

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК  
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
Кафедра визуальных коммуникаций и дизайна в рекламе

## **ТЕХНОЛОГИИ СТИЛЕОБРАЗУЮЩЕЙ ВИЗУАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИЙ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Стилеобразование визуальных коммуникаций

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очная, очно-заочная, заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2026

Технологии стилеобразующей визуализации коммуникаций  
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

кандидат искусствоведения Т.А. Петушкова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 1 от 07.11.2025

## 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.....	4
1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
2. Структура дисциплины.....	7
3. Содержание дисциплины.....	8
4. Образовательные технологии.....	10
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	13
5.1 Система оценивания.....	13
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине.....	15
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	16
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	21
6.1 Список источников и литературы.....	21
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	22
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	23
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	23
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	24
9. Методические материалы.....	26

## 1. Пояснительная записка

### 1.1 Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** – формирование комплекса профессиональных компетенций, необходимых для эффективного проектирования и реализации стилеобразующей визуализации коммуникаций, обеспечивающих создание конкурентоспособных и узнаваемых визуальных решений в различных сферах профессиональной деятельности (реклама, брендинг, дизайн, цифровые коммуникации).

#### Задачи дисциплины:

- Развитие навыков творческой активности и креативного мышления для генерации инновационных визуальных образов;
- Изучить семиотические основы стилеобразующей визуальной коммуникации;
- Освоение методологии и инструментария визуальной коммуникации, направленных на создание уникальных и функциональных визуальных решений.
- Овладеть законами организации и гармонизации визуальной информации;
- Развить навыки работы с шрифтовой графикой и типографикой;
- Освоить навыки эффективно визуализировать данные и информацию;
- Овладеть принципами построения динамических визуальных коммуникаций;
- Повышение способности к аналитическому мышлению и проведению анализа целевой аудитории и рынка;
- Сформировать исследовательские и аналитические навыки.

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
<p><b>ПК-3</b> Способен эффективно реализовывать проекты в сфере визуально-коммуникативных технологий, применяя современные инструменты визуализации и законы организации и гармонизации композиционного пространства.</p>	<p><b>ПК-3.1.</b> Проектирует уникальные визуальные метафоры и иконографические образы, соответствующие задаче и целям коммуникативной стратегии, используя методы анализа культурного контекста и психологической нагрузки визуальных символов.</p> <p><b>ПК-3.2.</b> Генерирует креативные идеи и формирует концепции визуально-коммуникационных решений с помощью методов активизации творчества.</p> <p><b>ПК-3.3.</b> Применяет научные подходы и интеграцию искусства и науки для разработки уникальных визуальных решений, учитывающих</p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Законы организации и гармонизации композиционного пространства СВК;</li> <li>• Особенности влияния культурных кодов на восприятие визуальных символов;</li> <li>• Семиотику визуальных образов и метакодирование.</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Выбирать художественно-стилистические элементы;</li> <li>• Осуществлять разработку оригинально-визуальных решений, основываясь на правилах и законах восприятия и композиции;</li> <li>• Применять приёмы семиотического анализа и метафорического кодирования для создания ярких рекламных образов СВК.</li> </ul>

	<p>целевую аудиторию и условия реализации проекта.</p>	<p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Методиками активизации творчества и техническими способами структурирования мыслительного процесса;</li> <li>• Инструментами креативного моделирования и технического воплощения проектов;</li> <li>• Навыками синтеза теории и практики в разработке визуальных решений;</li> <li>• Комплексом навыков по обеспечению легкости восприятия зрителем созданных СВК.</li> </ul>
<p><b>ПК-4</b> Способен грамотно организовать структуру и последовательность элементов визуальных коммуникаций, обеспечивая лёгкость восприятия и максимальную ясность информации для целевой аудитории..</p>	<p><b>ПК-4.1.</b> Применяет законы организации и гармонизации объектов СВК для эффективного визуального представления информации, обеспечивая комфортное восприятие аудиторией.</p> <p><b>ПК-4.2.</b> Управляет пространственной организацией визуальных коммуникаций, выстраивает четкую структуру и иерархию элементов, создавая интуитивно понятные и привлекательные визуальные продукты.</p> <p><b>ПК-4.3.</b> Эффективно представляет большие объемы данных с использованием интерактивных и мультимедийных форматов, обеспечивая высокую степень воспринимаемой информации и взаимодействия с пользователями.</p> <p><b>ПК-4.4.</b> Проводит качественный и количественный анализ конкурентных продуктов и услуг, выявляет лучшие практики и успешно интегрирует их в собственные проекты визуальной</p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Методы структурирования визуальной информации.</li> <li>• Способы использования информационно-насыщенных техник и приемов подачи материала;</li> <li>• Базовую теорию информационной архитектуры и организацию визуальных потоков.</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Организовывать композицию с учётом ритмов, центров масс и зрительных приоритетов;</li> <li>• Определять стратегию развития динамики и простоты навигации внутри визуального поля;</li> <li>• Адаптировать приёмы и схемы организации визуальных сообщений для различных типов коммуникаций.</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Методологией анализа и проектирования визуальных последовательностей;</li> <li>• Комплексом мер по обеспечению легкости восприятия зрителем созданных визуальных комплексов</li> </ul>

	коммуникации.	
--	---------------	--

### 1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части базовых дисциплин учебного плана.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Программное обеспечение СВК», «Технологии исследований СВК», «Эволюция моды и стиля в искусстве, дизайне и маркетинговых коммуникациях», «Визуальная культура XX – XXI вв.: подходы и интерпретации».

Освоение дисциплины «Технологии стилеобразующей визуализации коммуникаций» будет необходимо при изучении дисциплин: «Проектирование айдентики», «Рекламная фотография», «Технологии исследований СВК», «Стилеобразующие визуальные аспекты печатной и наружной рекламы», «Стилеобразующие визуальные коммуникации экспозиционно-выставочных проектов», «Стратегии разработки и оценка эффективности СВК», «Архитектура индивидуального и корпоративного стилей», «Виртуальная и дополненная реальность в рекламе и связях с общественностью».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для прохождения преддипломной практики и дипломного проектирования.

## 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
1	Лекции	12
1	Семинары/лабораторные работы	18
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часа(ов).

