

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

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

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра медиакоммуникаций

ВИДЫ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.04.05 Медиакоммуникации

Код и наименование направления подготовки/специальности

Медиакоммуникации в цифровой среде

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Виды и проектирование визуального контента

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Павлова Мария Николаевна, ст. преп. Кафедры Медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 3 от 29.10.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	5
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	8
2. Структура дисциплины	8
3. Содержание дисциплины	9
4. Образовательные технологии	12
5. Оценка планируемых результатов обучения	14
5.1 Система оценивания	14
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	14
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	16
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	20
6.1 Список источников и литературы	20
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	21
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	21
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	21
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	22
9. Методические материалы	23
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	23
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	35

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы. Формирование у студента требуемого набора компетенций, соответствующих его направлению подготовки и обеспечивающих его конкурентоспособность на рынке труда.

Задачи дисциплины:

1 Изучение всех аспектов создания и реализации визуального контента:

- Понимание различных форм визуального контента, таких как фотографии, инфографика, типографика, иллюстрации и видеосюжеты.
- Анализ роли визуального контента в современной медиакommunikации, включая его влияние на информационное пространство и взаимодействие с аудиторией.

2 Освоение методов и инструментов для создания визуального контента:

- Изучение принципов дизайна, композиции и обработки визуальных материалов.
- Практическое применение цифровых программных средств для создания и обработки визуального контента, таких как графические редакторы и инструменты для создания инфографики.

3 Развитие навыков взаимодействия и обратной связи с аудиторией:

- Понимание целевой аудитории и ее потребностей в визуальном контенте.
- Создание контента, который будет интересен и полезен зрителям, с учетом культурных и социальных аспектов.

4 Анализ рынка и целевой аудитории:

- Определение формата визуального контента, исходя из целевой аудитории и технических особенностей платформ, на которых будет размещен контент.
- Исследование трендов и тенденций в визуальной коммуникации, включая влияние социальных сетей и интернет-технологий.

5 Применение маркетинговых инструментов для продвижения визуального контента:

- Использование маркетинговых стратегий для привлечения и удержания аудитории, включая создание вербально-визуальных текстов и поликодовых сообщений.
- Понимание роли визуального контента в формировании бренда и его продвижении.

6 Формирование умений по развитию собственного стиля и бренда:

- Создание уникального стиля и бренда, который будет отличать студента от других создателей визуального контента.
- Развитие навыков по созданию индивидуального визуального языка и его применению в различных медиа-проектах.

7 Практическое освоение методов размещения и представления медиапроектов на соответствующих платформах:

- Эффективное опубликование и продвижение визуального контента на различных интернет-платформах, включая социальные сети и специализированные сайты.
- Понимание технических особенностей различных платформ и их влияния на представление визуального контента.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-1 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	УК-1.1 Демонстрирует знание критериев отбора современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для осуществления профессиональной деятельности.	<i>Знать:</i> основы теории и методологии проектирования визуальных коммуникаций; принципы концептуального творческого подхода к решению дизайнерской задачи <i>Уметь:</i> собрать необходимую информацию, переработать ее и предоставить в образной графической или объемной визуальной форме <i>Владеть:</i> способами реализации художественно-дизайнерского замысла в проектной деятельности, способами выбора средств художественной выразительности проекта визуальных коммуникаций
	УК-1.2 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценку информации; отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок.	<i>Знать:</i> методы критического анализа, верификации и оценки современных научных достижений в рамках реализации конкретных игровых проектов <i>Уметь:</i> использовать знания информационного законодательства для осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью <i>Владеть:</i> навыками под контролем осуществлять профессиональные функции

		в области рекламы и связей с общественностью с учетом норм информационного законодательства.
	<p><i>УК-1.3</i> Использует в практике медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.</p>	<p><i>Знать:</i> место визуальных коммуникаций в продуктах и практиках креативных индустрий; основные принципы и методы анализа визуальных медиатекстов, технологии создания на их основе идеального конечного результата</p> <p><i>Умеет:</i> анализировать и определять требования к дизайн-проекту визуальных коммуникаций; синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта визуальных коммуникаций</p> <p><i>Владеть:</i> методами изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта визуальных коммуникаций</p>
	<p><i>УК-1.4</i> Принимает обоснованное решение, определяет и оценивает практические последствия возможных решений задач</p>	<p><i>Знать:</i> методы критического анализа и оценки современных научных достижений в рамках решения конкретной задачи</p> <p><i>Уметь:</i> применять методы критического анализа и оценки современных научных достижений в рамках решения конкретной задачи</p> <p><i>Владеть:</i> методами критического анализа и оценки современных научных достижений в рамках решения конкретной задачи</p>
<p><i>УК-2</i> Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p><i>УК-2.2</i> Составляет план действий с учетом возможных потенциальных препятствий, определяет ожидаемые результаты решения</p>	<p><i>Знать:</i> специфику составления плана действий с учетом возможных потенциальных препятствий</p> <p><i>Владеть:</i> методикой определения ожидаемых результатов решения поставленных задач</p>

	поставленных задач	
<p><i>ПК-1.4</i> На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/ предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p>		<p><i>Знать:</i> место визуальных коммуникаций в продуктах и практиках креативных индустрий; основные принципы и методы анализа визуальных медиатекстов, технологии создания на их основе идеального конечного результата</p> <p><i>Уметь:</i> собрать необходимую информацию, переработать и предоставить ее в образной графической или объемной визуальной форме</p> <p><i>Владеть:</i></p>
<p><i>ПК-3</i></p> <p>способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи</p>	<p><i>ПК-3.1</i> способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике</p>	<p><i>Знать:</i> способы создания продающих текстов, рекламы, направления связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p><i>Уметь:</i> создавать тексты любой сложности, налаживать и поддерживать связи с общественностью,</p> <p><i>Владеть:</i> навыками написания текстов, проведения PRмероприятий и кампаний, разработки медиапроектов</p>
	<p><i>ПК-3.2</i> Формирует целевой репутационный образ организации/ компании/персоны</p>	<p><i>Знать:</i> эффективные способы создания позитивного имиджа организации/компании/ персоны.</p> <p><i>Уметь:</i> осуществлять руководство проектной деятельностью по формированию репутационного образа организации/компании/ персоны, применять на практике эффективные способы создания позитивного имиджа организации/компании/</p>

		персоны. <i>Владеть:</i> способностью разрабатывать стратегические концепции по формированию репутационного образа организации/компании/персоны
--	--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Виды и проектирование визуального контента» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.04.05- Медиакоммуникации, направленность «Инновационный менеджмент и медиапродюсирование».

