

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ
Кафедра Культуры мира и демократии

СОВРЕМЕННЫЙ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.01 Сервис

Код и наименование направления подготовки/специальности

Креативные индустрии

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Современный коммерческий дизайн
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):
К.и.н., ст.преподаватель Новикова А.А.

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания кафедры
№ 4 от 06.12.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

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

1. Пояснительная записка

Методические материалы составлены на основе требований Федерального государственного стандарта высшего профессионального образования по данному направлению подготовки.

Курс призван подготовить специалиста, обладающего знаниями об основных принципах, компонентах и средствах создания актуального коммерческого и креативного дизайна и визуальных коммуникаций. Специалист, прошедший данный курс, будет владеть навыками наглядного представления информации и осуществления визуальной коммуникации

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – сформировать систему знаний и выработать основные навыки и умения, необходимые для визуализации информации, осуществления визуальной коммуникации путем графического и креативного дизайна, а также ведения креативной деятельности в современной коммуникатологической индустрии.

Задачи дисциплины включают в себя:

- 1) Показать целостную картину использования средств дизайна в современных визуальных коммуникациях
- 2) Овладеть методами и навыками различных форм визуальной подачи информации
- 3) формирование умений, навыков, способностей воздействия на людей средствами дизайна в визуальных коммуникациях
- 4) Развитие способностей студентов к презентации собственных креативных проектов и защиты выбранных творческих решений

При решении этих задач учитывается следующее важное обстоятельство: традиционные системы формирования коммуникативных навыков и умений в виде обычной социализации, воспитания, дидактических моделей передачи знаний не всегда должным образом решают указанные задачи. Усложнение коммуникаций в современном глобализирующемся и информационно-сетевом мире должно сопровождаться развитием и усвоением специальных средств подготовки людей к усложняющимся условиям коммуникации как на социальном, так и на профессиональном уровне. Одним из таких средств, направленных на повышение и совершенствование межкультурной компетентности, становится практическое обучение межкультурной коммуникации в форме разнообразных коммуникативных тренингов. Это обстоятельство учитывается в структуре курса.

Дисциплина реализуется на русском и/или английском языке.

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1 Организует процедуру поддержки креаторов в	ПК-1.1 Владеет навыками применения	<i>Знать:</i> Идентифицирующие признаки внутрикорпоративных

осведомлении большой аудитории и привлечении инвесторов	инструментов осведомления широкой аудитории и инвесторов о локальных креаторах	и внешнекорпоративных цифровых коммуникаций <i>Уметь:</i> Выстраивать план, стилистику и интенсивность внутрикорпоративных и внешнекорпоративных цифровых коммуникаций <i>Владеть:</i> Навыками создания, планирования и исполнения современных внутрикорпоративных и внешнекорпоративных цифровых коммуникационных продуктах
	<i>ПК-1.2</i> Владеет навыками применения инструментов осведомления широкой аудитории и инвесторов о локальных креаторах	<i>Знать:</i> Архитектуру и алгоритмические параметры работы с онлайн-ресурсами и квалифицирующими источниками информации с целью создания коммуникационного цифрового продукта <i>Уметь:</i> Работать с современными цифровыми платформами и их алгоритмами для отслеживания актуальной информации <i>Владеть:</i> Навыками программирования и взаимодействия с алгоритмическими программами с целью создания коммуникационного цифрового продукта

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) «Дизайн в визуальных коммуникациях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

«Креативные технологии в социально-культурном сервисе», «Социальная конфликтология в сервисе», «Учет и оборот интеллектуальных прав в креативных индустриях».

