

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.1.3.9.1 «Коммуникационный дизайн»

направления подготовки

54.03.01 «Дизайн»

Профиль 1 «Графический дизайн»

Квалификация – бакалавр

форма обучения – очная,
курс – 4,
семестр – 7,
зачетных единиц – 6,
часов в неделю – 5,
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 «Коммуникационный дизайн» входит в цикл Б.1.3. «Дисциплины по выбору».

Курс базируется на знаниях, полученных слушателями при изучении следующих дисциплин общепрофессионального и профессионального циклов: «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.