Для освоения дисциплины «Виды и проектирование визуального контента» необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: требуется законченное высшее образование, Инструменты для создания контента, Межкультурное взаимодействие, Лидерство и управление командой, создание аудио и видеоконтента.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Виды и проектирование визуального контента», «Клиентоцентричность и дизайн мышления», «Создание сетевых медиапродуктов», «Дистрибуция и монетизация контента» и прохождения производственной и преддипломной практик.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

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 (общее)	Количество часов (дистант)	Количество часов (аудитория)
3	Лекции	10	10	0
3	Семинары/лабораторные работы	20	14	6
Всего:		30	24	6

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 3 зет. (108) академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Теория визуальной коммуникации.	<p>Понятие визуальной коммуникации. Структура и элементы визуальной коммуникации. Специфика визуального медиа текста как носителя информации и смысла: особенности восприятия и интерпретации визуального знака. Семь слоев глубины восприятия визуальной коммуникации: собственное восприятие, внутренние ощущения, эмоции, интеллект, самоидентификация, душевная реверберация, духовная близость.</p> <p>Визуальная аксиология – фиксация и трансляция норм и ценностей в рекламной коммуникации. Визуальная антропология – философские, этнологические и социологические аспекты презентаций идентичности в рекламной коммуникации. Социальная значимость визуальных медиа в современной культуре.</p> <p>Медиа контекст формирования мировосприятия субъекта массовой коммуникации. Визуальная коммуникация как продукт культуры. Роль визуальной коммуникации в формировании дискурса и тезауруса современной культуры. Эволюция визуальной коммуникации в контексте развития культуры. Эволюция формального языка визуальной коммуникации. Функции рекламной коммуникации в системе культуры.</p>
2	История современной визуальной коммуникации.	<p>Визуальная революция второй половины XIX в. И становление массовой культуры. Эволюции потребителя, структуры потребительского спроса и ее отражение в рекламной коммуникации. Художественно-эстетическая концепция стиля модерн и зарождение профессиональной рекламной коммуникации.</p> <p>Первая мировая война и осознание возможностей рекламы как инструмента социального моделирования. Модернизм и формирование языка дизайна для создания эффективного рекламного продукта.</p> <p>Визуальная коммуникация эпохи поп-арта. Зарождение концептуального проектирования,</p>

		<p>концептуальная идея и ее визуализация. Постмодернистский этап в развитии визуальной коммуникации и формирование принципов постмодернистского формообразования.</p>
3	<p>Концептуальные модели визуальных коммуникаций.</p>	<p>Визуальное как первичный механизм трансляции культурных традиции и социальных норм. Проблема визуального в контексте критической теории современного (индустриального) общества. Концепции Т. Адорно, М. Хоркхаймера, В. Бенямина. Проблематика визуального в работах Р. Арнхейма и М. Фуко. Визуальная культура и проблема идеологии. Эффекты и риски визуальной культуры. Визуальные коммуникации как социальная компетентность. Вальтер Ландор – дизайнер и исследователь визуального потребления</p>
4	<p>Визуальные коммуникации в креативных индустриях, бизнесе и повседневной жизни.</p>	<p>Место визуальных коммуникаций в продуктах и практиках креативных индустрий. Язык визуальной коммуникации как совокупность знаковых систем. Визуальная коммуникация как предмет семиотического анализа. Исследование семиотических механизмов массовой коммуникации. Основные принципы и методы анализа визуальных медиа текстов.</p>
5	<p>Методология разработки проектов для визуальных коммуникаций.</p>	<p>Тема и концепция в проектировании визуальных коммуникаций. Разработка идеального конечного результата проекта (ИКР). Трансформация ИКР в описание продукта дизайнерского проекта. Планирование ресурсов, графика и контрольных точек проекта. Разработка технологической документации проекта с учетом технического задания, государственных стандартов. Критерии оценки дизайн-проекта как интеллектуального и творческого продукта. Оценка конкурентоспособности проекта для профессиональных выставок и конкурсов. Бюджет и оценка инвестиционной привлекательности проекта. Гранты и краудфандинг в проектах визуальной коммуникации. Оценка масштабируемости проекта. Организация работы по реализации проекта. Технологии поддержки и продвижения проекта. Этап завершения проекта: документирование, передача заказчику, постаудит проекта.</p>
6	<p>Эскизное проектирование</p>	<p>Источники идей для проекта. Художественно-</p>