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Управление конфликтами в организации», «Планирование в креативных индустриях», «Управление креативными индустриями», «Преддипломная практика».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

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
7	Лекции	18
7	Семинары	24
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
	Тема 1. Классификация визуальных коммуникаций. Дизайн: история и принципы разработки. Создание дизайна. Корпоративный дизайн	История возникновения дизайна. Классификация визуальных коммуникаций. Способы предоставления визуальной информации. Способы переноса и тиражирования мессенджинга в визуальных коммуникациях. Подготовка к разработке дизайна. Принципы создания корпоративного дизайна.
	Тема 2. Восприятие информации. Физические и цифровые носители визуальной информации.	Восприятия информации в современном мире. Элементы графического дизайна. Правила дизайна. Основные требования к визуальной информации. Использование элементов дизайна в визуальной коммуникации (цвет, фон, текст, течение). Проблемы восприятия информации на экранах. Звуковые и ароматические эффекты как вспомогательные средства визуальной коммуникации.
	Тема 3. Профессиональные и	Microsoft Office. Adobe Premier. Photoshop. Adobe

	полупрофессиональные программы и средства создания дизайна. Макеты. Проекты. Презентации	Illustrator. Blender. Maya DS. Их назначения, особенности работы с ними. Физические и традиционные медиа для создания дизайна. Основы дизайна.
	Тема 4. Линейный и нелинейный дизайн. Мода на дизайн. Креативность и личность в дизайне.	Виды линейного и нелинейного дизайна. Постановочный дизайн и сопровождающие материалы. Роли дизайнера и заказчика. Правила разработки дизайна. Мода на дизайн.
	Тема 5. Факторы и влияние на успешность дизайна. Коммерческий дизайн и брендинг. Современные вызовы коммерческого и креативного дизайна	Вербальные, невербальные и паравербальные компоненты дизайна. Движение и течение дизайна. Внешний вид и характеристики коммерческого дизайна. Брендинг и дизайн: взаимосвязь и взаимозависимость. Факторы, влияющие на успешность коммерческого дизайна. Этапы разработки дизайна и брендинга. Креативный дизайн.
	Тема 6. Разработка проекта по дизайну в визуальных коммуникациях. Проект-менеджмент дизайна в визуальных коммуникациях. Основы командной работы в разработке и исполнении дизайна	Этапы разработки дизайна. Скетчинг, тамбнейлинг, цветовая координация. Визуальные коммуникации в дизайне: применение и размещение элементов. Проект-менеджмент в дизайне и креативных индустриях. Проблемы клиентских отношений в коммерческом дизайне. Дизайнер и дизайн-команда: преимущества и проблемы исполнения заказа.
	Тема 7. Дизайн как метод донесения информации и как метод уничтожения информации.	История дизайна в XIX-XXI вв. Будущее современного креативного дизайна. Будущее современного коммерческого дизайна. Преподнесение информации в дизайне через визуальные коммуникации. Уничтожение информации средствами визуальной коммуникации и дизайна.

4. Образовательные технологии

Для проведения занятий лекционного типа по дисциплине применяются такие образовательные технологии, как интерактивные лекции и проблемное обучение (демонстрация и анализ кейсов). Для проведения занятий семинарского типа используются групповые дискуссии, ролевые игры, имитационные игры-модели, креативные задания, аналитика кейсов.

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.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- <i>опрос</i>	5 баллов	30 баллов
- <i>участие в дискуссии на семинаре</i>	5 баллов	10 баллов
- <i>контрольная работа (темы 1-3)</i>	10 баллов	10 баллов
- <i>контрольная работа (темы 4-5)</i>	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – <i>зачет</i>		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

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	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. 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

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	хорошо/ зачтено	<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. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетворительно/ 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. 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. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлетворительно/ 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. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>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 выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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

Вопросы контрольной работы:

1. Дизайн и визуальные коммуникации: типы и виды
2. Принципы создания и развития дизайна
3. Линейные и нелинейные дизайны
4. Элементы и средства визуальной коммуникации
5. Коммерческий дизайн и его применение
6. Креативный дизайн и его применение
7. Проблемы восприятия визуальной информации на физических носителях
8. Проблемы восприятия визуальной информации на цифровых носителях
9. Программное обеспечение для создания цифрового дизайна и визуальных коммуникаций
10. Разработка дизайна традиционными материалами
11. Графический дизайн и его место в визуальных коммуникациях
12. Правила постановки технического задания в современном дизайне
13. Требования к элементам дизайна в креативной и корпоративной вариациях
14. Цикличность моды на дизайн
15. История дизайна и визуальных коммуникаций
16. Отношения заказчик-исполнитель в дизайне
17. Вызовы коммерческого унифицированного дизайна
18. Восприятие и использование цвета в современном дизайне
19. Звуковые и ароматические эффекты в визуальных коммуникациях
20. Правила и законы дизайна в визуальных коммуникациях
21. Невербальные и паравербальные элементы дизайна
22. Классические способы составления дизайна
23. Пять нерушимых законов современного дизайна
24. Компоненты современного дизайна и их использование
25. Стилистика дизайна и ее изменения в брендинге
26. Взаимосвязь брендинга и дизайна

27. Дизайн вербальных и невербальных коммуникаций в современной индустрии

Примеры креативных заданий

Не-эссе: Слушателям предлагается составить презентацию, иллюстрирующую межкультурные или коммуникационные конфликты, с которыми слушатель сталкивался в профессиональной деятельности. Подготовленный материал должен иметь логическую структуру (введение, основное положение, заключение). Способ презентации материала может иметь любой вид кроме письменного. Презентация материала должна проходить на английском языке.

Нобелевская премия: По итогам проведения семинарских занятий и дискуссий, слушатели должны «номинировать» одного из их числа для получения «премии». Для «номинации» слушатели составляют портрет «номинанта» на основе полученной во время занятий информации.

Составление сборника: Слушатели курса составляют антологию авторских материалов из домашних заданий по темам межкультурной коммуникации на английском языке.

Примеры кейсов

1. Этический код организации или предприятия. Выбрать существующий этический код организации в России и проанализировать его.
 - a. Что такое этический код организации/предприятия? Какую роль играет этический код организации в современном потребительском обществе?
 - b. Социальная корпоративная ответственность и межкультурная коммуникация. Использование межкультурной коммуникации как метода связей с общественностью.
 - c. Проанализируйте достоинства и недостатки существующих этических кодов организаций на пространстве России.
2. Разработать этический код для организации, в которой работает слушатель.
3. Создать план действия в конфликтной ситуации.
 - a. Опишите типичный для вашего рабочего места межкультурный конфликт. Проанализируйте потенциальные причины типичных межкультурных конфликтов.
 - b. Приведите примеры решения вышеупомянутых конфликтов при помощи языковых средств английского языка. Как культурный контекст повлияет на ваши решения?
 - c. Определите пути решения описанных конфликтов. Учтите лимитации профессиональных коммуникаций на английском языке при моделировании путей решения описанных конфликтов.
4. Разработать примерный тренинг по межкультурной коммуникации для сотрудников компании.
 - a. Исходя из ранее описанных конфликтных ситуаций, постройте нейтральный пример для объяснения коллегам главных принципов позитивной межкультурной коммуникации.
 - b. Охарактеризуйте какие вопросы могут возникнуть у ваших коллег.

- c. Охарактеризуйте типовые проблемы, с которыми могут столкнуться ваши коллеги.
- d. С учетом полученных знаний, смоделируйте нейтральные решения потенциальных межкультурных конфликтов, которые могут возникнуть у ваших коллег.

Задание для итоговой аттестации

Представить презентацию проекта исследования проблем российской сервисной индустрии в области межкультурной коммуникации на английском языке. Презентация может сопровождаться авторскими видео-, фото- и аудиоматериалами. Представляемый материал должен следовать традиционной логической структуре: введение, гипотеза, основной текст, заключение, список источников и библиография.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

1. Всеобщая декларация прав человека" (принята Генеральной Ассамблеей ООН 10.12.1948) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120805/, свободный
2. Всемирная конференция по правам человека. Венская декларация и программа действий (Принята в Вене в июне 1993 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/viendec93.shtml, свободный.
3. Декларация о ликвидации всех форм нетерпимости и дискриминации на основе религии или убеждения (Принята Генеральной Ассамблеей ООН 25 ноября 1981 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/relintol.shtml, свободный.
4. Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/, свободный.
5. Всеобщая декларация прав человека 1948 г. // СПС "КонсультантПлюс"
6. Федеральный закон от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» // *СПС КонсультантПлюс*
7. Федеральный закон от 08.08.2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» // *СПС КонсультантПлюс*
8. Федеральный закон от 03.07.2016 г. № 236-ФЗ «О публично-правовых компаниях в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // *СПС КонсультантПлюс*

Литература

9. Гойхман, О. Я. Система тренингов по речевой коммуникации в общей структуре подготовки специалистов по связям с общественностью, туризму и сервису / О. Я. Гойхман, Л. М. Гончарова // Связи с общественностью в деловой сфере: коммуникативные, социальные, политические аспекты. - Калининград : Аксиос, 2009. - С. 11 - 15. - ISBN 978-5-91726-002-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/365073>

10. Гончарова, Л. М. Лингвокультурологическая составляющая туристской рекламы (в аспекте обучения речеведческим дисциплинам будущих специалистов по сервису и туризму) / Л. М. Гончарова // Русская речь в современном вузе : сборник материалов пятой международной научно-практической интернет-конференции / Орловский Гос.Тех. Ун-т, Моск. Гос. Пед. Ун-т. - Орел : ОрелГТУ, 2009. - С. 171 - 174. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/364680>

11. Гончарова, Л. М. Рекламная коммуникация в сфере туризма / Л. М. Гончарова // Цивилизация знаний: проблемы модернизации России. - Москва : РосНОУ, 2010. - С. 277 - 280. - ISSN 1998-4588. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/365335>

12. Гончарова, Л. М. Туристская реклама: стратегия позитива / Л. М. Гончарова // Вестник Российского нового университета : сборник научных трудов. Вып. №3 / под ред. Т. М. Регент. - Москва : РосНОУ, 2007. - С. 111 - 115. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/365319>

13. Леонидова, Е. Г. Стратегический ресурс развития региона : монография / Е. Г. Леонидова ; под ред. Т. В. Усковой. - Вологда : ФГБУН ВолНЦ РАН, 2020. - 141 с. - ISBN 978-5-93299-456-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246783>

14. Ушаков, Р. Н. Маркетинговая деятельность как фактор достижения конкурентных преимуществ на рынке гостиничных услуг (на примере города Москвы): Диссертация / Ушаков Р.Н. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 177 с.ISBN 978-5-16-104889-4 (online). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/872564>

15. Формирование институциональной модели технического регулирования сферы услуг как инструмента политики импортозамещения: необходимость и возможность / В.Я. Белобрагин, П.И. Бурак, Е.В. Сотникова ; под рук. Т.И. Зворыкиной. - Москва : Научный консультант, 2016. - 52 с. - ISBN 978-5-9909478-0-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1023663>

16. Шоул, Д. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Шоул Д., Евстигнеева И., - 8-е изд., доп. и перераб - Москва :Альпина Пабли., 2016. - 342 с. ISBN 978-5-9614-5692-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/610283>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

www.politnauka.ru – «Политология в России и в мире»

www.academim.org – сайт Академии имиджелогии. www.imageofrussia.info – Имидж России. Мониторинг информационного пространства.

www.4vlasti.ru – Общенациональный научно-политический журнал «Власть».

www.mediascope.ru – Электронный журнал «Медиаскоп».

International Political Science Association. – URL: <http://ipsa.org/>
Political Studies Association, Great Britain. – URL.: <http://www.psa.ac.uk>.
The American Political Science Association. – URL: <http://apsanet.org>.

