

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

Кафедра «Дизайн и цифровые искусства»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

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.

4. Распределение трудоемкости (час.) дисциплины по темам и видам занятий

№ М о- д у- ля	№ Неде ли	№ Те мы	Наименование темы	<i>Часы/ Из них в интерактивной форме</i>					
				Всего	Лек- ции	Колл ок- виум ы	Лаб ора- торн ые	Прак- тичес- кие	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
7 семестр									
1 1	1.	1.	Тема 1. Становление и основные этапы развития	18	2			6	10

			коммуникационного дизайна в контексте истории проектной культуры.						
2	2-3.	2.	Тема 2. Визуальная коммуникация: определение, структура, функции, виды.	27	4			8	15
3	4.	3.	Тема 3. Особенности визуального восприятия.	23	2			6	15
4	5.	4.	Тема 4. Способы графического представления информации	23	2			6	15
5	6-7.	5.	Тема 5. Дизайн.	25	4			6	15
6	8-9.	6.	Тема 6. Методология интерпретации объектов визуальной коммуникации.	25	4			6	15
7	10-12.	7.	Тема 7. Общие психологические направления коммуникативного дизайна и основные правила менеджмента коммуникаций	27	6			6	15
8	13-15.	8.	Тема 8. Создание образа как основная цель коммуникативного дизайна	22	6			6	10
9	16-18.	9.	Тема 9. Технологии создания имиджа методами коммуникативного дизайна	26	6			4	16
			Итого в семестр:	216	36			54	126

5. Содержание лекционного курса

№ темы	Всего часов	№ лекции	Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5
1	2	1	Тема 1. Становление и основные этапы развития коммуникационного дизайна в контексте истории проектной культуры. Что такое коммуникационный дизайн? Общие понятия. Коммуникационный дизайн, история становления и развития корпоративного дизайна. Особенности коммуникационного дизайна. Проектные возможности коммуникационного дизайна в создании имиджа организации.	1-4, 5-13, 21
2	4	2-3	Тема 2. Визуальная коммуникация: определение, структура, функции, виды. Восприятие. Вербальная и невербальная коммуникация. Каналы получения информации. Понятие о знаке. Модели знака. Классификация	1-4, 5-13, 21

			знаков. Креолизованный текст. Визуальная коммуникация. Структура визуальной коммуникации. Функции визуальной коммуникации. Визуальная грамотность. Визуальная экология. Visual studies. Фотография как средство познания действительности. Роль фотографии в СМИ, виды фотографии. Мультфильм. Графический роман. Оформление книги (иллюстрации). Телевидение. Комикс. Фильм. Плакат как художественное осмысление социальных процессов и явлений. Картина. Видеоигры. Клипы. Ролик.	
3	2	4	Тема 3. Особенности визуального восприятия. Восприятие и внимание. Символика и семантика цвета, цветовых отношений. Семантика шрифта и типографики. Семантика света, текстур и фактур. Восприятие композиционных решений, геометрических фигур. Образ как средство визуальной коммуникации.	1-4, 5-13, 21
4	2	5	Тема 4. Способы графического представления информации Способы визуализации информации. Слайдология, goad map, dash board, time line, инфографика, интерактивная графика. Визуальное мышление. Конвергентные медиа. Презентация.	1-4, 5-13, 21
5	4	6-7	Тема 5. Дизайн. Дизайн как сложный социокультурный феномен. Разновидности дизайна. Идеологическая функция дизайна. Структура зрительного опыта. Аксиогенные особенности современных информационно-коммуникационных процессов. Функции и технологии наружной рекламы. Системы информационной графики. Плакат. Веб-ресурс в системе визуальных коммуникаций.	1-4, 5-13, 21
6	4	8-9	Тема 6. Методология интерпретации объектов визуальной коммуникации. Теория визуальных коммуникаций. Теория визуальной метафоры. Структурный анализ. Критический анализ. Семиотический анализ. Дискурс-анализ. Искусствоведческий анализ.	1-4, 5-13, 21
7	6	10-12	Тема 7. Общие психологические направления коммуникативного дизайна и основные правила менеджмента коммуникаций Категория «отношения» и правила создания положительного отношения к объектам коммуникативного дизайна. Категория «общения»: понятие «управляемого общения»; виды психологического воздействия в процессе коммуникации (информирование, убеждение, внушение, психологическое заражение, подражание); модели эффективной коммуникации. Категория	1-4, 5-13, 21