### Структура дисциплины для очно-заочной 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
1	Лекции	8
1	Семинары/лабораторные работы	12
Всего:		20

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 70 академических часа(ов). Контроль 18 академических часа(ов)

### Структура дисциплины для заочной 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
1	Лекции	4
1	Семинары/лабораторные работы	4
Всего:		8

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 91 академических часа(ов). Контроль 9 академических часа(ов)

## 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Творческий подход и креативные методики СВК	Психологическая активизация творчества (мозговой штурм, синектика, метод фокальных объектов), систематизация перебора (морфологический анализ, метод контрольных вопросов, метод ментальных карт), направленные поиски (методы ТРИЗ, развитие творческого воображения), творческое мышление и визуализация (латеральное мышление, ассоциативный подход, метод Дельфи), исследовательские и аналитические методы (визуальный поиск референсов, брифинг клиента, исследование местоположения объекта, фокус-группы потребителей), креативный поиск и генерация идей (быстрый прототипинг, блок-схемы, сессионные методы мозгового штурма), научные основы креативности и проектирования (проблемно-задачный подход, проектирование нестандартных решений), принятие креативных решений (объединение науки и искусства, ориентация на пользователя, оригинальные визуальные решения).
2.	Визуальные символы и знаки в стилеобразующей визуальной коммуникации	Семиотика визуальных коммуникаций: природа знака, символа, иконического и индексального кода. Денотация и коннотация визуальных знаков: прямые и косвенные значения визуальных образов. Контекстуальное значение визуальных образов в рекламе и брендинге. Методы формирования ассоциаций и создания визуальных метафор: семиотический анализ визуальных образов. Алгоритм создания визуальных метафор. Прикладные методы анализа визуальных метафор: деконструкция визуальных образов. Методы повышения запоминаемости и выразительности визуальных коммуникаций.
3.	Основы композиции и законов визуализации в дизайне объектов СВК	Композиция как основа проектирования в коммуникационном дизайне. Правила композиции: центр тяжести, линия горизонта, золотое сечение, ритм, контраст. Теория фракталов и принципы фрактальной гармонизации картинной плоскости; Проецирование композиционных решений на плоскость и объём: структура и иерархия элементов. Практические упражнения по композиции: постановка задачи, размещение элементов, выделение акцентов. Графические композиции в разных видах коммуникаций: полиграфическая продукция, цифровая графика, наружная реклама.
4.	Организация и структура визуальных коммуникаций	Роль иерархии, последовательности и группировки элементов в структуре визуальных коммуникаций. Основные принципы организации визуальной информации: системы сеток, модульные компоновки, потоки информации. Управление потоком восприятия: структура страницы, последовательность элементов, линии силы.

5.	Искусство шрифта: влияние типографики на восприятие СВК	Шрифты и шрифтовая графика в контексте визуальных коммуникаций. Семантика и эмоциональное восприятие шрифтов. Креативные подходы к оформлению текста и шрифтов в коммуникациях.
6.	Инфографика и визуализация данных	Эффективные способы представления сложной информации. Типы инфографики, её функции и цели: Инфографика как средство улучшения понимания и запоминания. Использование графических средств и инструментов визуализации данных. Анализ успешных примеров инфографики и разбор практических ситуаций.

#### 4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные 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.

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Творческий подход и креативные методики СВК	<p><i>Лекция 1.</i></p> <p><i>Практическое занятие 1.</i></p> <p><i>Практическое занятие 2.</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Вводная лекция с использованием видеоматериалов; применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Метод фокальных объектов для разработки объектов СВК. Кабинетные исследования. Результаты представляются на групповом занятии с элементами публичной защиты. Используется дистанционный формат взаимодействия.</i></p> <p><i>Создание оригинального визуального образа оъекта СВК методом ТРИЗ и глубинного исследования целевой аудитории. Научное сообщение (доклад и презентация). Развернутая беседа с обсуждением полученных результатов. Групповая дискуссия. Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Полевые исследования.</i></p> <p><i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии.</i></p>
2.	Визуальные символы и знаки в	<i>Лекция 1.</i>	<i>Проблемная лекция с использованием видеоматериалов. Применяются дистанционные технологии.</i>

	стилеобразующей визуальной коммуникации	<p><i>Практическое занятие 1.</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Прикладные методы семиотического анализа визуальных метафор: деконструкция образов и выявление скрытого смысла. Кабинетные исследования. Презентации креативных концепций. Групповая дискуссия. Применяются дистанционные технологии. Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i></p>
3.	Основы композиции и и законов визуализации в дизайне объектов СВК	<p><i>Лекция 1.</i></p> <p><i>Практическое занятие 1.</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Лекция-визуализация. Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Фрактальный анализ СВК. Проецирование композиционных решений на плоскость и объём. Научное сообщение (доклад или реферат). Презентации проведенного анализа и креативных решений. Кабинетные исследования. Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии.</i></p>
4.	Организация и структура визуальных коммуникаций.	<p><i>Лекция 1.</i></p> <p><i>Практическое занятие 1.</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Проблемная лекция с использованием видеоматериалов. Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Структурный анализ визуального текста СВК на примере архетипов визуальной культуры XX в. Моделирование исследовательского сценария, презентация выполненных работ, групповая дискуссия. Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии.</i></p>
5.	Искусство шрифта: влияние	<p><i>Лекция 1.</i></p>	<p><i>Проблемная лекция с использованием видеоматериалов. Применяются дистанционные технологии.</i></p>

	<p>типографики на восприятии СВК</p>	<p><i>Практическое занятие 1.</i></p> <p><i>Практическое занятие 2.</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Постер-концепт с использованием классической типографики. Моделирование исследовательского сценария. Презентация полученных результатов. Групповая дискуссия. Применяются дистанционные технологии</i></p> <p><i>Искусство каллиграммы: создание метафорических образов средствами типографики. Моделирование исследовательского сценария, презентация выполненных работ, групповая дискуссия. Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i></p>
6.	<p>Инфографика и визуализация данных</p>	<p><i>Лекция 1.</i></p> <p><i>Практическое занятие 1.</i></p> <p><i>Практическое занятие 2.</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Проблемная лекция с использованием видеоматериалов. Презентации креативных концепций. Применяются дистанционные технологии</i></p> <p><i>Создание логотипа бренда. Групповая дискуссия. Кабинетные исследования, презентации креативных концепций. Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Создание инфографики для выставки современного искусства. Групповая дискуссия. Кабинетные исследования, групповая дискуссия, презентации креативных концепций. Применяются дистанционные технологии</i></p> <p><i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i></p>

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1 Система оценивания

Организация учебного процесса по дисциплине осуществляется на основе общих принятых академических требований, а также рейтинговой оценки знаний и умений студентов. Этот подход направлен на повышение уровня преподавания и усвоение знаний студентами, на повышение точности и дифференцированности и оценке результатов учебной деятельности обучающихся. Итоги промежуточной аттестации студентов (аттестован/ не аттестован) подводятся на основе различных критериев: посещаемости студентами лекционных и практических занятий, содержания и активности их выступлений на семинарах, а также по результатам отчетности студентов о различных формах самостоятельной работы.