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
Cambridge University Press
ProQuest Dissertation & Theses Global
SAGE Journals
Taylor and Francis
JSTOR
КонсультантПлюс
Гарант
Web of Science
Scopus

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины
образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и
проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

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 семинарских занятий

Тема 1. Классификация визуальных коммуникаций. Дизайн: история и принципы разработки. Создание дизайна. Корпоративный дизайн

1. История возникновения дизайна. Классификация визуальных коммуникаций.
2. Способы предоставления визуальной информации.
3. Способы переноса и тиражирования мессенджинга в визуальных коммуникациях
4. Подготовка к разработке дизайна. Принципы создания корпоративного дизайна.
5. Тренинг и кейсы

Тема 2. Восприятие информации. Физические и цифровые носители визуальной информации.

1. Восприятия информации в современном мире. Элементы графического дизайна. Правила дизайна
2. Основные требования к визуальной информации.
3. Использование элементов дизайна в визуальной коммуникации (цвет, фон, текст, течение).
4. Проблемы восприятия информации на экранах. Звуковые и ароматические эффекты как вспомогательные средства визуальной коммуникации.
5. Тренинг и кейсы

Тема 3. Профессиональные и полупрофессиональные программы и средства создания дизайна. Макеты. Проекты. Презентации

1. Microsoft Office. Adobe Premier. Photoshop. Adobe Illustrator. Blender. Maya DS. Их назначения, особенности работы с ними.
2. Физические и традиционные медиа для создания дизайна.
3. Основы дизайна
4. Правила разработки дизайна
5. Тренинг и кейсы

Тема 4. Линейный и нелинейный дизайн. Мода на дизайн. Креативность и личность в дизайне

1. Виды линейного и нелинейного дизайна
2. Постановочный дизайн и сопровождающие материалы
3. Роли дизайнера и заказчика
4. Мода на дизайн
5. Тренинг и кейсы

Тема 5. Факторы и влияние на успешность дизайна. Коммерческий дизайн и брендинг. Современные вызовы коммерческого и креативного дизайна

1. Вербальные, невербальные и паравербальные компоненты дизайна
2. Движение и течение дизайна. Внешний вид и характеристики коммерческого дизайна
3. Брендинг и дизайн: взаимосвязь и взаимозависимость. Факторы, влияющие на успешность коммерческого дизайна
4. Этапы разработки дизайна и брендинга. Креативный дизайн.
5. Тренинг и кейсы

Тема 6. Разработка проекта по дизайну в визуальных коммуникациях. Проект-менеджмент дизайна в визуальных коммуникациях. Основы командной работы в разработке и исполнении дизайна

1. Этапы разработки дизайна. Скетчинг, тамбнейлинг, цветовая координация

2. Визуальные коммуникации в дизайне: применение и размещение элементов
3. Проект-менеджмент в дизайне и креативных индустриях. Проблемы клиентских отношений в коммерческом дизайне
4. Дизайнер и дизайн-команда: преимущества и проблемы исполнения заказа
5. Тренинг и кейсы

Тема 7. Дизайн как метод донесения информации и как метод уничтожения информации

1. История дизайна в XIX-XXI вв. Будущее современного креативного дизайна
2. Будущее современного коммерческого дизайна
3. Преподнесение информации в дизайне через визуальные коммуникации
4. Уничтожение информации средствами визуальной коммуникации и дизайна
5. Тренинг и кейсы

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Практика подготовки письменных работ требует от студента или магистранта выполнения следующей логической последовательности действий:

- осмысления выбранной (утвержденной) темы (проблемы) и формирование соответствующего замысла;
- поиска и сбора информационных и документальных источников;
- систематизации материалов и выработки плана работы;
- написания текста работы;
- редакционной обработки рукописи, оформления научно-справочного аппарата, приложений, титульного листа.

При осмыслении (определении замысла письменной работы), важно уяснить:

- какой вид письменной работы готовится;
- какова цель работы, какие основные и частные задачи решаются в ходе ее выполнения;
- куда представляется работа (преподавателю, к защите на семинаре, на кафедре);
- какой справочный или иллюстративный материал должен быть представлен.

При поиске и сборе материалов следует руководствоваться принципом оптимального соотношения количества и качества используемых источников, подбирать их в зависимости от поставленной цели и отведенного времени.

При выборе библиографического указателя важно помнить, что они делятся по:

- целям (учетно-регистрационные, информационные, рекомендательные, вспомогательные);
- содержанию (общие, специальные, универсальные, отраслевые);
- времени издания (текущие, ретроспективные, перспективные);
- структуре (систематические, предметные, хронологические);
- месту издания.

В настоящее время универсальными источниками информации являются компьютерные базы данных.

Определившись с помощью научного руководителя с темой и структурой работы, следует осуществить группировку (разрозненные данные сводятся в удобные таблицы, схемы, тезисы и т.п.) и систематизацию (расположение в определенной последовательности по частям работы) материалов.

Рубрикация (деление) должна отвечать логически сопоставимым элементам (пунктам, параграфам, разделам, главам), отражающим содержание работы.

Написание текста рукописи (набор на электронном носителе) – достаточно сложная часть самостоятельной работы. Переписывание и компиляция недопустимы. Текст пишется самостоятельно на основе творческого анализа отобранных материалов.

В завершающей стадии должно быть обеспечено единство стиля изложения, работа не должна восприниматься как совокупность отдельных материалов (информации). Для того, чтобы сделать работу завершенной логически, возможно использование некоторых технических приемов: выводов в конце глав, вводных и соединяющих фраз, «подчеркиваний», введения дополнительных рубрикаций.

Проверка орфографии и пунктуации является обязательной частью выполнения работы.

9.3 Иные материалы

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Современный коммерческий дизайн» реализуется на *факультете* Востоковедения и социально-коммуникативных наук *кафедрой* Культуры мира и демократии.

Курс призван подготовить специалиста, обладающего знаниями об основных принципах, компонентах и средствах создания актуального коммерческого и креативного дизайна и визуальных коммуникаций. Специалист, прошедший данный курс, будет владеть навыками наглядного представления информации и осуществления визуальной коммуникации

Цель дисциплины – сформировать систему знаний и выработать основные навыки и умения, необходимые для визуализации информации, осуществления визуальной коммуникации путем графического и креативного дизайна, а также ведения креативной деятельности в современной коммуникатологической индустрии.

Задачи дисциплины включают в себя:

- 1) Показать целостную картину использования средств дизайна в современных визуальных коммуникациях
- 2) Овладеть методами и навыками различных форм визуальной подачи информации
- 3) формирование умений, навыков, способностей воздействия на людей средствами дизайна в визуальных коммуникациях
- 4) Развитие способностей студентов к презентации собственных креативных проектов и защиты выбранных творческих решений

При решении этих задач учитывается следующее важное обстоятельство: традиционные системы формирования коммуникативных навыков и умений в виде обычной социализации, воспитания, дидактических моделей передачи знаний не всегда должным образом решают указанные задачи. Усложнение коммуникаций в современном глобализирующемся и информационно-сетевом мире должно сопровождаться развитием и усвоением специальных средств подготовки людей к усложняющимся условиям коммуникации как на социальном, так и на профессиональном уровне. Одним из таких средств, направленных на повышение и совершенствование межкультурной компетентности, становится практическое обучение межкультурной коммуникации в форме разнообразных коммуникативных тренингов. Это обстоятельство учитывается в структуре курса.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

Знать: Идентифицирующие признаки внутрикорпоративных и внешнекорпоративных цифровых коммуникаций

Уметь: Выстраивать план, стилистику и интенсивность внутрикорпоративных и внешнекорпоративных цифровых коммуникаций

Владеть: Навыками создания, планирования и исполнения современных

внутрикорпоративных и внешнекорпоративных цифровых коммуникационных продуктах

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта.
Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 3 зачетные единицы.