			<p>«интереса»: основные условия и правила формирования интереса в процессе коммуникации. Категория «взаимопонимания»: достижение взаимного понимания: особенности понимания в процессе коммуникации; формы понимания; условия ускорения и улучшения понимания; управление взаимопониманием.</p> <p>Ощущения: учет контактных и дистантных видов ощущений человека и их свойств (продолжительность, интенсивность) в рамках коммуникативного дизайна; проблема измерений ощущений.</p>	
8	6	13-15	<p>Тема 8. Создание образа как основная цель коммуникативного дизайна.</p> <p>Свойства восприятия: избирательность, предметность, целостность, структурность, константность коммуникативного дизайна. Визуальный паттерн и восприятие формы: базовые процессы организации восприятия - восприятие контура и контраста, перцептивная обработка зрительной информации, блок-портреты. Восприятие цвета: природа цвета, смешение цветов, константность восприятия цвета, цветовая адаптация, эффект принадлежности цвета. Восприятие пространства: монокулярные пространственные признаки (интерпозиция, затененность и светимость, линейная перспектива, динамическая перспектива); бинокулярные признаки (конвергенция, взаимодействие пространственных признаков, диспаратность). Организация восприятия: восприятие сочетания «фигура - фон», субъективные контуры, ориентация фигуры и восприятие формы, перцептивная установка. Типы восприятия: ситуативный, эстетизированный, прагматический, профессиональный.</p>	1-4, 5-13, 21
9	6	16-18	<p>Тема 9. Технологии создания имиджа методами коммуникативного дизайна.</p> <p>Психологические принципы формирование имиджа профессионала. Способы восприятия информации и стратегии формирования мнения о личности. Формирование профессионального имиджа. Имидж делового человека и индивидуальность. Оценка эффективности имиджа предприятия. Проектирование имиджа. Использование различных видов и средств коммуникативного дизайна в создании имиджа предприятия.</p> <p>Психологические требования к названию, символике и фирменному стилю предприятия. Формирование позитивного имиджа руководителя и персонала, повышение уровня корпоративной культуры и отношений. Дизайн офисных помещений, рабочих мест и имидж предприятия. Имидж предприятия и</p>	1-4, 5-13, 21

			коммуникативный дизайн. Управление созданием эффективного образа предприятия.	
--	--	--	---	--

6. Содержание коллоквиумов

Не предусмотрено учебным планом.

7. Перечень практических занятий

№ темы	Всего часов	№ занятия	Тема практического занятия. Задания, вопросы, обрабатываемые на практическом занятии	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5
1	6	1-3	<p>Тема 1. Становление и основные этапы развития коммуникационного дизайна в контексте истории проектной культуры.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Становление коммуникационного дизайна. 2. Основные этапы развития коммуникационного дизайна. 3. Особенности корпоративного дизайна. 4. Коммуникационный дизайн и технологии создания имиджа организации. 	1-4, 5-13, 21
2	8	4-7	<p>Тема 2. Визуальная коммуникация: определение, структура, функции, виды.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Структура визуальной коммуникации. 2. Функции визуальной коммуникации. 3. Визуальная экология. 4. Visual studies. 5. Виды фотографии. Роль фотографии в СМИ. 6. Плакат как художественное осмысление социальных процессов и явлений. 7. Оформление книги (иллюстрации). 8. Телевидение. 9. Картина. 10. Видеоигры. Клипы. Ролик. 	1-4, 5-13, 21
3	6	8-10	<p>Тема 3. Особенности визуального восприятия.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Восприятие и внимание. 2. Символика и семантика цвета, цветовых отношений. 3. Семантика шрифта и типографики. 4. Семантика света, текстур и фактур. 5. Восприятие композиционных решений, геометрических фигур. 6. Образ как средство визуальной коммуникации. 	1-4, 5-13, 21
4	6	11-13	<p>Тема 4. Способы графического представления информации.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Способы визуализации информации. 2. Слайдология, road map, dash board, time line. 3. Инфографика, интерактивная графика. 4. Визуальное мышление. 5. Конвергентные медиа. 6. Презентация. 	1-4, 5-13, 21

5	6	14-16	<p>Тема 5. Дизайн.</p> <p>1. Дизайн как сложный социокультурный феномен. 2. Разновидности дизайна. 3. Идеологическая функция дизайна. 4. Структура зрительного опыта. 5. Аксиогенные особенности современных информационно-коммуникационных процессов. 6. Функции и технологии наружной рекламы. 7. Системы информационной графики. 8. Плакат. 9. Веб-ресурс в системе визуальных коммуникаций.</p>	1-4, 5-13, 21
6	6	17-19	<p>Тема 6. Методология интерпретации объектов визуальной коммуникации.</p> <p>1. Теория визуальных коммуникаций. 2. Теория визуальной метафоры. 3. Структурный анализ. 4. Критический анализ. 5. Семиотический анализ. 6. Дискурс-анализ. 7. Искусствоведческий анализ.</p>	1-4, 5-13, 21
7	6	20-22	<p>Тема 7. Общие психологические направления коммуникативного дизайна и основные правила менеджмента коммуникаций</p> <p>Вопросы:</p> <p>1. Восприятие: пропорции соотношения объема графики и текста. Виды внимания и их активизация; внимание и объекты коммуникативного дизайна; средства привлечения внимания к продуктам коммуникативного дизайна («ай-стоппер», мерчендайзинг). 2. Память: виды и психологические приемы, обеспечивающие лучшее запоминание объектов. 3. Эмоциональная составляющая коммуникативного дизайна. 4. Роль мышления и воображения в процессе управления коммуникативным дизайном. 5. Креативное мышление и дизайн.</p>	1-4, 5-13, 21
8	6	23-25	<p>Тема 8. Создание образа как основная цель коммуникативного дизайна.</p> <p>Вопросы:</p> <p>1. Понятие психического образа. Виды и характеристики психических образов. Индивидуальные различия образной сферы. 2. Имидж как особый психический образ. Имидж и визуальные символы. Виды имиджа и его функции. Характеристики имиджа. 3. Имидж и стереотипы. 4. Основы проектирования имиджа в коммуникативном дизайне. Критерии и показатели эффективности имиджа. 5. Модели и технологии проектирования имиджа в коммуникативном дизайне. 6. Роль визуальной информации в</p>	1-4, 5-13, 21