**Форма итоговой аттестации:** Итоговая аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена в 1 семестре.

### Форма проведения промежуточной и итоговой аттестации

Экзаменационная защита индивидуального проекта.

### Для получения экзамена обучаемый должен представить:

- Презентацию проекта (PowerPoint, Keynote или PDF-файл).
- Портфолио выполненных работ (JPEG, PNG, PSD, EPS, AI).
- Исходные файлы (PSD, AI, CDR и другие доступные форматы).

### Задание для итоговой аттестации:

Разработать полномасштабный проект стилеобразующей визуализации коммуникаций (СВК) для выставки современного искусства, который включает:

- Идеологическое обоснование концепции выставки, тематика и цели экспозиции.
- Целевая аудитория и её предпочтения.
- Инфографика и графические элементы, облегчающие передвижение и ориентацию гостей по выставке.
- Панель с картой помещений, путями передвижения и пунктами интереса.
- Легко распознаваемые обозначения зон, секций и маршрутов осмотра.
- Центральные визуальные элементы, символизирующие основную идею выставки.
- Ассоциативные образы и метафоры, ассоциируемые с произведениями искусства.
- Фирменный логотип, шрифты и графические элементы для выставки.
- Полиграфические материалы (листовки, каталоги, билеты и приглашения).
- Разработка графического материала для мобильных устройств и сенсорных киосков.
- Интерактивные инсталляции и цифровые стенды.
- Серия визуальных материалов для соцсетей и интернет-ресурсов.
- Рекламные плакаты и афиши для наружной рекламы.

### Цель задания:

Продемонстрировать комплексное усвоение теоретических и практических знаний по дисциплинам курса, включая творческое мышление, визуальные символы, композицию, шрифтовую графику, инфографику и организацию визуальных коммуникаций.

### Этапы выполнения задания:

#### 1. Предварительные исследования и анализ:

- Анализ рынка и целевой аудитории. Изучение текущих тенденций в визуализации коммуникаций, проведение SWOT-анализа выставки, составление профиля целевой аудитории.
- Формулировка концепции выставки. Определение главной идеи и философии выставки, её цели и задачи, выбор общей стилистики и настроения.

#### 2. Разработка системы навигации и информационной поддержки:

- Картография выставки. Создание плана экспозиции, включение в него обозначений ключевых точек, маршрутов перемещения и зоны отдыха.
  - Навигационные панели и указатели. Разработка схем и карточек с необходимой информацией для удобства ориентации гостей.
  - Визуализация информации. Использование инфографики и графических элементов для облегчения восприятия посетителями информации о мероприятии.
3. Разработка центральной экспозиции и визуальных метафор:
    - Создание центральных визуальных образов. Подбор ассоциативных и символических образов, соответствующих тематике выставки.
    - Поддерживающая символика. Разработка вспомогательных визуальных элементов, акцентирующих внимание на отдельные участки экспозиции.
  4. Фирменный стиль и идентификация бренда:
    - Логотип и фирменные элементы. Разработка единого стиля и фирменных элементов (цветовая гамма, шрифты, логотип).
    - Полиграфические материалы. Создание каталогов, билетов, приглашений и иных полиграфических изделий, соответствующих общему стилю выставки.
  5. Интерьер и дизайн пространств:
    - Оформление интерьера выставки. Дизайн отдельных помещений, выбор декораций, освещения и мебели.
    - Цветовая палитра и геометрия пространства. Согласование цветов и геометрических форм, которые поддерживают общую атмосферу выставки.
  6. Графический контент и цифровые носители:
    - Цифровые экраны и интерактивные элементы. Подготовка графических материалов для сенсорных киосков, мобильных приложений и цифровых носителей.
    - Интерактивные инсталляции. Создание элементов, вовлекающих публику в активное участие и взаимодействие с экспонатами.
  7. Маркетинговые материалы и PR-продвижение:
    - Социальные сети и интернет-ресурсы. Создание графических материалов для аккаунтов в соцсетях и официальных ресурсов выставки.
    - Наружная реклама. Разработка рекламных щитов, афиш и вывесок, соответствующих фирменному стилю.
  8. Оформление портфолио и презентации:
    - Подготовка портфолио выполненных работ. Сбор и упорядочивание всех графических материалов, исходников и сопутствующей документации.
    - Презентация проекта. Подготовка и проведение публичной защиты проекта, в ходе которой будут раскрыты основные этапы работы, достигнутые результаты и перспективы дальнейшего развития проекта.

Формат сдачи:

Представить отчет в электронном виде, содержащий всю последовательность шагов, выполненные проекты и портфолио. Итоговое выступление должно сопровождаться защитой проекта, описанием хода работы и презентации всех выполненных этапов.

**Итоговая оценка складывается из следующих критериев:**

- Глубина анализа рынка и целевой аудитории.
- Качество разработанных визуальных решений и их соответствие идее выставки.
- Уровень креативности и оригинальности дизайнерских решений.
- Профессионализм исполнения и адекватность использования инструментов визуализации.
- Ясность и аргументированность представления проекта на защите.

**Результатом выполнения задания** становится полная система стилеобразующей визуализации коммуникаций (СВК) для выставки современного искусства, включающая:

- Фирменный стиль и визуальную идентификацию выставки (логотип, шрифты, цветовая палитра, графика).

- Инфографику и графические материалы для упрощённой навигации и комфортного перемещения посетителей по выставке.
- Центральные визуальные образы и ассоциативные метафоры, поддерживающие основную концепцию выставки.
- Полиграфические материалы (каталоги, листовки, билеты, приглашения и прочее).
- Дизайн интерьеров павильонов или залов выставки, включающий освещение, декор и архитектурные элементы.
- Визуальный контент для цифровых экранов, сенсорных киосков и мобильных приложений.
- Материал для маркетинга и PR-продвижения (постеры, ролики, контент для соцсетей и наружных рекламных поверхностей).

Кроме того, обязательным результатом являются:

- Портфолио выполненных работ в электронных форматах (PDF, JPEG, PNG, EPS, AI и др.).
- Готовая презентация проекта, подробно освещающая все этапы разработки и итоговые результаты.

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

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

## 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

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

82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (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	«удовлетворительно»/ «зачтено (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.</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	«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.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</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

#### 5.3.1 Вопросы для экзамена

Вопросы для экзамена (1 пункт экзаменационного билета)

(1 пункт экзаменационного билета)

1. Раскройте понятие «стилеобразующая визуализация коммуникаций» и перечислите её основные функции.