	визуальных коммуникаций (модели, прототипы).	проектные идеи визуальных коммуникаций. Формирование образов, дизайнерских решений и технологий исполнения идей разработчика. Проектирование элементов и связей визуальных коммуникаций. Эстетика и прагматика визуальных коммуникаций. Идентификационные стили, эргономика визуальных коммуникаций. Апробация дизайнерского решения и согласование проекта. Материалы и техника изготовления прототипа (модели, альбома). Компьютерная визуализация проекта.
7	Проектная разработка визуальных коммуникаций	Организация работы по реализации проекта. Тайминг, управление ресурсами и изменениями проекта. Разработка итоговой программы презентации проекта. Экспертиза и самооценка результатов проекта.
8	Формообразование знака. Семиотика в графическом дизайне	Товарный знак как основная визуальная константа фирменного стиля в графическом дизайне и его функции. Ретроспектива и современные тенденции в знакообразовании. Классификация знака по основному композиционному принципу отношения пятна и фона. Основные характеристики классического, модернистского и постмодернистского типов знака. Параметры знака: структура, размер, пространство, фактура, переменность, соответствие носителю, традиционный и инновационный подходы, степень унификации, визуальное восприятие. Знаки-иконы, знаки-символы и знаки-индексы. Метафора и метонимия в знаке. Классификация знака по принципу композиционного анализа и способу графического начертания. Задание: сбор, изучение, анализ референсов, определение трендов в дизайне логотипов
9	Дизайн и верстка современных газет	Специфика и актуальные тенденции в развитии современного периодического издания как объекта графического дизайна. Задание: Копия газетной полосы одной из российских СМИ.
10	Гайдлайн	Гайдлайн – руководство, описывающее основные принципы грамотного применения визуальных идентификаторов бренда на различных носителях в коммуникациях. Задание: верстка гайдлайна

		проекта фирменного стиля.
--	--	---------------------------

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Образовательные технологии
1	Теория визуальной коммуникации.	Лекция Семинар 1,2 Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов. Развернутая беседа с обсуждением докладов Консультирование и проверка домашних заданий.
2	История современной визуальной коммуникации.	Лекция Семинар 1,2 Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов. Развернутая беседа с обсуждением докладов Консультирование и проверка домашних заданий.
3	Визуальные коммуникации в креативных индустриях, бизнесе и повседневной жизни.	Лекция Семинар 1,2 Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов. Развернутая беседа с обсуждением докладов Консультирование и проверка домашних заданий.
4	Визуальные коммуникации в креативных индустриях, бизнесе и повседневной жизни.	Лекция Семинар 1,2 Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов. Развернутая беседа с обсуждением докладов Консультирование и проверка домашних заданий.
5	Методология разработки проектов для визуальных коммуникаций.	Лекция Семинар 1,2 Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов. Развернутая беседа с обсуждением докладов Консультирование и проверка домашних заданий.
6	Эскизное проектирование	Лекция	Лекция с использованием видеоматериалов.

	визуальных коммуникаций (модели, прототипы).	Семинар 1,2 Самостоятельная работа	Развернутая беседа с обсуждением докладов Консультирование и проверка домашних заданий.
7	Проектная разработка визуальных коммуникаций	Лекция Семинар 1,2 Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов. Развернутая беседа с обсуждением докладов Консультирование и проверка домашних заданий.
8	Формообразование знака. Семиотика в графическом дизайне	Лекция Семинар 1,2 Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов. Развернутая беседа с обсуждением докладов Консультирование и проверка домашних заданий.
9	Дизайн и верстка современных газет	Лекция Семинар 1,2 Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов. Развернутая беседа с обсуждением докладов Консультирование и проверка домашних заданий.
10	Гайдлайн	Лекция Семинар 1,2 Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов. Развернутая беседа с обсуждением докладов Консультирование и проверка домашних заданий.

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;

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

При оценивании *устного опроса и участия в групповой работе* на семинарах учитываются:

- степень раскрытия темы выступления (0-2 балла);
- знание содержания обсуждаемых проблем, умение использовать ранее изученный теоретический материал и терминологию (0-2 балла).
- стиль и логика изложения материала, грамотность речи (0-1).

При *оценке рефератов и научных докладов* учитывается:

- полнота и точность раскрытия исследования, правильное определение объекта и предмета исследования (0-5)
- степень структурированности материала и научности изложения (0-2)
- оформление работы (наличие введения, заключения, основных разделов, списка литературы) (0-3)

Критерии оценки ответов при *тестировании*:

- правильный ответ – 1 балл.
- неправильный ответ – 0 баллов.

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/зачет с оценкой/экзамен</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

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	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.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	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.</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.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ 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.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ 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>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<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 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

Примерные вопросы по промежуточной аттестации:

1. Естественнонаучные и гуманитарные исследования визуальных коммуникаций.
2. Образное мышление.
3. Психологический анализ визуальной культуры.
4. Пространство, цвет и форма в восприятии человека.
5. Визуальная депривация.
6. Функциональные характеристики визуальных коммуникаций.
7. Нарративный подход визуального текста.
8. Визуальные коммуникации в урбанистике (средовом дизайне, эргономике, маркетинге, бизнесе).
9. Агрессивная визуальная среда: факторы экспансии и методы противодействия.
10. Что такое депривация «олярный»?
11. Почему изменилось отношение к городскому пространству?
12. Почему значимыми становятся «красивые места» в городе?
13. Чем понятие «пиктограмма» отличается от «иероглифов»?
14. Визуальное как первичный механизм трансляции традиции и социальных норм.
15. Визуальное конструирование реальности.
16. Проблема визуального в контексте критической теории современного (индустриального) общества.
17. Концепции Теодора Адорно, Макс Хоркхаймера, Вальтер Беньямина.
18. Проблематика визуального в работах Р. Арнхейма и М. Фуко.
19. Визуальная культура и проблема идеологии.
20. Эффекты и риски визуальной культуры.
21. Визуальные коммуникации как социальная компетентность.
22. Как мода отражает ключевые положения концепции о визуальных коммуникациях
23. Почему визуальную культуру рассматривают также в рамках идеологии?
24. Что такое «социальный плакат»?
25. Инструменты визуальной коммуникации: зрительные, тактильные и мобильные.
26. Базовые принципы дизайна.
27. «Золотое сечение» в дизайне.
28. Анализ объемно-пространственной формы.
29. Архитектура как язык коммуникации.

30. Бионика в дизайне.
31. Искусство цвета и света в дизайне.
32. Стилизация в визуальных решениях.
33. Оптические иллюзии.
34. Абстрактные изображения.
35. Прикладные решения в дизайне.
36. Что такое эмотикон?
37. Что такое цветовое решение текста?
38. Эволюция визуальных коммуникаций: пиктографические рисунки, идеографическое письмо, иероглифическое письмо.
39. Инструменты для письма.
40. Дизайнерские решения в организации текста и его иллюстраций.
41. Культурные факторы восприятия текста и его иллюстраций.
42. Что такое пиктограмма?
43. В чем отличия леттеринга от каллиграфии?
44. Что такое функциональные требования?
45. Сферы прикладного проектирования визуальных коммуникаций.
46. Бизнес-рисунок в деловых коммуникациях.
47. Методы поэтапного перевода текста в образы, скрайбинг.
48. Когнитивные карты и майндмэппинг.
49. Разработка инфографики (задачи, правила, ограничения).
50. Фирменный стиль: концепция и этапы проектирования.
51. Визуальные коммуникации в маркетинге.
52. Интерьер как технология коммуникации.
53. Образ и стиль человека.
54. Алгоритм проектирования визуальных коммуникаций.
55. Почему в бизнес-коммуникациях активно применяют визуально комфортные практики для достижения результативности встречи?
56. . Что такое контент инфографики?

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций

1. Креативная часть визуального контента включает в себя:

1. мудборд
2. вид и стиль графики
3. цветовую палитру
4. шрифты
5. идейно-смысловое содержание

2. Функции визуальной коммуникации:

1. информационная
2. эмоциональная
3. прагматическая
4. теоретическая

3. Правильный визуальный контент помогает:

1. донести объективную информацию
2. легко объяснить сложные понятия

3. установить эмоциональную связь с пользователем
4. отстроиться от конкурентов

4. Чтобы изображение точно соответствовало понятию «знака», структура его организации должна строго отвечать фундаментальным требованиям

1. автономности и различимости
2. запоминаемости и визуальной активности в. креативности и эстетичности
3. инновационности и фотогеничности

5. Знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, предметов, явлений на которые он указывает, чаще всего в схематическом виде

1. индекс
2. пиктограмма в. символ
3. абстракт

6. Формальные, конструктивные, функциональные отношения между визуальными элементами системы представляют связь.

1. логическую
2. косвенную
3. тектоническую

4. рациональную

7. Наука о знаках и коммуникативных знаковых системах, используемых в процессе общения

1. логистика
2. ономастика
3. семиотика
4. тектоника

8. Доминирующие образные характеристики этого знака можно перенести на словесные элементы логотипа

1. иконического знака
2. абстрактного знака
3. пиктографического знака

9. При формировании дресс-кода сотрудников проекта ключевым решением является

1. оптимизация затрат на администрирование
2. уникальность образа сотрудников
3. соответствие правилам международного бизнес-стиля г. соответствие визуальному стилю проекта

10. Визуальные коммуникации для психологической коррекции средствами искусства и творчества

1. пленэр
2. арт-терапия
3. клаузура
4. креативная индустрия

11. Вид проектной деятельности, с помощью которой производится проверка практических навыков, обучающихся при решении дизайнерской задачи

1. скетчинг
2. эскиз
3. анаморфоза
4. клаузура

12. Наименование внешних цветовых особенностей колорита, характеристика «оптической» закономерности, которая объединяет основные цветовые оттенки произведения

1. абстракция
2. гамма
3. лигатура
4. палитра

13. Наука адаптации интерьеров, архитектурных и ландшафтных, а также графических стилистических форм под конкретного человека, его психологические особенности и потребности

1. семиотика
2. гештальт-психология
3. психо-дизайн
4. бихевиоризм

Темы рефератов

1. Базовые структуры визуальных образов/визуального опыта.
2. Образ, технология, медиум (материальные/технологические основания визуальных образов).
3. Современные технологии визуализации.
4. Стратегии визуализации как стратегии истины (визуальные содержания в контексте производства и трансляции научного знания).
5. Образ и текст (взаимосвязь визуального и текстуального в современной культуре).

6. Визуализация и эстетизация повседневности (трансформация традиционного понятия эстетического).
7. Визуальные образы и конструирование культурной памяти.
8. Визуализация и производство культурных пространств; современные визуальные среды (виртуальные, художественные и урбанистические пространства).
9. В. Татлин и визуальные утопии первой четверти XX в.
10. Визуальность и виртуальность.
11. Дизайн и реальность.
12. Дизайнерская среда и визуальные образы.
13. Манга: формирование нового художественного образа.
14. Фотография: виды, значение в построении визуальных образов.
15. Web-ресурсы современных технологий визуальности.
16. Ж. Бодрийяр о специфике современной визуальной культуры.
17. П. Вирилио и визуальные исследования последней четверти XX в.
18. Визуальный язык Соцарта.
19. Зрительное восприятие как психологическое понятие.
20. Фигура и фон в визуальном восприятии.
21. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Основная литература:

- 1 Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 239 с.: ил. [Электронный ресурс] –URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> – ISBN 978-5-238-01525-5.
- 2 Кудрявцева, М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М.Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. [Электронный ресурс] — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219> . – ISBN 978-5-4458- 5668-9. – DOI 10.23681/223219.

- 3 Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород: ННГАСУ, 2019 — 113 с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/164853>
- 4 Станишевская, Л. С. Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. — Благовещенск: АмГУ, 2017 — 60 с. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/156504>

Дополнительная литература:

1. Дэн Роэм. Практика визуального мышления. Оригинальный метод решения сложных проблем [Электронный ресурс] - URL: <https://www.litres.ru/roem-den/praktika-vizualnogo-myshleniya-originalnyy-metod-resheniya-slozhn/>
2. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Хуторян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. — 150 с.: схем., табл., ил. — [Электронный ресурс] URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> — ISBN 978-5-8154-0357-4.
3. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К°, 2018. — 488 с.: ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. [Электронный ресурс] — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-02089-6.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

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

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины необходимы:

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

4. Adobe Premiere
5. Adobe Illustrator

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/ практических/ лабораторных занятий¹

Семинарское занятие 1-2 . Визуальные исследования социальных проблем. Фотография как социальная практика.