			проектировании имиджа. 7. Значение коммуникаций в проектировании и моделировании имиджа.	
9	4	26-27	Тема 9. Технологии создания имиджа методами коммуникативного дизайна. Вопросы: 1. Использование информационных технологий в создании имиджа. 2. Медиа- дизайн. 3. Роль Интернета в коммуникативном дизайне. 4. Требования к созданию Web-сайтов: основные принципы составления текстов, художественное оформление.	1-4, 5-13, 21

8. Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом.

9. Задания для самостоятельной работы студентов

№ темы	Всего Часов	Задания, вопросы, для самостоятельного изучения (задания)	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4
1	25	Задание 1. Изучить теоретический материал и составить конспект по темам: 1. Что такое коммуникативный дизайн? Общие понятия. 2. Коммуникативный дизайн, история становления и развития. 3. Проектные возможности коммуникативного дизайна в создании имиджа организации.	1-4, 5-13, 21
2	25	Задание 2. Изучить теоретический материал и составить конспект по темам: 1. Перспективные направления развития коммуникативного дизайна в России. 2. Теория и социология коммуникаций – научно-практическая основа коммуникативного дизайна. 3. Проблема креативности мышления в дизайне. 4. Основные тенденции развития Web-дизайна.	1-4, 5-13, 21
3	30	Задание 3. Изучить теоретический материал и составить конспект по темам: 1. Графический дизайн. 2. Коммуникативный дизайн. 3. Коммуникативная среда. 4. Медиадизайн. Новые медиа. 5. Цифровая среда. 6. Электронная среда.	1-4, 5-13, 21

4	46	Задание 4. Студентам выдаются индивидуальные задания по созданию дизайн-проекта. Темы предлагаются преподавателем на выбор или по согласованию со студентом. Примеры тем: 1. Процесс восприятия средств визуальной коммуникации. 3. Коммуникация дизайн-проекта. 4. Символы в дизайн-проекте. 5. Цели средств визуальной коммуникации в дизайн-проекте.	1-4, 5-13, 21
---	----	--	---------------

10. Расчетно-графическая работа

Не предусмотрено учебным планом.

11. Курсовая работа

Методические указания к написанию курсовых работ по дисциплине «Проектирование визуальных коммуникаций»

В процессе изучения курса «Проектирование визуальных коммуникаций» студент должен выполнить курсовую работу по одной из предложенных тем.

Курсовая работа представляет собой самостоятельно написанную работу, посвященную теории разработки фирменного или корпоративного стиля и соответствующих дизайн макетов элементов фирменного стиля, полиграфии и материалов рекламной кампании. Объем работы должен составлять 20-25 листов печатного текста (полуторный интервал, шрифт Times New Roman, размер шрифта 14 без приложений с демонстрационным материалом (иллюстрации, макеты)). Все используемые в курсовой работе материалы даются со ссылкой на источник: в тексте работы после упоминания материала проставляется в квадратных скобках номер, под которым он значится в списке использованной литературы, и номер страницы.

При написании работы необходимо следовать четкому плану работы.

Структура работы включает:

титальный лист с указанием названия учебного заведения, темы работы, учебной дисциплины, по которой написана работа, автора работы (ФИО, специальность, курс, группа), научного руководителя, места и времени ее выполнения

содержание работы:

введение, где указывается актуальность выбранной темы, степень ее разработанности, объект и предмет анализа, цели и задачи исследования, его новизна и практическая значимость;

основная часть:

1. Анализ состояния вопроса. Анализ деятельности фирмы.
Анализ целевой аудитории товаров (услуг) фирмы.
2. Теоретические аспекты разработки фирменного или корпоративного стиля, имиджа компании, руководителя, персонала (описание принципов, приемов, технологий разработки фирменного стиля или имиджа).
3. Разработка дизайн макетов элементов фирменного стиля, рекламной продукции, полиграфии, фирменного сайта и пр.

заключение: в нем делаются краткие обобщения и выводы по теме работы;

список использованной литературы, оформленный в соответствии с общими требованиями.

При написании работы необходимо использовать не **менее 5 источников**, которые указываются в списке использованной литературы. При этом в списке использованной литературы обязательно должны быть **одна – две статьи из периодических изданий, посвященных выбранной теме.**

Желательно использовать свежие работы, которые были опубликованы за последние 3–5 лет.

После разработки плана и подбора литературы необходимо изложить содержание темы в полном соответствии с приведенным планом.

Следует сдать выполненную работу на кафедру «Дизайн и цифровые искусства» для проверки преподавателем **не менее чем за 2 недели до начала сессии.** К работе необходимо приложить диск со всеми разработками в электронном виде. Курсовая работа проходит обязательную проверку в системе «Антиплагиат» СГТУ. Требуемый процент оригинальности текста работы не менее 70%.

Работа получает положительную рецензию, и студент допускается к защите курсовой работы, если разработаны все макеты фирменного стиля и рекламных материалов, работа написана грамотно, научным языком и оформлена в соответствии с приведенными требованиями. Работа выполняется только в отпечатанном виде.

Работа может быть отклонена в следующих случаях:

- при явно недостаточном объеме;
- при отсутствии каких-либо макетов и их описания, если требуется;
- при наличии грубых ошибок в оформлении (отсутствие названия темы, плана, списка использованной литературы);
- при несоответствии содержания работы ее теме или плану;
- при отсутствии диска с рекламными материалами в электронном виде;
- при проценте оригинальности текста работы ниже 70.

В случае если работа получает положительную оценку, студент допускается к ее защите. В ходе защиты преподаватель должен окончательно удостовериться, что работа носит самостоятельный характер, а студент владеет материалом, использованном при ее написании, владеет компьютерными программами, использованными при разработке дизайн макетов. Дата защиты утверждается на заседании кафедры ДЦИ и предшествует сессии. **Студент с незачтенной курсовой работой не допускается до сдачи экзамена по дисциплине.**

Примерные темы для написания курсовых работ:

1. Эмоциональная составляющая коммуникативного дизайна.
2. Роль мышления и воображения в процессе управления
3. коммуникативным дизайном.
4. Имидж как особый психический образ.
5. Разработка концепции имиджа.
6. Модели и технологии проектирования имиджа в коммуникативном
7. дизайне.
8. Психологические принципы формирования имиджа профессионала.
9. Имидж делового человека и индивидуальность.
10. Использование различных видов и средств коммуникативного дизайна
11. в создании имиджа предприятия.
12. Формирование позитивного имиджа руководителя и персонала,
13. повышение уровня корпоративной культуры и отношений.
14. Принципы и приемы создания брэнда и имиджа.
15. Роль Интернета в коммуникативном дизайне.

16. Требования к созданию Web-сайтов: основные принципы составления
17. текстов, художественное оформление.
18. Использование информационных технологий в создании имиджа.
19. Технологии создания имиджа: ассоциации и их виды (ассоциации по смежности, ассоциации по сходству, ассоциации по контрасту).
20. Понятие фирменного стиля, его составные элементы.
21. Товарный знак - знак предприятия, ответственность за качество.
22. Имидж предприятия и коммуникативный дизайн.
23. Дизайн офисных помещений, рабочих мест и имидж предприятия.
24. Управление созданием эффективного образа предприятия.
25. Идентификация торговой марки и изучение предпочтений.
- 26.

12. Курсовой проект

Не предусмотрено учебным планом.

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В процессе освоения образовательной программы у студента формируется следующие компетенции:

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

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
	ПК-2 – способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.	Знает: <ul style="list-style-type: none"> • принципы разработки проектной идеи; • основы теории коммуникации; • основные коммуникативные технологии; • комплекс информационно-технологических составляющих мировых коммуникаций; • общие психологические направления коммуникативного дизайна и основные правила менеджмента коммуникаций. 	Лекции, Практические занятия, СРС	Устный опрос, практические задания, тестирование
		Владеет: <ul style="list-style-type: none"> • понятийным аппаратом для аргументации разрабатываемых проектов; • понятийным аппаратом коммуникативного дизайна; • навыками публичной 	Лекции, Практические занятия, СРС	Устный опрос, практические задания, тестирование

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
		речи, аргументации, ведения дискуссий; <ul style="list-style-type: none"> • пониманием единства между социальной, экономической, культурной и коммуникативной деятельностью человека. 		
		Умеет: <ul style="list-style-type: none"> • применять концептуальный, творческий подход к разработке дизайн-проекта; • применять методы коммуниктивного дизайна в профессиональной сфере; • эффективно использовать новые информационные технологии для решения профессиональных задач. 	Лекции, Практические занятия, СРС	Устный опрос, практические задания, тестирование

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-2

Наименование компетенций

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

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
Пороговый (удовлетворительный)	Знает: <ul style="list-style-type: none"> • основы разработки проектной идеи; • основные этапы развития коммуникационного дизайна; • основы теории коммуникации; • основные коммуникативные технологии; • базовые закономерности массовой коммуникации. Умеет: <ul style="list-style-type: none"> • применять этический аспект в использовании коммуникационных технологий. Владеет: <ul style="list-style-type: none"> • понятийным аппаратом коммуниктивного дизайна.
Продвинутый (хорошо)	Знает: <ul style="list-style-type: none"> • принципы разработки проектной идеи; • специфику основных этапов развития коммуникационного дизайна в контексте истории проектной культуры; • особенности визуального восприятия. Умеет:

	<ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать и обосновывать проектную идею; • анализировать и обобщать информацию в профессиональной сфере; • применять методы коммуникативного дизайна в профессиональной сфере; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основными понятиями для аргументации проектной идеи; • навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий; • методами сбора, анализа и распространения информации в публичном пространстве.
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> • специфику разработки проектной идеи в профессиональной сфере; • особенности принципов коммуникативного дизайна в приложении к профессиональной деятельности; • основы теории коммуникации, основные коммуникативные технологии, специфику психологии восприятия. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • на высоком уровне разрабатывать и аргументировать проектную идею; • применять принципы коммуникативного дизайна для решения проектных задач; • эффективно использовать новые информационные технологии для решения профессиональных задач. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • концептуальными подходами в решении проектных задач; • навыками применения адекватных коммуникативных технологий для решения профессиональных задач, грамотного их применения в профессиональной деятельности.

Для определения достигнутой обучающимся степени освоения материала используется система тестов.

Шкала оценивания результатов:

- ✓ 0-30% неудовлетворительно
- ✓ 31-60% удовлетворительно (пороговый уровень)
- ✓ 61-80% хорошо (продвинутый уровень)
- ✓ 81-100% отлично (высокий уровень)

Вопросы для зачета

Не предусмотрено учебным планом.

Вопросы для экзамена:

1. Понятие коммуникационного дизайна.
2. История становления и развития коммуникационного дизайна. Проектные возможности коммуникационного дизайна.
3. Особенности корпоративного дизайна.
4. Вербальная и невербальная коммуникация.
5. Структура визуальной коммуникации.
6. Функции визуальной коммуникации.

7. Визуальная грамотность.
8. Визуальная экология.
9. Visual studies.
1. Фотография как средство познания действительности.
2. Роль фотографии в СМИ, виды фотографии.
3. Мультфильм. Графический роман. Оформление книги (иллюстрации).
4. Телевидение. Комикс. Фильм.
5. Плакат. Картина.
6. Видеоигры. Клипы. Ролик.
7. Восприятие и внимание.
8. Символика и семантика цвета, цветовых отношений.
9. Семантика шрифта и типографики.
10. Семантика света, текстур и фактур.
11. Восприятие композиционных решений, геометрических фигур.
12. Образ как средство визуальной коммуникации.
13. Дизайн как сложный социокультурный феномен.
14. Идеологическая функция дизайна.
15. Структура зрительного опыта.
16. Аксиогенные особенности современных информационно-коммуникационных процессов.
17. Функции и технологии наружной рекламы.
18. Системы информационной графики. Плакат.
19. Веб-ресурс в системе визуальных коммуникаций.
20. Теория визуальных коммуникаций.
21. Теория визуальной метафоры.
22. Структурный анализ.
23. Критический анализ.
24. Семиотический анализ.
25. Дискурс-анализ.
26. Искусствоведческий анализ.
27. Категория «общение». Понятие «управляемого общения».
28. Виды психологического воздействия в процессе коммуникации (информирование, убеждение, внушение, психологическое заражение, подражание).
29. Модели эффективной коммуникации.
30. Категория «взаимопонимания». Достижение взаимного понимания. Особенности понимания в процессе коммуникации.
31. Формы понимания. Условия ускорения и улучшения понимания. Управление взаимопониманием.
32. Восприятие: пропорции соотношения объема графики и текста.
33. Память: виды и психологические приемы, обеспечивающие лучшее запоминание объектов.
34. Роль мышления и воображения в процессе управления коммуникативным дизайном.
35. Свойства восприятия: избирательность, предметность, целостность, структурность, константность коммуникативного дизайна.
36. Восприятие цвета: природа цвета, смешение цветов, константность восприятия цвета, цветовая адаптация, эффект принадлежности цвета.
37. Организация восприятия: восприятие сочетания «фигура - фон», субъективные контуры, ориентация фигуры и восприятие формы, перцептивная установка.
38. Виды и характеристики психических образов.
39. Имидж как особый психический образ.
40. Виды имиджа и его функции. Характеристики имиджа. Имидж и стереотипы.

41. Понятие психологического проектирования.
42. Моделирование имиджа.
43. Модели и технологии проектирования имиджа в коммуникативном дизайне.
44. Значение коммуникаций в проектировании и моделировании имиджа.
45. Способы восприятия информации и стратегии формирования мнения о личности.
46. Имидж делового человека и индивидуальность.
47. Проектирование имиджа.
48. Психологические требования к названию, символике и фирменному стилю предприятия.
49. Дизайн офисных помещений, рабочих мест и имидж предприятия.
50. Управление созданием эффективного образа предприятия.
51. Торговая марка (бренд).
52. Имиджи и бренды как предмет социальных потребностей.
53. Понятие брендинга.
54. Логотип и фирменный стиль.
55. Имидж предлагаемых услуг, упаковка товара.
56. Использование информационных технологий в создании имиджа.
57. Роль Интернета в коммуникативном дизайне.

Примерные тестовые задания:

1. Коммуникация – это:

- а) взаимодействие между людьми;
- б) взаимодействие между животными;
- в) технические средства связи;
- г) универсальное явление, охватывающее все виды информационного обмена в природе и обществе.

2. Расставьте номера, согласно последовательности событий.

Процесс совершенствования средств коммуникации включает три коммуникативные революции:

___ книгопечатание;

___ возникновение письменности;

___ возникновение и развитие электронных средств коммуникации.

4. Вставьте пропущенное слово в высказывание, чтобы оно стало истинным.

Возникновение и широкое распространение электронных средств коммуникации в XX в. стимулировали исследовательский интерес к проблемам коммуникации.

5. К какому типу коммуникативных барьеров относится:

Во время разговора по телефону слышится третий голос:

- а) социокультурный барьер;
- б) психофизиологический барьер;
- в) технический барьер;
- г) лингвистический барьер.

6. Дополните список недостающими элементами коммуникационного процесса:

- а) источник сообщения (отправитель);
- б) кодирование и декодирование;
- в) сообщение;
- г) канал;
- д)

7. Разновидностью какого вида коммуникации являются связи с общественностью (PR):

- а) межличностной;
- б) групповой;
- в) публичной;
- г) массовой.

8. Расположите пространственные зоны коммуникации в порядке увеличения расстояния между коммуникантами:

- а) социальная зона;
- б) личная зона;
- в) интимная зона;
- г) публичная зона.

8. Какому психологическому типу личности присущи такие качества — пассивность, тревожность, пессимизм, сдержанность?

- 1. сангвиник
- 2. холерик
- 3. флегматик
- 4. меланхолик

9. Какому психологическому типу личности присущи такие качества — общительность, активность, инициативность, разговорчивость?

- 1. сангвиник
- 2. холерик
- 3. флегматик
- 4. меланхолик

10. Немецкий педагог Й.Иттен в своей книге «Искусство формы» геометрической фигуре кругу дал ... цвет

- 1. желтый
- 2. красный
- 3. синий
- 4. зеленый

11. Немецкий педагог Й.Иттен в своей книге «Искусство формы» геометрической фигуре квадрату дал ... цвет

- 1. желтый
- 2. красный
- 3. синий
- 4. зеленый

12. Техника визуального искусства, композиция, использующая целые предметы и детали, скомпонованные на плоскости

- 1. ассамбляж
- 2. коллаж
- 3. фотомонтаж
- 4. инсталляция

13. Техника визуального искусства, композиция, составленная из бытовых приборов, обломков технических деталей, металла, стекла, дерева

- 1. ассамбляж
- 2. коллаж

3. фотомонтаж
4. инсталляция

14. Прием творческого воображения, основанный на создании нового образа посредством «склеивания» различных частей, свойств, имеющихся образов -

1. типизация
2. схематизация
3. агглютинация
4. гиперболизация

15. Прием творческого воображения, основанный на преобразовании, приуменьшении (литоте) или преувеличении предмета или его частей -

1. типизация
2. схематизация
3. агглютинация
4. гиперболизация

16. Одну из своих книг психолог Эдвард де Боно назвал

1. «Дом, дерево, человек»
2. «Шесть шляп мышления»
3. «Могущество творческого интеллекта»
4. «Искусство и визуальное восприятие»

17. Одну из своих книг психолог Тони Бьюзан назвал

1. «Дом, дерево, человек»
2. «Шесть шляп мышления»
3. «Могущество творческого интеллекта»
4. «Искусство и визуальное восприятие»

18. Автором психометрического теста является

1. Эдвард де Боно
2. Тони Бьюзан
3. Сьюзан Деллингер
4. Дж. Бак

19. Автором теста «Дом-Дерево-Человек» является

1. Эдвард де Боно
2. Тони Бьюзан
3. Сьюзан Деллингер
4. Дж. Бак

20. Американский психолог Ж.Годфруа утверждал, что творческим личностям

1. свойственно ... мышление, которое лежит в основе творческого мышления.
2. дивергентное
3. латеральное
4. симультанное
5. критическое

21. Профессор Эдвард де Боно утверждал, что творческие способности человека базируются на ... мышлении.

1. дивергентном
2. латеральном

3. симультанном
4. критическом

22. Термины «психодизайн» и «дизайнпсихология» впервые ввел в оборот отечественный психолог

1. Шадриков В.Д.
2. Выготский Л.С.
3. Николаенко Н.Н.
4. Сельченков К.В.

23. Понятие «индивидуальная мера выраженности способностей» применял отечественный психолог

1. Шадриков В.Д.
2. Выготский Л.С.
3. Николаенко Н.Н.
4. Сельченков К.В.

24. Психология как самостоятельная наука оформилась

- 1) в 70-х гг. XVIII в.
- 2) в 80-х гг. XIX в.
- 3) в 90-х гг. XIX в.
- 4) в 20-х гг. XX в.

25. Определение психологии как науки о душе было дано

- 1) в XVI в.
- 2) в XVII в.
- 3) в XVIII в.
- 4) в XIX в.

26. Психический процесс создания чего-то нового в форме образа, представления, идеи называется

- 1) ощущением
- 2) восприятием
- 3) мышлением
- 4) воображением

27. Отражение отдельных свойств предметов и явлений материального мира представляет

- 1) ощущение
- 2) восприятие
- 3) мышление
- 4) воображение

28. Принцип, требующий рассматривать психические явления в постоянном движении, изменении, называется принципом

- 1) развития
- 2) объективности
- 3) субъективности
- 4) прогрессивности

29. Отличительная черта отечественной психологии - использование категории:

- 1) сознательного
- 2) бессознательного

- 3) деятельности
- 4) системности

30. Краткое психологическое испытание, в результате которого оценивается тот или иной психический процесс или личность в целом, это:

- 1) наблюдение
- 2) тестирование
- 3) эксперимент
- 4) анализ продуктов деятельности

31. Возможность исследователя вызвать какой то психический процесс или свойство является главным преимуществом:

- 1) наблюдения
- 2) тестирования
- 3) эксперимента
- 4) анализа продуктов деятельности

32. Психологические приемы, конструируемые на учебном материале и предназначенные для оценки уровня овладения знаниями и умениями, известны как тесты

- 1) личности
- 2) интеллекта
- 3) способностей
- 4) достижений

33. Оценка возможностей личности по овладению знаниями, умениями, навыками, носящими общий или специфический характер, осуществляется с помощью тестирования

- 1) личности
- 2) интеллекта
- 3) способностей
- 4) достижений

34. Основной единицей анализа деятельности выступает

- 1) цель
- 2) мотив
- 3) действие
- 4) потребность

35. Осознаваемый результат, на достижение которого направлена деятельность называется

- 1) целью
- 2) мотивом
- 3) действием
- 4) потребностью

36. Высшая ступень развития творческих способностей называется

- 1) задатками
- 2) одаренностью
- 3) талантом
- 4) гениальностью

37. Высшая степень проявления творческих способностей личности в определенной сфере деятельности называется

- 1) задатками

- 2) одаренностью
- 3) талантом
- 4) гениальностью

38. Человека как индивида характеризует

- 1) генотипические особенности
- 2) индивидуальный стиль деятельности
- 3) мотивационная направленность
- 4) креативное мышление

39. Дизайнера как профессионала характеризует

- 1) генотипические особенности
- 2) индивидуальный стиль деятельности
- 3) мотивационная направленность
- 4) креативное мышление

40. В умении поставить новый вопрос, проблему и затем решить их проявляется такое качество мышления как

- 1) быстрота
- 2) глубина
- 3) гибкость
- 4) самостоятельность

41. Умение изменять намеченный ранее путь решения задачи, проблемы считается таким качеством мышления как

- 1) быстрота
- 2) глубина
- 3) гибкость
- 4) самостоятельность

42. «Мозговой штурм» как метод активизации мыслительного процесса разработал

- 1) Дж. Гилфорд
- 2) А. Осборн
- 3) У. Гордон
- 4) Г. Айзенк

43. Синектика как метод активизации мыслительного процесса была предложена

- 1) Дж. Гилфордом
- 2) А. Осборном
- 3) У. Гордоном
- 4) Г. Айзенком

44. Внимание как активность личности трактовалось отечественным психологом

- 1) Н. Ф. Добрынином
- 2) А. Н. Леонтьевым
- 3) Л. С. Выготским
- 4) С. Л. Рубинштейном

45. Внимание как направленность и сосредоточенность психической деятельности трактовалось отечественным психологом

- 1) Н. Ф. Добрынином
- 2) А. Н. Леонтьевым

- 3) Л.С.Выготским
- 4) С.Л.Рубинштейном

46. По А.Н.Леонтьеву, общение и деятельность соотносятся как:

- 1) род-вид
- 2) часть-целое
- 3) рядоположенные
- 4) самостоятельные феномены

47. По Б.Ф.Ломову, общение и деятельность соотносятся как:

- 1) род-вид
- 2) часть-целое
- 3) рядоположенные
- 4) самостоятельные феномены.

14. Образовательные технологии

Для целенаправленного и эффективного формирования запланированных компетенций у обучающихся выбраны следующие сочетания форм организации учебного процесса и методов активизации образовательной деятельности: IT методы, работа в команде, case study, методы проблемного обучения, опережающая самостоятельная работа, проектный метод, поисковый метод, исследовательский метод.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 20%.

15. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Основные издания:

1. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Овчинникова Р.Ю.— Электрон.текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 239 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12849> .— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Основы и язык визуальной культуры [Электронный ресурс]: учебное пособие/ — Электрон.текстовые данные.— Астрахань: Астраханский инженерно-строительный институт, ЭБС АСВ, 2014.— 64 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24040> ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Проектная графика и макетирование [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов специальности 072500 «Дизайн»/ — Электрон.текстовые данные.— Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2012.— 190 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17703> ЭБС «IPRbooks», по паролю.
4. Розенсон, И. А. Основы теории дизайна: учеб. / И. А. Розенсон. – СПб. [и др.]: Питер, 2010. – 219 с.: ил. ; 24 см. – Библиогр.: с. 195-197 (65 назв.). – Гриф: допущено УМО по образованию в обл. приклад. Информатики в качестве учеб. для студ. вузов, обуч. по спец. «Приклад. Информатика (по обл.)» и др. экон. спец. – ISBN978-5-469-01143-9. Б.ц. Всего 50 экземпляров.

Дополнительные издания:

5. Бердышев С.Н. Искусство оформления сайта. 2-е изд. [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Бердышев С.Н.— Электрон.текстовые данные.— М.: Дашков и К,

- Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 101 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5968> .— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
6. Глазычев В. Дизайн как он есть [Электронный ресурс]: монография/ Глазычев В.— Электрон.текстовые данные.— М.: Европа, 2006.— 320 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11619> .— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
 7. Глейзер, Дж. Дизайн. Разработка проектов. Разбуди свое вдохновение! / Дж. Глейзер, К. Найт = TheGraphicDesignExerciseBook. Creative Briefs to Enhance Your Skills and Develop Your Portfolio / J. Claser, C. Knight. - СПб. [и др.]: Питер, 2014. - 248 с. - ISBN 978-5-496-00551-7. Всего 3 экз.
 8. Колпашиков Л.С. Дизайн. Три методики проектирования [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов высших учебных заведений и практикующих дизайнеров/ Колпашиков Л.С.— Электрон.текстовые данные.— СПб.: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2013.— 56 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21444> .— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
 9. Основы шрифтовой графики [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ — Электрон.текстовые данные.— Комсомольск-на-Амуре: Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, 2011.— 104 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22278> .— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
 10. Проектирование в графическом дизайне [Электронный ресурс]: сборник описаний практических работ по специальности 070601 «Дизайн», специализации «Графический дизайн», квалификации «Дизайнер (графический дизайн)»/ — Электрон.текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2011.— 56 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22066> .— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
 11. Розета Мус Управление проектом в сфере графического дизайна [Электронный ресурс]/ Розета Мус, ОйанаЭррера— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2013.— 224 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22828> .— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
 12. Эйри, Д. Логотип и фирменный стиль / Д. Эйри; пер. с англ. В. Шрага = Logo Design Love. A Guide to Creating Iconic Brand Identities / D. Airey: руководство дизайнера. - СПб. [и др.]: Питер, 2014. - 208 с. - ISBN 978-5-496-00771-9 – Всего 20 экз.
 13. Элам, К. Графический дизайн. Принцип сетки / К. Элам; пер. с англ. С А. Литвинов = CridSystems: PrinciplesofOrganizing Type. (Design Briefs) / K. Elam. - СПб. [идр.]: Питер, 2014. - 120 с. -ISBN 978-5-496-00432-9. – Всего 3 экз.

Периодические издания:

14. Инфокоммуникационные технологии./ Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=9585>

Интернет ресурсы:

15. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ «Медиаскоп» // <http://www.mediascope.ru/node/1599>
16. Сайт профессиональных дизайнеров // <http://idnworld.com/>
17. Сайт профессиональных дизайнеров // <http://www.howdesign.com/>
18. Международный журнал по графическому дизайну «EyeMagazine» // <http://www.eyemagazine.com/>
19. Международный журнал для дизайнеров «Print» // <http://www.printmag.com/>
20. Электронный журнал «PicnicMagazine» // <http://www.picnicmagazine.net/he/>

16. Материально-техническое обеспечение

Для чтения лекций используются аудитория, оснащенная компьютером с выходом в Интернет, системные требования: AMD Athlon 64x2 Dual core 5000+ (2 cpu)/2Gb/150Gb/817Mb/Nvidia GeForce 8200, проектор Acer P5280 – для демонстрации учебно-методического материала. Программное обеспечение: MS Office 2007.

Для проведения практических занятий используются аудитория, оснащенная компьютером с выходом в Интернет системные требования: AMD Athlon 64x2 Dual Core 3800+ 2Ghz/4Gb/80Gb/1Gb/Nvidia GeForce 6150 – для демонстрации учебно-методического материала. Программное обеспечение: Adobe Master Collection CS4, Corel Draw X4, MS Office 2007, Антивирус Kaspersky Endpoint 8.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечным системам, а также доступ к информационно-образовательной среде СГТУ.