2. Охарактеризуйте главные категории визуальных символов и знаков, применяемые в стилеобразующей визуализации.
3. Назовите и охарактеризуйте важнейшие признаки, определяющие качественную визуализацию данных.
4. Какие существуют методы активации творчества в визуализации коммуникации? Приведите примеры.
5. Что такое визуальная метафора и какова её роль в стилеобразующем дизайне?
6. Перечислите и дайте характеристику основным законам композиции в визуальной коммуникации.
7. Как применяется золотое сечение в стилеобразующей визуализации? Приведите примеры.
8. Чем отличаются денотация и коннотация визуальных знаков? Покажите разницу на примере.
9. Назовите и опишите методы повышения запоминаемости и выразительности визуальных коммуникаций.
10. Какие факторы влияют на эмоциональное восприятие шрифтов в визуальных коммуникациях?
11. Перечислите методы активного исследования целевой аудитории в визуальном дизайне. Как они применяются на практике?
12. В чём заключается отличие визуальных образов от словесных сообщений в коммуникациях? Приведите аргументы.
13. Каково значение контекста в визуальной коммуникации? Приведите примеры влияния контекста на восприятие визуальных образов.
14. Назовите и объясните методы творческого поиска решений в стилеобразующей визуализации.
15. Какие стили и жанры используются в инфографике? Приведите примеры популярных форматов.
16. Что такое шрифтовая графика и какое место она занимает в стилеобразующей визуализации?
17. Опишите алгоритм создания визуальных метафор в проектах визуализации коммуникаций.
18. В чём заключаются трудности использования семиотического анализа в визуале? Приведите примеры ошибок.
19. Какие инструменты и методы применяют дизайнеры для оптимизации восприятия визуальной информации?
20. Какова роль научной составляющей в развитии творческих навыков визуализации и коммуникаций?

Вопросы для экзамена (2 пункт экзаменационного билета)

1. Какие современные тенденции наблюдаются в стилеобразующей визуализации коммуникаций? Приведите примеры.
2. Какие технологии используются для создания мультимедийных визуальных коммуникаций? Назовите самые распространённые инструменты.
3. В чём разница между традиционной типографикой и современной шрифтовой графикой? Какие изменения произошли за последнее десятилетие?
4. Перечислите пять признаков качественно выполненной инфографики и поясните каждый из них.
5. Что такое иконографика и как она влияет на стиль бренда? Приведите примеры использования в визуальной коммуникации.
6. Какие методы анализа целевой аудитории используют специалисты по визуализации? Какие из них наиболее эффективны?

7. Какие уровни композиции выделяют в визуальной коммуникации? Как они связаны между собой?
8. Какие бывают виды графических композиций в стилеобразующей визуализации? Приведите примеры для каждого типа.
9. В чём заключается феномен визуальной иерархии в стилеобразующей визуализации? Зачем он нужен?
10. Как определяется оптимальное соотношение текста и визуальных элементов в коммуникациях? Существуют ли универсальные пропорции?
11. Каково значение оттенка и насыщенности цвета в визуальной коммуникации? Приведите примеры удачного и неудачного использования цвета.
12. Какие существуют ограничения в выборе шрифтов для визуальной коммуникации? Назовите несколько общих правил подбора шрифтов.
13. Какие типы контраста применяются в визуализации и как они работают? Приведите примеры хорошего и плохого использования контраста.
14. Какие актуальные методы и инструменты используются для автоматизации визуализации данных? Приведите примеры программного обеспечения.
15. В чём заключаются особенности проектирования инфографики для мобильного устройства? Какие отличия от настольных версий?
16. Какие ошибки чаще всего допускают начинающие дизайнеры при составлении инфографики? Как избежать этих ошибок?
17. Каковы причины появления визуальных стереотипов в визуализации коммуникаций? Нужно ли бороться с ними?
18. В чём особенность создания визуальных коммуникаций для мультикультурной аудитории? Приведите примеры успешного опыта.
19. Как меняются приоритеты в стилеобразующей визуализации с развитием цифровых технологий? Приведите свежие примеры.
20. Какие тенденции будущего ожидаются в стилеобразующей визуализации коммуникаций? Как подготовиться к ним заранее?

### 5.3.2. Темы докладов и (или) рефератов:

1. Историко-эволюционный обзор интеграции искусственного интеллекта в системы визуальной коммуникации
2. Классификация и сравнительная характеристика генеративных нейросетей (GAN, VAE, StyleGAN) в дизайне и визуальной коммуникации
3. Теоретические основы написания эффективных промптов для генеративных моделей в контексте визуального дизайна
4. Современное состояние и перспективы применения искусственного интеллекта в визуальном проектировании и коммуникациях
5. Этика использования искусственного интеллекта в визуальном дизайне: правовые и морально-этические аспекты
6. Применение технологий Natural Language Processing (NLP) для генерации названий брендов и рекламных текстов
7. Принцип семантического анализа и его влияние на точность копирайтинга в условиях использования ИИ
8. Генеративные модели для создания оригинальных названий и слоганов: сравнение подходов и результатов
9. Оценка влияния искусственного интеллекта на процесс разработки названий и текстов: сильные стороны и ограничения
10. Нейросетевые технологии в экспериментальной типографике и декорировании буквенных начертаний
11. Методология нейросетевого конструирования ассоциативного поля бренда: эмпирический анализ и рекомендации
12. Психология восприятия цвета и его значимость в нейросетевом проектировании фирменного стиля

13. Генеративные сети и нейротехнологии в создании фирменного стиля и логотипа: сравнительное исследование методов
14. Анализ и классификация интерфейсов нейросетевых инструментов для визуализации бренд-метафор
15. Влияние искусственного интеллекта на стратегию визуального брендинга: динамика и перспективы развития
16. Методология нейросетевого конструирования ассоциативного поля бренда: эмпирический анализ и рекомендации
17. Психология восприятия цвета и его значимость в нейросетевом проектировании фирменного стиля
18. Генеративные сети и нейротехнологии в создании фирменного стиля и логотипа: сравнительное исследование методов
19. Анализ и классификация интерфейсов нейросетевых инструментов для визуализации бренд-метафор
20. Влияние искусственного интеллекта на стратегию визуального брендинга: динамика и перспективы развития
21. Технологии трансформации рукописных эскизов в высокодетализированные изображения с помощью нейросетей
22. Методы нейросетевой коррекции и улучшения изображений: алгоритмы и их практическое применение
23. Генерация антропоморфных персонажей и абстрактных форм с помощью генеративных нейросетей: сравнительный анализ подходов
24. Критерии и показатели качества нейросетевой обработки изображений: критерии отбора и измерения
25. Трансформация профессий в фотографии и визуальном искусстве под влиянием нейросетевых технологий: анализ последствий
26. Генеративные нейросети в создании виртуальных миров и виртуальной реальности: современные тенденции и технологии
27. Интерактивные платформы для генерации видео-контента: методы и инструментарий (RunwayML, ClipChamp, InVideo и др.)
28. Модели и методы генеративных нейросетей для создания моушн-графики и анимаций: сравнительный анализ и выводы
29. Нейросетевые алгоритмы для создания и обработки спецэффектов в видео: возможности и ограничения
30. Использование генеративных нейросетей в кинематографии и видеосъемке: современное состояние и перспективы развития

#### **Критерии оценки:**

- -уровень и качество использования рекомендованной литературы по выбранной теме (1 балл);
- правильность понимания и передачи позиции авторов реферируемых исследований (1 балл);
- грамотность и логичность изложения материала (1 баллов);
- наличие аналитического рассуждения автора реферата и обоснования выводов (2 балла).

