

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 07.07.2023 16:04:33

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт**      Институт экономики предприятий

**Кафедра**      Коммерции, сервиса и туризма

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Наименование дисциплины**      Б1.В.ДЭ.07.02 Визуальные коммуникации

**Основная профессиональная образовательная программа**      42.03.01 Реклама и связи с общественностью программа Диджитал реклама, связи с общественностью и медиа-коммуникации

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2023

## Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Визуальные коммуникации входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Консультационный проект, Современные маркетинговые коммуникации, Основы дизайна и инфографики, Теория и практика связей с общественностью, Планирование и организация коммуникативных кампаний и мероприятий, Медийный ландшафт и медиапотребление, Рынок рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом, Креативные технологии в рекламе, Дизайн рекламного продукта

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Визуальные коммуникации в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен планировать и подготавливать коммуникационные кампании и мероприятия

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:
	механизмы реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью; принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-компании при создании коммуникационного продукта; навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

## 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

### Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
Контактная работа, в том числе:	36.15/1
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	17.85/0.5
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:	

Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	72
Зачетные единицы	2

#### 4. Содержание дисциплины

##### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Визуальные коммуникации представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
	Практич. занятия						
1.	Визуальные коммуникации в современной культуре	8	8			5,85	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
2.	Технологии визуальных коммуникаций	10	10			12,0	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
	Контроль	18					
	<b>Итого</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>0.15</b>		<b>17.85</b>	

#### 4.2 Содержание разделов и тем

##### 4.2.1 Контактная работа

##### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Визуальные коммуникации в современной культуре	лекция	Научный подход в исследовании визуальных коммуникаций
		лекция	Визуальные образы современной культуры и ее креативный потенциал
		лекция	Визуальные образы и оптимизация жизненной среды современного общества
		лекция	Концептуальные модели визуальных коммуникаций
		лекция	Зрительное восприятие формы и пространства
2.	Технологии визуальных коммуникаций	лекция	Коммуникативные процессы между людьми и их средства осуществления
		лекция	Основы современного дизайна
		лекция	Основы типографики и леттеринга
		лекция	Проектирование визуальных коммуникаций

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

##### Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
------	--	---------------------------------	------------------------------------

1.	Визуальные коммуникации в современной культуре	практическое занятие	Научный подход в исследовании визуальных коммуникаций
		практическое занятие	Визуальные образы современной культуры и ее креативный потенциал
		практическое занятие	Визуальные образы и оптимизация жизненной среды современного общества
		практическое занятие	Концептуальные модели визуальных коммуникаций
		практическое занятие	Зрительное восприятие формы и пространства
2.	Технологии визуальных коммуникаций	практическое занятие	Коммуникативные процессы между людьми и их средства осуществления
		практическое занятие	Основы современного дизайна
		практическое занятие	Основы типографики и леттеринга
		практическое занятие	Проектирование визуальных коммуникаций

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

### Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

#### 4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Визуальные коммуникации в современной культуре	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Технологии визуальных коммуникаций	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

## 5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Литература:

#### Основная литература

1. Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 460 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15321-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488401>

2. Бразговская, Е. Е. Семиотика. Языки и коды культуры : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Бразговская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11201-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516611>

#### Дополнительная литература

1. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры : учебное пособие для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 411 с.

— (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14223-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519518>

2. Графический дизайн. Современные концепции : учебное пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11169-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515527>

### **Литература для самостоятельного изучения**

1. Веселова, Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат : учебное пособие / Ю.В. Веселова, О.Г. Семёнов. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 104 с. - ISBN 978-5-7782-2192-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228990>

2. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование : учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. - 150 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-8154-0357-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589>

3. Ильченко, С.В. Деловые и научные коммуникации: учебное пособие / С.В. Ильченко, Е.Я. Кивит, А.Б. Оришев ; Институт бизнеса и дизайна. - Москва : ООО “Сам Полиграфист”, 2014. - 146 с. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488283>