Задание : Осмыслить социальные условия производства и потребления фотографии. Для этого необходимо:

1. Прочитать основные и дополнительные источники, в том числе статью Виктора Круткина о книге Пьера Бурдьё "Фотография как среднее искусство" и Сюзан Зонтаг "О фотографии".
2. Посетить фотовыставку.

Рассмотреть фотовыставку как площадку взаимодействия между людьми, т.е. как вариант публичной сферы. Найти обсуждения этой выставки в Интернете, в теленовостях, печати. По возможности принять участие в дискуссиях, посвященных выставке. Прочитать аннотации к выставке и сравнить официальную формулировку целей с тем, как это звучит в комментариях и дебатах, а также с собственным восприятием обучающегося. Обратит внимание на особенности обстановки. В некоторых галереях обыгрываются архитектурные решения, организуется особым образом пространство, даже запахи могут осмысленно включаться в экспозицию. Посмотреть книгу отзывов, если такая имеется в галерее, а также найдите отзывы в блогосфере - познакомится с каналами и содержанием обратной связи. Попытаться включиться в беседу, поговорить с посетителями (узнать, почему именно эта выставка привлекла их внимание, каковы их впечатления), если возможно, с фотографами и организаторами (узнать, почему именно эта тема была ими выбрана для выставки, что этому способствовало, довольны ли они результатами, есть ли что-то, что они бы сейчас сделали по-другому - фотографии, их отбор, их представление на выставке).

3. Написать мини-эссе. Постараться поразмышлять над такими вопросами:

А) Какие смыслы вкладывают разные авторы в это событие (а может быть в конкретный образ или художественный прием): фотограф? галерейщик? спонсор? журналист? критики? зрители? другие зрители?

Б) Как ведут себя зрители? как взаимодействует человек и изображение? какие вы заметили механизмы для выражения и обсуждения мнения?

В) Как можно охарактеризовать публику выставки? Привлеките идеи Хабермаса и других авторов относительно разных публик.

¹ План занятий строится в соответствии со структурой дисциплины (п.2). Разделы плана включают: название темы, количество часов, форму проведения занятия, его содержание (вопросы для обсуждения, задания, контрольные вопросы, кейсы и т.п.), список литературы. При необходимости, планы практических и лабораторных занятий могут содержать указания по выполнению заданий и требования к материально-техническому обеспечению занятия.

Г) Какой смысл вы вкладываете в эту выставку и представленные там работы? Какую фотографию бы выделили особо и почему? (Если будет возможно, сфотографируйте ее. Иногда на выставках разрешена съемка, узнайте об этом предусмотрительно).

Д) Какая социальная группа порождает такую эстетику, и, следовательно, каковы функции у этих фотографий и фотовыставок?

Е). Какие социальные изменения прослеживаются на примере этой выставки, если считать ее частью истории фотографии?

Ж) Что вы можете сказать о политических и экономических аспектах фотоискусства вообще и фотоэкспозиции, в частности?

Основная литература:

- 5 Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 239 с.: ил. [Электронный ресурс] –URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> – ISBN 978-5-238-01525-5.
- 6 Кудрявцева, М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М.Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. [Электронный ресурс] — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219> . – ISBN 978-5-4458- 5668-9. – DOI 10.23681/223219.
- 7 Прохожев, О. А.Проектирование средств визуальной коммуникации: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород: ННГАСУ, 2019 — 113с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/164853>
- 8 Станишевская, Л. С. Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. — Благовещенск: АмГУ, 2017 — 60 с. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/156504>

Дополнительная литература:

4. Дэн Роэм. Практика визуального мышления. Оригинальный метод решения сложных проблем [Электронный ресурс] - URL:<https://www.litres.ru/roem-den/praktika-vizualnogo-myshleniya-originalnyy-metod-resheniya-slozhn/>
5. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Хуторян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. – 150 с.: схем., табл., ил.— [Электронный ресурс] URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> – ISBN 978-5-8154-0357-4.
6. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. [Электронный ресурс] – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02089-6.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинарское занятие 3-4. Визуальные данные и публичная сфера.

Задание: Сделать по 1-2 самостоятельных фотографии, которые бы символизировали следующие понятия:

- 1) демократия;
- 2) социальная проблема;
- 3) понятие (примеры понятий: социальный факт, власть, неравенство, структура, социальное действие, гендер, справедливость, социальный институт и так далее).

Написать по 2-3 фразы комментария к сделанным снимкам.

Найти опубликованные в газете, журнале или Интернете 1-2 фотографии (обязательно сохранять ссылки на источники размещения этих образов), на которых можно было бы "увидеть социальную проблему" (желательно связанную с выбранной темой или понятиями из задания Проанализировать чужие снимки и объяснить символизм собственных фотографий, используя теоретические материалы из лекции и рекомендованной литературы. Написать по 2-3 фразы комментария к найденным образам.

Основная литература:

- 9 Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 239 с.: ил. [Электронный ресурс] –URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> – ISBN 978-5-238-01525-5.
- 10 Кудрявцева, М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М.Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. [Электронный ресурс] — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219> . – ISBN 978-5-4458- 5668-9. – DOI 10.23681/223219.
- 11 Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород: ННГАСУ, 2019 — 113с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/164853>
- 12 Станишевская, Л. С. Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. — Благовещенск: АмГУ, 2017 — 60 с. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/156504>

Дополнительная литература:

7. Дэн Роэм. Практика визуального мышления. Оригинальный метод решения сложных проблем [Электронный ресурс] - URL: <https://www.litres.ru/roem-den/praktika-vizualnogo-myshleniya-originalnyy-metod-resheniya-slozhn/>
8. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Хуторян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. – 150 с.: схем., табл., ил. – [Электронный ресурс] URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> – ISBN 978-5-8154-0357-4.
9. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. [Электронный ресурс] – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02089-6.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинарское занятие 5-6. Проектная разработка визуальных коммуникаций.