#### 5.3.3. Примерная тематика проектных работ

1. Творческий подход и креативные методики в стилеобразующей визуализации коммуникаций: современные тренды и инструменты.
2. Особенности применения метода фокальных объектов в разработке объектов СВК (стилеобразующей визуализации коммуникаций).
3. Создание оригинального визуального образа объекта СВК методом ТРИЗ и исследования целевой аудитории.
4. Семиотический анализ визуальных метафор: способы выявления скрытого смысла и их практическое применение.

5. Применение фрактального анализа в объектах стилеобразующей визуализации коммуникаций.
6. Структура визуальных коммуникаций: архитипы визуальной культуры XX века и их отражение в современных проектах.
7. Специфика шрифтовой графики и типографики в визуальных коммуникациях.
8. Постеры с использованием классической типографики: анализ особенностей и примеры применения.
9. Каллиграмма как средство создания метафорических образов средствами типографики.
10. Влияние шрифтов и типографики на восприятие информации в эпоху цифровых технологий.
11. Методики визуализации данных и инфографика: создание визуальных историй на примере социально-значимой темы.
12. Процесс создания логотипа: поэтапный анализ и экспертная оценка эффективности.
13. Современная инфографика: задачи, функции и принципы создания для выставок современного искусства.
14. Совмещение классического искусства и цифровых технологий в стилеобразующей визуализации коммуникаций.
15. Оптимизация визуальных коммуникаций в музейных пространствах: создание комфортной и доступной навигации для посетителей.
16. Методы визуализации информации для людей с ограниченными возможностями здоровья: инклюзивный подход в дизайне коммуникаций.
17. Современные методы типографики в уличной графике и наружной рекламе: ретроспектива и перспектива.
18. Связь культурной идентичности и стилеобразующей визуализации коммуникаций: отечественные и зарубежные примеры.
19. Технические и этические аспекты применения VR и AR-технологий в стилеобразующей визуализации коммуникаций.
20. Этнические и региональные особенности в стилеобразующей визуализации коммуникаций: анализ влияния местных традиций на дизайн визуальных решений.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1 Список источников и литературы

#### а) Основная литература

1. Анашвили, В. В. Символы в искусстве: религиозный, исторический и культурный контекст : учебное пособие / В. В. Анашвили. — Москва : Дело, 2022. — 72 с. — ISBN 978-5-85006-369-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124093.html> (дата обращения: 23.09.2022). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Кухта М.С. История и методология дизайн-проектирования. В 2 частях. Ч.1. История дизайн-проектирования : учебник / Кухта М.С.. — Томск : Томский политехнический университет, 2021. — 154 с. — ISBN 978-5-4387-1001-1, 978-5-4387-1002-8 (ч.1). — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134278.html> (дата обращения: 19.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
3. Лаврентьев, А. Алексей Ган / А. Лаврентьев. — Москва : Ад Маргинем Пресс, 2023. — 192 с. — ISBN 978-5-91103-672-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137625.html> (дата обращения: 25.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Мельник, А. С. Коммуникационный дизайн : учебное пособие / А. С. Мельник. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2024. — 128 с. — ISBN 978-985-895-174-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/143018.html> (дата обращения: 11.09.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Пигулевский, В. О. Дизайн. Диспозитив в культуре : монография / В. О. Пигулевский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2026. — 365 с. — ISBN 978-5-4497-4849-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/154919.html> (дата обращения: 25.12.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
6. Сакамото, Маки Занимательная информатика. Искусственный интеллект. Манга / Маки Сакамото ; перевод С. Л. Плеханова. — Москва : ДМК Пресс, 2023. — 188 с. — ISBN 978-5-93700-115-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/159166.html> (дата обращения: 07.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
7. Мокишин С.И. Язык рекламы: стилистика и коммуникация : учебное пособие / Мокишин С.И.. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2024. — 122 с. — ISBN 978-5-7782-5203-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/155604.html> (дата обращения: 19.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
8. Северова Т.С. Инфографика : учебное пособие / Северова Т.С.. — Москва : Московский педагогический государственный университет, 2023. — 96 с. — ISBN 978-5-4263-1215-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/130128.html> (дата обращения: 18.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
9. Суй, Янь Артикуляция и функционирование знаков в культуре. Китай в знаках. В 2 частях. Ч.2. Китай в знаках / Янь Суй ; перевод Л. А. Ивлев. — 2-е изд. — Москва : ООО Международная издательская компания «Шанс», 2025. — 163 с. — ISBN 978-5-907854-29-1, 978-5-907854-30-7 (ч.2). — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/159101.html> (дата обращения: 05.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### б) Дополнительная литература

1. Грибер Ю.А. Когнитивная культурология цвета: научные основы колористики культурного ландшафта [Электронный ресурс]: монография/ Грибер Ю.А., Лавренова О.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Согласие, 2024.— 188 с.— Режим доступа: <https://ipr-smart.ru/155529>.— IPR SMART, по паролю
2. Кириенко И.П. Основы эргономики : учебное пособие / Кириенко И.П.. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2023. — 52 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/150374.html> (дата обращения: 19.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Лободанов, А.П. Семиотика искусства: история и онтология : учебное пособие / А.П. Лободанов. - 2-е изд. - Москва : Издательство Московского университета, 2013. - 680 с. - (Классический университетский учебник). - ISBN 978-5-19-010803-3.1022582. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1027634> (дата обращения: 18.03.2026). — Режим доступа: по подписке.
4. Музалевская, Ю. Е. Стилистика в создании образа: анализ формирования стилей в моде : учебное пособие / Ю. Е. Музалевская. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 69 с. — ISBN 978-5-7937-1684-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102679.html> (дата обращения: 08.11.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Орлов, И. И. Шрифт и типографика : учебно-методическое пособие для СПО / И. И. Орлов. — 3-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2024. — 78 с. — ISBN 978-5-00175-275-2, 978-5-4488-2052-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139727.html> (дата обращения: 27.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
6. Петушкова Т. А., Дизайн костюма. коммуникативные трансформации. учебник для студентов - Москва , 2019 . - 227 с. Текст : электронный // Электронный каталог РГБИ: [сайт]. — URL: <https://opac.liart.ru/request> (дата обращения: 14.03.2026). — режим доступа: для авторизир. Пользователей
7. Халилов, Д. ChatGPT на каждый день: 333 промта для бизнеса и маркетинга / Д. Халилов. — Москва : Альпина Паблишер, 2024. — 308 с. — ISBN 978-5-9614-9782-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/151752.html> (дата обращения: 09.06.2025). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
8. Шрифтовая графика : учебное пособие для СПО / составители И. Г. Матросова, Е. Ю. Пунтус. — 2-е изд. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 139 с. — ISBN 978-5-4488-2165-3, 978-5-4497-3402-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/142237.html> (дата обращения: 08.08.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

