

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Кафедра «Дизайн и цифровые искусства»

## **АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ**

по дисциплине

### **Б.1.3.9.2 «Проектирование визуальных коммуникаций»**

направления подготовки

54.03.01 «Дизайн»

Профиль 1 «Графический дизайн»

Квалификация – бакалавр

форма обучения – очная,  
курс – 4,  
семестр – 7,  
зачетных единиц – 6,  
всего часов – 216,  
в том числе:  
лекции – 36,  
коллоквиумы – нет,  
практические занятия – 54,  
лабораторные занятия – нет,  
самостоятельная работа – 126,  
зачет – нет,  
экзамен – 7 семестр,  
РГР – нет,  
курсовая работа – 7 семестр,  
курсовой проект – нет

## **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель изучения дисциплины:** освоить информационно-коммуникативные процессы, связанные с формированием визуальной культуры и требованиями общества потребления, выявить закономерности взаимовлияния графического дизайна и рекламы, определить место дизайна при использовании рекламных технологий.

### **Задачи дисциплины:**

- формирование цельного представления о системе научного знания в области коммуникации, включая основные научные центры формирования этих знаний;
- формирование у студентов навыков системного анализа и синтеза социально-психологических явлений и процессов;
- развитие у студентов способности анализировать событие и его последствия на личностном, микросоциальном и макросоциальном уровнях;
- развитие понимания студентами взаимосвязи психологического и социального;
- оценивание эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

## **2. Место дисциплины в структуре ООП ВО**

Учебный курс «Проектирование визуальных коммуникаций» входит в цикл Б.1.3 «Дисциплины по выбору».

Курс базируется на знаниях, полученных слушателями при изучении следующих дисциплин: «История искусств», «История и психология дизайна», «История науки и техники», «Пропедевтика», «Дизайн-проектирование», «Дизайн и оформление средств массовой информации», «Дизайн и рекламные технологии». Знания, полученные в процессе освоения дисциплины, будут необходимы при прохождении производственной практики.

## **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

ПК-2 – способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.

### **В результате освоения дисциплины студент должен:**

#### **Знать:**

- основные коммуникативные технологии;
- комплекс информационно-технологических составляющих мировых коммуникаций;
- принципы разработки эффективных визуальных коммуникаций в дизайне;
- общие психологические направления коммуникативного дизайна;
- законы восприятия визуальной информации;
- технические особенности создания эффективных коммуникаций;
- приемы гармонизации форм, структур, комплексов и систем;
- комплекс функциональных, композиционных решений;
- принципы выбора техники исполнения проекта.

#### **Уметь:**

- создавать визуальные образы в дизайне с помощью стандартных коммуникативных связей;
- применять методы коммуникативного дизайна в профессиональной сфере;

- использовать на практике умения и навыки в организации и проведении работ;
- разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи;
- обосновать свои предложения при разработке проектной идеи;
- анализировать проектные ситуации, опираясь на знания о современных рекламных коммуникациях;
- составлять подробную спецификацию требований к дизайн-проекту;
- синтезировать из множества возможных решений отвечающие задачам проекта;
- использовать информационные технологии для работы над продвижением торговой марки, товара или услуги;
- эффективно использовать новые информационные технологии для решения профессиональных задач;
- использовать рисунки в практике составления композиции и переработки их в направлении проектирования любого объекта.

#### **Владеть:**

- понятийным аппаратом коммуникативного дизайна;
- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий;
- пониманием единства между социальной, экономической, культурной и коммуникативной деятельностью человека;
- современной шрифтовой культурой;
- приемами работы в макетировании и моделировании;
- приемами работы с цветом и цветовыми композициями;
- основными правилами и принципами набора и верстки;
- навыками самостоятельной разработки брэнда, логотипа, фирменного стиля средствами коммуникативного дизайна;
- навыками коммуникативного анализа текста (рисунка) на разных уровнях его представления;
- навыками и умениями практического использования разработанных в коммуникативистике различных исследовательских методов и приемов.