Задание 1: Построение фирменного знака и фирменного бланка

Используя инструмент «миллиметровка» и «размерная линия» программы Adobe Illustrator разместить на ней, указать размеры и технологию построения фирменного знака, фирменного бланка. Чертеж снабдить поясняющей информацией.

В проектное задание включены:

- графическое изображение знака;
- три варианта знака уменьшенного масштаба: черный на белом фоне, белый на черном фоне (т.н. выворотка), вариант в цвете;
- знак в объеме (рельеф, контррельеф);
- применение знака в рекламной полиграфической продукции.

Создать в Adobe Illustrator несколько образцов визиток личной и корпоративной, используя различные инструменты и эффекты программы.

Используя различные инструменты программы Adobe Illustrator создать несколько вариантов дизайна фирменного бланка, опираясь на правила и требования, предъявляемых к дизайну деловой корреспонденции. К фирменному бланку разработать конверт.

Основная литература:

- 13 Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 239 с.: ил. [Электронный ресурс] – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> – ISBN 978-5-238-01525-5.
- 14 Кудрявцева, М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М.Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. [Электронный ресурс] — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219> . – ISBN 978-5-4458- 5668-9. – DOI 10.23681/223219.

- 15 Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород: ННГАСУ, 2019 — 113 с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/164853>
- 16 Станишевская, Л. С. Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. — Благовещенск: АмГУ, 2017 — 60 с. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/156504>

Дополнительная литература:

10. Дэн Роэм. Практика визуального мышления. Оригинальный метод решения сложных проблем [Электронный ресурс] - URL: <https://www.litres.ru/roem-den/praktika-vizualnogo-myshleniya-originalnyy-metod-resheniya-slozhn/>
11. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Хуторян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. — 150 с.: схем., табл., ил.— [Электронный ресурс] URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> — ISBN 978-5-8154-0357-4.
12. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К°, 2018. — 488 с.: ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. [Электронный ресурс] — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-02089-6.

Семинарское занятие 7-8. Эскизное проектирование визуальных коммуникаций (модели, прототипы).

Задание 1: Разработка когнитивных карт.

В ходе занятия проводится мозговой штурм для выбора идеи, далее создается её презентация на флип-чате. Во время защиты необходимо создать ментальную карту, обосновать ее структуру и эффективность для исследования заданного объекта.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office, Adobe Illustrator.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинарское занятие 9-10. Визуальные коммуникации в креативных индустриях, бизнесе и повседневной жизни.

Задание 1: Анализ визуально-графической информации

Собрать и проанализировать информацию о визуальной - графической информации торгового-развлекательного учреждения, вокзала, аэропорта, культурно – досугового учреждения (на выбор обучающегося).

Задание 2. Составить и проработать перечень графической информации, необходимый для разработки торгового-развлекательного центра.

Подготовить доклад по результатам выполненного задания.

Основная литература:

- 17 Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 239 с.: ил. [Электронный ресурс] –URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> – ISBN 978-5-238-01525-5.
- 18 Кудрявцева, М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М.Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. [Электронный ресурс] — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219> . – ISBN 978-5-4458- 5668-9. – DOI 10.23681/223219.
- 19 Прохожев, О. А.Проектирование средств визуальной коммуникации: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород: ННГАСУ, 2019 — 113с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/164853>
- 20 Станишевская, Л. С. Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. — Благовещенск: АмГУ, 2017 — 60 с. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/156504>

Дополнительная литература:

13. Дэн Роэм. Практика визуального мышления. Оригинальный метод решения сложных проблем [Электронный ресурс] - URL:<https://www.litres.ru/roem-den/praktika-vizualnogo-myshleniya-originalnyy-metod-resheniya-slozhn/>
14. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Хуторян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. – 150 с.: схем., табл., ил.– [Электронный ресурс] URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> – ISBN 978-5-8154-0357-4.
15. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. [Электронный ресурс] – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> – Библиограф. в кн. – ISBN 978-5-394-02089-6.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинарское занятие 11-12. Разработка Инфографики для Общественных Кампаний

Задание 1. : Выберите актуальную общественную кампанию (например, экологическая инициатива, кампания по здоровью или образованию).

Задание 2. Разработайте инфографику, которая будет эффективно передавать ключевые сообщения и данные этой кампании. Используйте различные визуальные элементы (графики, диаграммы, иконки) для наглядного представления информации.

Доклад: Подготовьте презентацию, в которой объясните выбор визуальных элементов, их значение и то, как они помогают передать сообщение кампании. Обсудите также потенциальные каналы распространения инфографики (социальные сети, веб-сайты, печатные материалы).

Основная литература:

- 21 Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 239 с.: ил. [Электронный ресурс] –URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> – ISBN 978-5-238-01525-5.
- 22 Кудрявцева, М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М.Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. [Электронный ресурс] — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219> . – ISBN 978-5-4458- 5668-9. – DOI 10.23681/223219.
- 23 Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород: ННГАСУ, 2019 — 113с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/164853>
- 24 Станишевская, Л. С. Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. — Благовещенск: АмГУ, 2017 — 60 с. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/156504>

Дополнительная литература:

16. Дэн Роэм. Практика визуального мышления. Оригинальный метод решения сложных проблем [Электронный ресурс] - URL: <https://www.litres.ru/roem-den/praktika-vizualnogo-myshleniya-originalnyy-metod-resheniya-slozhn/>
17. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Хуторян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. – 150 с.: схем., табл., ил. – [Электронный ресурс] URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> – ISBN 978-5-8154-0357-4.

18. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. [Электронный ресурс] – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02089-6.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинарское занятие 13-14. Создание Визуального Сценария для Видеоролика

Задание 1: Разработайте визуальный сценарий для видеоролика, рекламирующего новый продукт или услугу. Включите описания кадров, выбор цветовой палитры, типографика и другие визуальные элементы. Объясните, как каждый элемент помогает передать ключевое сообщение.

Доклад: Подготовьте презентацию, в которой продемонстрируете визуальный сценарий, объясните выбор каждого визуального элемента и то, как они вместе создают эффективное визуальное повествование.

Основная литература:

- 25 Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 239 с.: ил. [Электронный ресурс] – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> – ISBN 978-5-238-01525-5.
- 26 Кудрявцева, М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М.Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. [Электронный ресурс] — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219> . – ISBN 978-5-4458- 5668-9. – DOI 10.23681/223219.
- 27 Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород: ННГАСУ, 2019 — 113с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/164853>
- 28 Станишевская, Л. С. Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. — Благовещенск: АмГУ, 2017 — 60 с. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/156504>

Дополнительная литература:

19. Дэн Роэм. Практика визуального мышления. Оригинальный метод решения сложных проблем [Электронный ресурс] - URL: <https://www.litres.ru/roem-den/praktika-vizualnogo-myshleniya-originalnyy-metod-resheniya-slozhn/>

20. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Хуторян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. – 150 с.: схем., табл., ил.– [Электронный ресурс] URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> – ISBN 978-5-8154-0357-4.
21. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. [Электронный ресурс] – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02089-6.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинарское занятие 15-16. Анализ и Разработка Веб-Дизайна для Медиа-Платформы

Задание 1 : Выберите существующую медиа-платформу (веб-сайт новостной организации, блог или социальная сеть) и проанализируйте ее веб-дизайн. Оцените эффективность текущего дизайна и предложите творческие решения для его улучшения. Разработайте новый дизайн, учитывая современные тенденции веб-дизайна и потребности целевой аудитории.

Доклад: Подготовьте презентацию, в которой сравните текущий и предложенный дизайн, объясните выбор каждого элемента и то, как они улучшают пользовательский опыт. Обсудите также адаптивный дизайн и мобильную версию сайта.

Основная литература:

- 29 Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 239 с.: ил. [Электронный ресурс] –URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> – ISBN 978-5-238-01525-5.
- 30 Кудрявцева, М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М.Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. [Электронный ресурс] — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219> . – ISBN 978-5-4458- 5668-9. – DOI 10.23681/223219.
- 31 Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород: ННГАСУ, 2019 — 113с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/164853>
- 32 Станишевская, Л. С. Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. — Благовещенск: АмГУ, 2017 — 60 с. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/156504>

Дополнительная литература:

22. Дэн Роэм. Практика визуального мышления. Оригинальный метод решения сложных проблем [Электронный ресурс] - URL: <https://www.litres.ru/roem-den/praktika-vizualnogo-myshleniya-originalnyy-metod-resheniya-slozhn/>
23. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Хуторян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. – 150 с.: схем., табл., ил. – [Электронный ресурс] URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> – ISBN 978-5-8154-0357-4.
24. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. [Электронный ресурс] – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02089-6.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинарское занятие 17-18. Разработка Визуального Сценария для VR/AR Проекта

Задание: Разработайте визуальный сценарий для проекта, использующего технологии виртуальной или дополненной реальности (VR/AR). Включите описания виртуальных пространств, взаимодействия с пользователем и другие визуальные элементы. Объясните выбор каждого элемента и то, как они вместе создают иммерсивный опыт.

Доклад: Подготовьте презентацию, в которой продемонстрируете визуальный сценарий, объясните его компоненты и то, как они обеспечивают иммерсивное взаимодействие с пользователем. Обсудите также технические аспекты реализации VR/AR проектов.

Основная литература:

- 33 Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 239 с.: ил. [Электронный ресурс] – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> – ISBN 978-5-238-01525-5.
- 34 Кудрявцева, М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М.Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. [Электронный ресурс] — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219> . – ISBN 978-5-4458- 5668-9. – DOI 10.23681/223219.
- 35 Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород: ННГАСУ, 2019 — 113с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/164853>
- 36 Станишевская, Л. С. Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. — Благовещенск: АмГУ, 2017 — 60 с.

— Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс] — URL: <https://e.lanbook.com/book/156504>

Дополнительная литература:

25. Дэн Роэм. Практика визуального мышления. Оригинальный метод решения сложных проблем [Электронный ресурс] - URL: <https://www.litres.ru/roem-den/praktika-vizualnogo-myshleniya-originalnyy-metod-resheniya-slozhn/>
26. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Хуторян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. – 150 с.: схем., табл., ил. – [Электронный ресурс] URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> – ISBN 978-5-8154-0357-4.
27. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. [Электронный ресурс] – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02089-6.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинарское занятие 19-20. Итоговый Проект: Разработка Комплексного Визуального Контента для Рекламной Кампании

Задание:

Разработайте комплексный визуальный контент для рекламной кампании нового продукта или услуги. Включите в проект следующие компоненты:

1. **Брендинг:** Логотип, цветовая палитра, типографика.
2. **Визуальный Сценарий:** Для видеоролика или анимации, рекламирующих продукт.
3. **Инфографику:** Для передачи ключевых данных и преимуществ продукта.
4. **Дизайн Сайта или Лэндинга:** Для онлайн-продвижения продукта.
5. **Социальные Сети:** Визуальный контент для социальных сетей (посты, сториз, рекламные баннеры).

Доклад:

Подготовьте презентацию, в которой продемонстрируете все компоненты вашего проекта. Объясните выбор каждого визуального элемента, его значение и то, как они вместе создают эффективную рекламную кампанию. Обсудите также стратегию распространения контента через различные каналы и ожидаемые результаты. **Критерии Оценки:**

- **Креативность и Оригинальность:** Насколько уникальна и привлекательна ваша концепция?

- **Соответствие Целям:** Насколько хорошо визуальный контент передает ключевые сообщения и цели кампании?
- **Техническое Качество:** Насколько профессионально выполнены все компоненты проекта?
- **Соответствие Экспозиционным Требованиям:** Насколько хорошо проект соответствует требованиям к визуальному контенту в различных средах (веб, социальные сети, видео)?

Итоговая Презентация:

Презентация должна включать все компоненты проекта, а также отражать процесс разработки и принятые решения. Это будет итоговым заданием, которое позволит оценить все приобретенные навыки и знания по проектированию визуального контента.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Виды и проектирование визуального контента» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины - является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы. Формирование у студента требуемого набора компетенций, соответствующих его направлению подготовки и обеспечивающих его конкурентоспособность на рынке труда.

Задачи дисциплины:

1 Изучение всех аспектов создания и реализации визуального контента:

- Понимание различных форм визуального контента, таких как фотографии, инфографика, типографика, иллюстрации и видеосюжеты.
- Анализ роли визуального контента в современной медиакоммуникации, включая его влияние на информационное пространство и взаимодействие с аудиторией.

2 Освоение методов и инструментов для создания визуального контента:

- Изучение принципов дизайна, композиции и обработки визуальных материалов.
- Практическое применение цифровых программных средств для создания и обработки визуального контента, таких как графические редакторы и инструменты для создания инфографики.

3 Развитие навыков взаимодействия и обратной связи с аудиторией:

- Понимание целевой аудитории и ее потребностей в визуальном контенте.
- Создание контента, который будет интересен и полезен зрителям, с учетом культурных и социальных аспектов.

4 Анализ рынка и целевой аудитории:

- Определение формата визуального контента, исходя из целевой аудитории и технических особенностей платформ, на которых будет размещен контент.
- Исследование трендов и тенденций в визуальной коммуникации, включая влияние социальных сетей и интернет-технологий.

5 Применение маркетинговых инструментов для продвижения визуального контента:

- Использование маркетинговых стратегий для привлечения и удержания аудитории, включая создание вербально-визуальных текстов и поликодовых сообщений.

- Понимание роли визуального контента в формировании бренда и его продвижении.

6 Формирование умений по развитию собственного стиля и бренда:

- Создание уникального стиля и бренда, который будет отличать студента от других создателей визуального контента.
- Развитие навыков по созданию индивидуального визуального языка и его применению в различных медиа-проектах.

7 Практическое освоение методов размещения и представления медиапроектов на соответствующих платформах:

- Эффективное публикование и продвижение визуального контента на различных интернет-платформах, включая социальные сети и специализированные сайты.
- Понимание технических особенностей различных платформ и их влияния на представление визуального контента.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

УК-1.1 Демонстрирует знание критериев отбора современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для осуществления профессиональной деятельности.

УК-1.3 Использует в практике медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

УК-1.4 Принимает обоснованное решение, определяет и оценивает практические последствия возможных решений задач

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-2.2 Составляет план действий с учетом возможных потенциальных препятствий, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач

ПК-1.4 На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/ предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы

ПК-3 способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи

ПК-3.1 способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Anna88, [12 сент. 2024 г., 16:56:45]:

Знать: основы теории и методологии проектирования визуальных коммуникаций; принципы концептуального творческого подхода к решению дизайнерской задачи.

Уметь: собрать необходимую информацию, переработать ее и предоставить в образной графической или объемной визуальной форме.

Владеть: способами реализации художественно-дизайнерского замысла в проектной деятельности, способами выбора средств художественной выразительности проекта визуальных коммуникаций.

Знать: методы критического анализа, верификации и оценки современных научных достижений в рамках реализации конкретных игровых проектов.

Уметь: использовать знания информационного законодательства для осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.

Владеть: навыками под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью с учетом норм информационного законодательства.

Знать: место визуальных коммуникаций в продуктах и практиках креативных индустрий; основные принципы и методы анализа визуальных медиатекстов, технологии создания на их основе идеального конечного результата.

Умеет: анализировать и определять требования к дизайн-проекту визуальных коммуникаций; синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта визуальных коммуникаций.

Владеть: методами изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта визуальных коммуникаций.

Знать: методы критического анализа и оценки современных научных достижений в рамках решения конкретной задачи.

Уметь: применять методы критического анализа и оценки современных научных достижений в рамках решения конкретной задачи.

Владеть: методами критического анализа и оценки современных научных достижений в рамках решения конкретной задачи

Знать: специфику составления плана действий с учетом возможных потенциальных препятствий.

Владеть: методикой определения ожидаемых результатов решения поставленных задач.

Знать: место визуальных коммуникаций в продуктах и практиках креативных индустрий; основные принципы и методы анализа визуальных медиатекстов, технологии создания на их основе идеального конечного результата.

Уметь: собрать необходимую информацию, переработать и предоставить ее в образной графической или объемной визуальной форме

Знать: способы создания продающих текстов, рекламы, направления связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Уметь: создавать тексты любой сложности, налаживать и поддерживать связи с общественностью.

Владеть: навыками написания текстов, проведения PRмероприятий и кампаний, разработки медиапроектов.

Знать: эффективные способы создания позитивного имиджа организации/компании/ персоны.

Уметь: осуществлять руководство проектной деятельностью по формированию репутационного образа организации/компании/ персоны, применять на практике эффективные способы создания позитивного имиджа организации/компании/ персоны.

Владеть: способностью разрабатывать стратегические концепции по формированию репутационного образа организации/компании/ персоны