в) Периодические издания и перечень интернет-изданий

1. Rosdesign.com Портал. Про дизайн: <http://rosdesign.com>
2. Паратайп. Шрифтовой портал: <https://www.paratype.ru/>
3. Студия Леттерхэд. Шрифтовой портал: <http://www.letterhead.ru/>
4. Типомания. Слова, Шрифты, Типографика: <http://www.typo.mania.ru/>
5. Журнал Шрифт: <https://typejournal.ru/>
6. Журнал КАК: <https://kak.ru/>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)  
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

### 6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

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

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)

ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

Портал для дизайнеров, архитекторов, декораторов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://design-mate.ru/> (открытый доступ)

Ресурс Хабр (Habr) [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

<https://habr.com/ru/company/pixli/blog/325866/> (открытый доступ)

Электронно-библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

<http://iprbooks.ru/> (неограниченный доступ)

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://window.edu.ru/> (открытый доступ)

Научная электронная библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.elibrary.ru> (открытый доступ)

Федеральный портал «Российское образование»: [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<http://www.edu.ru/> (открытый доступ)

Интернет-портал Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим

доступа: <http://www.government.ru> (открытый доступ)

Ресурс Novate.ru – интернет-портал о дизайне [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<https://novate.ru/> (открытый доступ)

Культурология РФ – Искусство во всех проявлениях [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<https://kulturologia.ru/> (открытый доступ)

Каталог логотипов и знаков [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.logobank.ru/> (открытый доступ)

Отраслевой портал об упаковке [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.unipack.ru/> (открытый доступ)

Интернет -портал о творчестве [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.adme.ru/> (открытый доступ)

Шрифтовой портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.xfont.ru/> (открытый доступ)

Журнал КАК [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://kak.ru/> (открытый доступ)

Информационные справочные системы:

Консультант

Плюс Гарант

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для организации процесса обучения необходимы мультимедийные средства обучения (компьютер, проектор, электронная доска), наглядный демонстративный материал, а также специализированное программное обеспечение для анализа данных.

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины необходимы:

- демонстрационные приборы для лекции-визуализации,

- мультимедийные средства для открытия кейсов, решения практических задач Требования к аудиториям:

- для проведения практических занятий необходимы компьютерные классы,

- для лекций и семинаров необходимо наличие доски и специально оборудованные для показа слайдов и работы на персональных компьютерах.

**Состав программного обеспечения:**

Операционная система:

- Microsoft Windows (версия не ниже 10).

Офисные пакеты:

- Microsoft Office (Word, PowerPoint, Excel) — для подготовки отчетов, презентаций и расчетов.

Графические редакторы и программы для проектирования:

- Adobe Illustrator — профессиональный векторный редактор для создания логотипов, иконок и иллюстраций.
- Adobe Photoshop — мощный растровый редактор для ретуши, обработки изображений и монтажа.
- Inkscape — свободное программное обеспечение, аналог Adobe Illustrator, поддерживающее экспорт в форматы SVG, PNG, EPS и другие.
- GIMP — свободная альтернатива Adobe Photoshop, предназначена для обработки растровых изображений, ретуши и коррекции.
- Figma — облачный графический редактор для прототипирования интерфейсов и совместной работы (сайт: [figma.com](https://figma.com)).

Инструменты для повышения эффективности работы:

- Архиватор 7-ZIP — бесплатная утилита для сжатия и распаковки файлов ([7zip-soft.com](https://7zip-soft.com)).

Новые технологии и генеративные модели:

- Генеративная модель Kandinsky 5.0 — нейросетевая модель для генерации изображений по текстовому описанию (доступна на платформе GigaChat).

Сервисы для генеративного дизайна и маркетинга:

- SheDevRum.AI — генератор изображений по текстовому описанию ([shedevrum.ai/text-to-image](https://shedevrum.ai/text-to-image)).
- Phygital+ — платформа для дизайна и маркетинга с поддержкой генеративных моделей ([phygital.plus/ru](https://phygital.plus/ru)).

## **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 занятий

#### Тема 1

#### **Творческий подход и креативные методики СВК**

##### **Вопросы для обсуждения:**

1. Какие существуют классические методы активации творческого мышления и какие из них вы считаете наиболее эффективными в контексте современных задач визуализации?
2. Объясните суть метода фокальных объектов и приведите примеры его применения в стилеобразующей визуализации коммуникаций.
3. Какой вклад вносят современные методы творческого поиска (например, ТРИЗ) в повышение качества визуальных решений? Какие преимущества и ограничения у этого метода?
4. Опишите механизм латерального мышления и его роль в создании оригинальных визуальных решений. Какие техники способствуют развитию этого типа мышления?
5. Почему важно сочетать визуальный поиск референсов и аналитические методы при разработке стиль-образующего визуального продукта? Приведите примеры.
6. Какую роль играют фокус-группы и брифтинг клиента в этапе предварительной аналитики проекта визуализации? Какие дополнительные инструменты и методики можно рекомендовать для расширения исследования?
7. Что представляют собой методы быстрого прототипирования и как они ускоряют процесс создания визуальных решений? Приведите примеры применения.
8. Определите роль методов проблемно-задачного подхода в принятии креативных решений. Какую пользу приносит объединение науки и искусства в данном контексте?
9. Назовите основные принципы составления эффективных блок-схем для визуализации сложных данных. Каким образом эта техника повышает качество восприятия информации?
10. Приведите примеры удачного применения ассоциативного подхода в визуализации данных и объясните, почему ассоциация важна для восприятия визуальных образов потребителем.
11. Рассмотрите сильные стороны метода ментальных карт и объясните, как он помогает систематизировать визуальные идеи и упростить принятие решений.
12. Охарактеризуйте метод Дельфи и расскажите, как он применяется в целях выработки консенсусных решений в командных проектах визуализации.
13. В чем заключается сущность морфологического анализа и как он может способствовать поиску оригинальных визуальных решений?
14. Существует ли универсальный рецепт для генерации прорывных идей в стилеобразующей визуализации? Если да, назовите ключевые шаги. Если нет, почему?
15. Каким образом современная психология творчества и креативности может повлиять на улучшение образовательных программ по подготовке специалистов в области визуализации и коммуникаций?
16. Насколько важен учет индивидуальных особенностей восприятия информации при создании визуальных коммуникаций? Приведите примеры позитивного и негативного опыта.
17. Можно ли утверждать, что большинство креативных методов взаимозаменяемы? Или есть ситуации, когда предпочтение какому-то одному методу очевидно оправдано?
18. Есть ли необходимость обязательного включения исследовательских этапов (фокус-группы, аналитика, визуальный поиск референсов) в процесс создания визуальных коммуникаций высокого уровня? Обоснуйте позицию.
19. Стоит ли ожидать появления принципиально новых креативных методик в ближайшее время и как это повлияет на отрасль визуализации и коммуникаций?
20. Может ли классический подход (классические методы вроде мозгового штурма) уступить позиции новым, высокотехнологичным методикам (нейронные сети, машинное обучение)?

