории. Протестировать прототип на небольшой группе людей, собрать обратную связь и внести необходимые изменения.
7. **Презентация проекта.** Подготовить презентацию или видеоролик, демонстрирующий основные аспекты проекта, его цель, задачи, средства и инструменты визуальной коммуникации.
8. **Анализ результатов и рефлексия.** После реализации проекта провести анализ его эффективности, выявить сильные и слабые стороны, сделать выводы и определить перспективы развития.

**Темы проектов:**

- Разработка фирменного стиля для компании, работающей в определённой отрасли (например, технологии, мода, еда).
- Создание логотипа и цветовой палитры для бренда с учётом его миссии и ценностей.
- Дизайн упаковки продукта с использованием элементов фирменного стиля.
- Оформление корпоративного сайта и социальных сетей в соответствии с фирменным стилем.
- Использование фирменного стиля в рекламных кампаниях и маркетинговых материалах.
- Визуализация данных и информации с помощью фирменных элементов.
- Firmenный стиль для мероприятия: дизайн приглашений, баннеров, постеров.
- Анализ существующих корпоративных стилей и их влияния на восприятие бренда

**Самостоятельная работа:**

Определение композиционных приёмов в визуальной коммуникации.

Задания для самостоятельной работы:

Исследуя рынок медиапродуктов подобрать проекты, использующие:

- 1) Стиль конструктивизма.
- 2) Стиль минимализма.
- 3) Швейцарский стиль.
- 4) Плоский стиль.
- 5) Стиль ар-деко.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Визуальные коммуникации» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – познакомить с основными подходами к анализу визуальных знаков, показать сложность чтения визуальных сообщений и образов, и представить методологические возможности интерпретации визуальных образов как коммуникативных практик.

Задачи дисциплины:

- Показать специфику визуальных коммуникаций и особый язык изображений;
- Анализировать систему понятий, используемых при работе с визуальным материалом;
- Изучение не только общетеоретических работ, но и текстов, посвященные анализу конкретного визуального материала и позволяющие продемонстрировать особенности применения теоретических
- формирование представления о визуальных коммуникациях как о процессе коммуникации (передачи информации) посредством визуального языка (изображений, знаков, образов, типографики, инфографики), с одной стороны, и визуального восприятия (органов зрения, психологии восприятия) – с другой;
- формирование основы понимания визуальной журналистики;
- развитие навыков профессионального представления результатов собственных научных изысканий в области современной теории коммуникации

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

УК-2.1. Анализирует имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивает и выбирает оптимальные способы решения поставленных задач

ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов

ОПК-6.1. Участвует в производственном процессе выпуска медиапродукта с применением современных цифровых технологий

ОПК-6.2. Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* круг профессиональных задач и оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм; основные принципы работы с профессиональными текстами в сфере коммуникации, принципы аналитической работы с англоязычными текстами; специфику выпуска медиапродукта с применением современных цифровых технологий; особенности эксплуатации современных стационарных и мобильных цифровых устройств в целях создания медиапроекта и (или) медиапродукта.

*Уметь:* анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач; использовать языковые средства в соответствии с целью и ситуацией общения; выявлять смысловые категории профессиональных текстов и применять общенаучные методы анализа текстов; организовывать процесс выпуска медиапродукта с применением современных цифровых

технологий; эксплуатировать современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта;

*Владеть:* навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, а также оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач; нормами культуры речи; навыками рационального чтения, слушания, говорения и письма; навыками применения современных цифровых технологий; навыками применения современных стационарных и мобильных цифровых устройств в целях создания медиапроекта и (или) медиапродукта.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.