4. Кознов, Д.В. Основы визуального моделирования : учебное пособие / Д.В. Кознов. - Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2008. - 247 с. : табл., схем. - (Основы информационных технологий). - ISBN 978-5-94774-823-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233310>

### **5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения**

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

### **5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)

2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)

3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

### **5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

### **5.5. Специальные помещения**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска
---	--

	Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

## 5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине Визуальные коммуникации:

### 6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	+
	Тестирование	+
	Практические задачи	+
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

### 6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение

**планируемых результатов обучения по программе**

**Профессиональные компетенции (ПК):**

ПК-2 - Способен планировать и подготавливать коммуникационные кампании и мероприятия

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	механизмы реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью; принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-компании при создании коммуникационного продукта; навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
Пороговый	механизмы реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-компании при создании коммуникационного продукта
Стандартный (в дополнение к пороговому)	механизмы реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью; принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-компании при создании коммуникационного продукта; навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	механизмы реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью; принимает участие в организации и выполнении маркетинговых	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-компании при создании коммуникационного продукта; навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми



	коммуникационного продукта; основы формирования стратегий продвижения и интерактивных приложений	исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; разрабатывать графические образы на основании тематического запроса	группами; разрабатывать и реализовать стратегии продвижения веб-сайтов
--	--	---	--

### 6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Визуальные коммуникации в современной культуре	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	-Оценка докладов -Устный опрос -Тестирование -Практическое задание	зачет
2.	Технологии визуальных коммуникаций	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	-Оценка докладов -Устный опрос -Тестирование -Практическое задание	зачет

### 6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

#### Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Визуальные коммуникации в современной культуре	1 Сравнительный анализ исследований визуальных коммуникаций в научных теориях прошлого и настоящего. 2 Дизайн и визуальные коммуникации. 3 Разработка дизайна навигации. 4 Комплексное продвижение экологической коммуникации. 5 Визуальные коммуникации в туризме. 6 Визуальные коммуникации в индустрии питания. 7 Визуальные коммуникации социальных плакатов. 8 Исследование различий восприятия элементов визуальных коммуникаций жителей города. 9 Визуальные коммуникации в проектировании медийного пространства. 10 Архетипы и цвет в проектировании визуальных коммуникаций (на примере...) 11 Бизнес-стиль в системе визуальных коммуникаций. 12 Проектирование визуальных коммуникаций фестивалей на открытом воздухе. 13 Ландшафтный дизайн как системная визуальная коммуникация. 14 Исследование качества визуальной коммуникации (на примере...) 15 История и культурные коды стритарта как визуальной коммуникации. 16 Топонимика и визуальная коммуникация пространств. 17 Сенсорный дисбаланс и визуальная коммуникация городов. 18 Организация визуальной навигации крупных торгово-развлекательных центров. 19 Бренд-бук города – цели и этапы создания. 20 Визуальные коммуникации для мультязычных форумов и деловых

	<p>событий.</p> <p>21 Пиктограммы в визуальной коммуникации.</p> <p>22 Разработка алгоритма экспертной оценки дизайнерского проекта (на примере...).</p> <p>23 Визуальные коммуникации креативных пространств.</p> <p>24 История проектирования и современные решения обложек журналов как визуальной коммуникации.</p> <p>25 Экологическая тематика визуальных коммуникаций.</p> <p>26 Проектирование визуальных коммуникаций выставочных пространств.</p> <p>27 Тренды визуальных коммуникаций веб-ресурсов.</p> <p>28 Креолизованные тексты современного общества.</p> <p>29 Сфера применения и принципы разработки инфографики.</p> <p>30 Геральдика в истории визуальной коммуникации.</p> <p>31 Управление эмоциями средствами визуальной коммуникации.</p> <p>32 Язык формообразования в визуальной коммуникации.</p> <p>33 Эргономика визуальных коммуникаций.</p> <p>34 Арт-критика в визуальных коммуникациях.</p>
Технологии визуальных коммуникаций	<p>35 Стратегии проектирования визуальных коммуникаций для тематических событий (на примере...)</p> <p>36 Работа тренд-аналитиков в исследованиях визуальных коммуникаций.</p> <p>37 Проектирование визуальных коммуникаций в управлении продажами (на примере...).</p> <p>38 Художественные фотографии как ресурс проектирования визуальных коммуникаций.</p>

### Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
Визуальные коммуникации в современной культуре	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности творческого мышления.</li> <li>2. Основы композиции в дизайне. Что такое композиция? В чем заключается проблема визуализации информации.</li> <li>3. Основы организация композиции. Геометрический и композиционный центры,</li> <li>4. средства выделения композиционного центра, плановость в композиции.</li> <li>5. Основные законы композиции, правила, приемы композиции.</li> <li>6. Изобразительные средства графической композиции.</li> <li>7. Особенности перцептивной обработки информации. Психология восприятия</li> <li>8. формы.</li> <li>9. Сенсорное восприятие фактуры, тона и объема.</li> <li>10. Особенности метрических и ритмических композиционных систем.</li> <li>11. Психофизиологию зрительных ощущений и восприятия.</li> <li>12. Закономерности психологической зависимости цветовосприятия.</li> <li>13. Субъективные аспекты зрительного восприятия.</li> <li>14. Символические и психологические характеристики цветов.</li> <li>15. Использование цвета в различных видах рекламы.</li> <li>16. Связь шрифта и образа, креативные методы выражения.</li> <li>17. Типографика, системы гармонизации и соподчинения.</li> <li>18. Изобразительные средства формирования имиджа фирмы.</li> <li>19. Бриф для создания корпоративного стиля.</li> </ol>
Технологии визуальных коммуникаций	<ol style="list-style-type: none"> <li>20. Креативными методами выражения изобразительного образа.</li> <li>21. Правилами построения плоскостной (фронтальной) и объемно-пространственной композиции как целостного произведения, где все изображаемые элементы (объекты) находятся во взаимосвязи и гармоническом единстве.</li> <li>23. Владеть различными приемами, средствами, материалами и применять их в соответствии с замыслом в рекламе.</li> </ol>

**Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)**

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=1814>

1. Что такое код дизайн – проекта:

- засекреченное описание художественного замысла для защиты от конкурентов
- ключевая идея целостного художественного решения
- краткое изложение, резюме проекта

2. Визуальный феномен, искажающий точное представление о среде и объектах:

- зрительная иллюзия
- изменение спектра искусственного освещения
- дисперсия

3. Существует несколько типов контраста. Выберите один из предложенного списка, который относится к цветовым контрастам

- структурный тип контраста
- контраст в рамках типов номинации
- семантический тип контраста
- композиционный тип контраста
- контраст холодного и теплого

4. Вид графической графики, которая даёт максимальное количество информации о продукте при минимальном размере изображения...

- книжная миниатюра
- этикетка
- марка
- все ответы верны

5. Сколько существует групп родственных сочетаний цветов

- 4
- 3
- 2
- 5

6. Символ, который передаст информацию об объекте или идее с помощью иллюстрации.

- типографика
- пиктографика
- пиктограмма
- диаграмма

7. Художественное средство благодаря которому достигается графическое оформление --печатного текста

- посредством набора и вёрстки
- графика
- дизайн-графика
- шрифт
- типографика

8. Броское, как правило крупноформатное, изображение, сопровождаемое кратким текстом, сделанное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях.

- Афиша
- Плакат
- Баннер

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

- автономности и различимости
- запоминаемости и визуальной активности
- креативности и эстетичности
- инновационности и фотогеничности

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

- индекс
- пиктограмма
- символ
- абстракт

11. Формальные, конструктивные, функциональные отношения между визуальными элементами системы представляют \_\_\_\_\_ связь.