## Тема 2.

### **Визуальные символы и знаки в стилеобразующей визуальной коммуникации**

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Что подразумевается под природой знака и символом в визуальной коммуникации? Рассмотрите классификацию знаков (иконический, индексальный, символический) и объясните, как они функционируют в различных формах визуализации.
2. В чем разница между денотацией и коннотацией визуальных знаков? Приведите примеры визуальных образов, где проявляется прямое и косвенное значение, и объясните, как это влияет на восприятие бренда или продукта.
3. Каково значение контекста в восприятии визуальных образов? Как изменяется восприятие одних и тех же визуальных символов в зависимости от окружающего контекста (культурного, социального, исторического)?
4. Какие существуют методы создания визуальных метафор и как они повышают выразительность визуальных коммуникаций? Объясните пошаговый алгоритм создания визуальных метафор и приведите примеры успешного использования в реальной практике.
5. Зачем необходим семиотический анализ визуальных образов? Обсудите процедуру анализа визуальных образов и способы извлечения скрытых смыслов. Приведите примеры анализа визуальных коммуникационных материалов.
6. Какие факторы влияют на запоминаемость и выразительность визуальных коммуникаций? Выделите основные аспекты, повышающие визуальную выразительность и запоминаемость (форма, цвет, размер, положение, композиция и т.д.).
7. Какие методы используются для анализа визуальных метафор в маркетинге и брендинге? Опишите подходы к деконструкции визуальных образов и приведите примеры.
8. Какие визуальные символы считаются универсальными и международно признанными? Приведите примеры широко распространенных визуальных символов и объясните, почему они приобрели глобальное признание.
9. Возможна ли передача смысла визуальными средствами без вербального сопровождения? Приведите примеры, подтверждающие или опровергающие утверждение.
10. Существуют ли общепринятые правила выбора визуальных символов для определенных отраслей? Какие символы традиционно ассоциируются с медициной, образованием, финансами и другими отраслями экономики?
11. Какие риски возникают при неверном подборе визуальных символов или знаков? Приведите примеры случаев неправильного использования визуальных элементов, вызвавших негативную реакцию общественности.
12. Можно ли считать визуальные символы инструментом манипуляции сознанием потребителей? Обсудите роль визуальных символов в формировании представлений и установок общества.
13. Как культурные различия влияют на восприятие визуальных символов? Приведите примеры сходства и различий в трактовке визуальных знаков в разных странах и регионах.
14. Какие инструменты используются для повышения выразительности визуальных коммуникаций в рекламе? Опишите приёмы и техники, позволяющие сделать визуальную коммуникацию яркой и запоминающейся.

## Тема 3

### **Основы композиции и законов визуализации в дизайне объектов СВК**

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Что означает понятие «композиция» в контексте визуализации коммуникаций? Перечислите основные элементы композиции и объясните их значение.
2. Как правило центра тяжести влияет на восприятие композиции? Приведите примеры композиций, сбалансированных и несбалансированных по принципу центра тяжести.

3. Какие композиционные приёмы помогают установить правильный ритм в визуализации? Приведите примеры ритмического построения композиции и объясните, как это усиливает впечатление от визуального продукта.
4. В чём заключается закон золотого сечения и как он применяется в дизайне визуальных коммуникаций? Приведите примеры использования золотого сечения в коммерческой и художественной визуализации.
5. Объясните понятие контраста в композиции и перечислите виды контраста, часто используемые в визуализации.
6. Какие правила помогают создавать гармоничные композиции на плоскости и объёме? Какими правилами руководствуются дизайнеры при проецировании композиционных решений на двумерные и трёхмерные поверхности?
7. Расскажите о принципе фрактальности в визуализации и о том, как он помогает достигать гармонии и порядка в визуальных продуктах.
8. Какие существуют основные правила выделения акцентов в композиции? Приведите примеры ситуаций, когда неправильно расставленные акценты ухудшают восприятие визуального продукта.
9. Какие сложности возникают при проектировании визуальных композиций для разных каналов коммуникации (полиграфия, цифровая графика, наружная реклама)? Приведите примеры типичных ошибок и объясните, как их избегать.
10. Как правильно разместить элементы на странице, чтобы облегчить восприятие и направить взгляд зрителя? Приведите примеры удачных и неудачных композиционных решений.
11. Какие ошибки чаще всего совершают новички при разработке визуальных композиций? Какие уроки можно извлечь из этих ошибок и как их предотвратить?
12. Какие приёмы композиции позволяют усилить эмоциональное воздействие визуального продукта? Приведите примеры усиленно воздействующих композиций и объясните, какими приёмами достигается усиление эмоций.
13. Является ли нарушение канонов композиции признаком творческой свободы или ошибкой дизайнера? Приведите примеры успешных и провальных попыток отхода от традиционных правил композиции.

#### Тема 4

#### **Организация и структура визуальных коммуникаций**

##### **Вопросы для обсуждения:**

1. Что такое визуальная иерархия и как она влияет на восприятие информации? Приведите примеры правильной и неправильной визуальной иерархии.
2. Какие существуют основные принципы организации визуальной информации? Объясните, как действуют принципы модульных сеток и компоновок.
3. Как управлять потоком восприятия зрителя с помощью структуры страницы и последовательностью элементов? Приведите примеры визуальных продуктов, в которых управление взглядом достигнуто успешно и неудачно.
4. Что такое линии силы в визуальной композиции и как они помогают усиливать восприятие? Приведите примеры использования линий силы в современных визуальных коммуникациях.
5. Какие преимущества и недостатки имеют модульные сетки в организации визуальной информации? Приведите примеры ситуаций, когда использование модульных сеток целесообразно и наоборот.
6. Какие специальные техники организации визуальных коммуникаций помогают эффективно размещать информацию? Опишите технологию пробных версий и ее значение в создании визуальных коммуникаций.
7. Какие проблемы возникают при нарушении структуры и последовательности элементов в визуальных материалах? Приведите примеры нарушений структуры и их последствий для восприятия.

8. Какие визуальные сигналы привлекают внимание зрителя и удерживают его дольше на материале? Приведите примеры эффективного привлечения внимания с помощью визуальных средств.
9. Какие основные факторы влияют на восприятие информационных потоков в визуальных коммуникациях? Перечислите и объясните их влияние на зрительское восприятие.
10. В чем заключается искусство создания последовательных и гармоничных визуальных коммуникаций? Приведите примеры хороших и плохих примеров визуальных структур и объясните причину разницы в восприятии.
11. Какие стандарты и нормы существуют в международной практике организации визуальных коммуникаций? Объясните, как они обеспечивают лучшее восприятие и взаимодействие с контентом.
12. Какие особые требования предъявляют к визуальной организации цифровых коммуникаций (сайты, приложения)? Приведите примеры правильного и неправильного дизайна интерфейсов.
13. Как изменение масштаба и положения элементов влияет на восприятие визуальной информации? Приведите примеры изменений, приводящих к улучшению или ухудшению восприятия.
14. Какие приёмы помогают снизить когнитивную нагрузку на зрителя при взаимодействии с визуальными коммуникациями? Приведите примеры лёгких и перегруженных визуальных композиций.
15. Как эволюционировали принципы организации визуальных коммуникаций с появлением цифровых технологий? Приведите примеры трансформации старых подходов и появление новых методов организации визуальной информации.

### Тема 5

#### **Искусство шрифта: влияние типографики на восприятие СВК**

##### **Вопросы для обсуждения: и**

1. Какую роль играет шрифтовая графика в визуальных коммуникациях? Приведите примеры эффективного использования шрифтов и графики в брендинге и рекламе.
2. Какие существуют классификации шрифтов и как они влияют на восприятие информации? Объясните разницу между антиквой, гротеском и другими категориями шрифтов.
3. В чём состоят особенности семантики и эмоционального восприятия шрифтов? Приведите примеры шрифтов, вызывающих положительные и отрицательные эмоции.
4. Какие ошибки часто встречаются при использовании типографики в визуальных коммуникациях? Назовите и объясните распространенные ошибки начинающих дизайнеров.
5. Какие креативные подходы к оформлению текста и шрифтов существуют в современных коммуникациях? Приведите примеры креативных решений в типографике и объясните их успех.
6. Какие факторы определяют совместимость шрифтов в многокомпонентных визуальных материалах? Приведите примеры удачных комбинаций шрифтов и объясните, почему они работают.
7. Какие визуальные трюки и приёмы используются для придания типографике большей выразительности? Приведите примеры преувеличения, искажения и экспериментов с формами букв.
8. Какие подходы к созданию каллиграфии и типографики можно назвать новыми трендами последнего десятилетия? Приведите примеры успешного внедрения новых форм и техник в визуальные коммуникации.
9. Какие шрифты и графические элементы предпочтительны для цифровых и физических носителей? Приведите примеры различия шрифтов для экрана и печатных изданий.

10. Какова роль межсимвольного интервала и кернинга в восприятии текста? Приведите примеры положительного и отрицательного влияния интервалов и кернинга на читаемость и эстетику текста.
11. Какие препятствия возникают при переводе зарубежных шрифтов на русскоязычную среду? Приведите примеры трудностей, связанных с кириллицей, и путей их преодоления.
12. Какие особенности восприятия шрифтов следует учитывать при создании мультикультурных визуальных коммуникаций? Приведите примеры типографических решений, учитывающих этнические и культурные различия.
13. Как типографика и шрифтовая графика влияют на запоминаемость бренда и продукта? Приведите примеры компаний, добившихся высокой узнаваемости благодаря своим шрифтам.
14. Какие технологии и инструменты позволяют автоматизировать процесс создания и настройки шрифтов? Приведите примеры автоматизированных инструментов и объясните их преимущества и недостатки.
15. Будущее типографики: какие изменения ожидают сферу шрифтов и шрифтового дизайна в ближайшие годы? Какие новые тенденции появятся в будущем и как они скажутся на визуальных коммуникациях.

### Тема 6

#### **Инфографика и визуализация данных**

##### **Вопросы для обсуждения:**

1. Какие существуют основные типы инфографики и каковы их цели и функции? Приведите примеры инфографики разных типов и объясните, для каких задач они предназначены.
2. Какие задачи решают визуализация данных и инфографика в современных коммуникациях? Приведите примеры использования инфографики в СМИ, науке, бизнесе и повседневной жизни.
3. Какие методы и инструменты визуализации данных помогают лучше воспринимать информацию? Опишите, как правильно подобрать графические средства для представления данных.
4. Какие факторы влияют на восприятие инфографики человеком? Назовите и объясните психологические и физиологические аспекты восприятия инфографики.
5. Какие преимущества даёт инфографика перед традиционным текстовым материалом? Приведите примеры, когда инфографика эффективнее обычного текста.
6. Какие ошибки чаще всего допускают авторы инфографики и как их избежать? Приведите примеры типичных ошибок и объясните, как их предупредить.
7. Какие ресурсы и программное обеспечение используются для создания инфографики? Перечислите популярные сервисы и инструменты для создания инфографики и объясните их плюсы и минусы.
8. Как определить целевую аудиторию и адаптировать инфографику под неё? Приведите примеры успешного и неудачного таргетирования инфографики.
9. Какие международные стандарты существуют в области инфографики и визуализации данных? Приведите примеры стандартов и нормативных актов, регулирующих визуализацию данных.
10. Какие правила оформления инфографики помогают достичь максимальной доступности и ясности? Приведите примеры правил и рекомендаций по оформлению инфографики.
11. Какие тенденции в инфографике и визуализации данных мы наблюдаем в настоящее время? Перечислите основные современные тренды и объясните, почему они становятся популярными.
12. Какие проблемы возникают при визуализации больших объемов данных и как их решать? Приведите примеры трудностей и объясните, как справляться с большими объемами данных.
13. Какую роль играет цвет в инфографике и как его правильно подбирать? Приведите примеры удачного и неудачного использования цвета в инфографике.

14. Какие примеры успешных инфографик в мире известны и почему они стали востребованными? Приведите примеры известных инфографик и объясните, почему они получили популярность.
15. Как изменится будущее инфографики и визуализации данных в ближайшем будущем? Предложите прогнозы развития инфографики и методы визуализации данных.