- логическую
- косвенную
- тектоническую
- рациональную

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

- логистика
- ономастика
- семиотика
- тектоника

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

- иконического знака
- абстрактного знака
- пиктографического знака

14 При формировании дресс-кода сотрудников проекта ключевым решением является

- оптимизация затрат на администрирование
- уникальность образа сотрудников
- соответствие правилам международного бизнес-стиля
- соответствие визуальному стилю проекта

15 Визуальные коммуникации для психологической коррекции средствами искусства и творчества

- пленэр
- арт-терапия
- клаузура
- креативная индустрия

16 Вид проектной деятельности, с помощью которой производится проверка практических навыков студентов при решении архитектурной или дизайнерской задачи

- скетчинг
- эскиз
- анаморфоза
- клаузура

17. Наименование внешних «оптической» закономерности, которая объединяет основные цветовые оттенки произведения

- абстракция
- гамма
- лигатура
- палитра

18. Наука адаптации интерьеров, архитектурных и ландшафтных а так же графических стилинесущих форм под конкретного человека, его психологические особенности и потребности

- семиотика
- гештальт-психология

- психо-дизайн

19. Визуальные коммуникации для психологической коррекции средствами искусства и творчества:

- пленэр
- арт-терапия
- клаузура
- креативная индустрия

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

- абстракция
- гамма
- лигатура
- палитра

**Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)**

Раздел дисциплины	Задачи
Визуальные коммуникации в современной культуре	1. Придумайте эскиз рекламной листовки для компании (на выбор: Билайн, Мегафон, МТС, Жигулевское пиво, Сбербанк, СБКК, Фабрика качества, и др.)
Технологии визуальных коммуникаций	1. Разработайте эскиз логотипа для компании (20 вариантов задач для разных сфер и компаний) 2. Создайте эскиз буклета с использованием корпоративных идентификаций для компании мобильной связи. 3. Разработайте эскиз обложки каталога предоставляемых услуг компании 4. Используя технологию нейрокопирайтинг, проанализируйте текст на сайте компании и предложите свой вариант продающего текста. 5. Разработать графические образы на основании тематического запроса от компании.

### 6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

**Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета**

Раздел дисциплины	Вопросы
Визуальные коммуникации в современной культуре	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Особенности творческого мышления.</li><li>2. Основы композиции в дизайне. Что такое композиция? В чем заключается проблема визуализации информации.</li><li>3. Основы организация композиции. Геометрический и композиционный центры,</li><li>4. средства выделения композиционного центра, плановость в композиции.</li><li>5. Основные законы композиции, правила, приемы композиции.</li><li>6. Изобразительные средства графической композиции.</li><li>7. Особенности перцептивной обработки информации. Психология восприятия</li><li>8. формы.</li><li>9. Сенсорное восприятие фактуры, тона и объема.</li><li>10. Особенности метрических и ритмических композиционных систем.</li><li>11. Психофизиологию зрительных ощущений и восприятия.</li><li>12. Закономерности психологической зависимости цветовосприятия.</li><li>13. Субъективные аспекты зрительного восприятия.</li><li>14. Символические и психологические характеристики цветов.</li><li>15. Использование цвета в различных видах рекламы.</li><li>16. Связь шрифта и образа, креативные методы выражения.</li></ol>

	<p>17. Типографика, системы гармонизации и соподчинения.</p> <p>18. Изобразительные средства формирования имиджа фирмы.</p> <p>19. Бриф для создания корпоративного стиля.</p>
Технологии визуальных коммуникаций	<p>20. Креативными методами выражения изобразительного образа.</p> <p>21. Правилами построения плоскостной (фронтальной) и объемно-пространственной композиции как целостного произведения, где все изображаемые элементы (объекты) находятся во взаимосвязи и гармоническом единстве.</p> <p>23. Владеть различными приемами, средствами, материалами и применять их в соответствии с замыслом в рекламе.</p> <p>24. Методами развития творческого мышления.</p>

**6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации**

**Шкала и критерии оценивания**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы</b>
<b>«зачтено»</b>	ПК-2
<b>«не зачтено»</b>	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне