

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 02.08.2024 11:19:12

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

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

**Институт**      Институт экономики предприятий

**Кафедра**      Маркетинга, логистики и рекламы

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол №10 от 30 мая 2024 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 2024

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

**Институт**    Институт экономики предприятий  
**Кафедра**    Маркетинга, логистики и рекламы

**АННОТАЦИЯ**

**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

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

**Институт**    Институт экономики предприятий  
**Кафедра**    Маркетинга, логистики и рекламы

**УТВЕРЖДЕНО**  
Ученым советом Университета  
(протокол №    от 30 мая 2024 г. )

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

<b>Наименование дисциплины</b>	Б1.В.ДЭ.07.02 Визуальные коммуникации
<b>Основная профессиональная образовательная программа</b>	42.03.01 Реклама и связи с общественностью программа Диджитал реклама, связи с общественностью и медиа-коммуникации

## 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

## Содержание (ФОС)

Стр.

- 6.1 Контрольные мероприятия по дисциплине
- 6.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 6.3 Паспорт оценочных материалов
- 6.4 Оценочные материалы для текущего контроля
- 6.5 Оценочные материалы для промежуточной аттестации
- 6.6 Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

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-компания 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.
	Сем 8
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

#### очно-заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 9
Контактная работа, в том числе:	4.15/0.12
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	49.85/1.38
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>	

#### очно-заочная форма

№ 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>2</b>	<b>2</b>	<b>0.15</b>	<b>49.85</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-компания при создании коммуникационного продукта; навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
Пороговый			

Стандартный (в дополнение к пороговому)			
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)			

### 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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Сравнительный анализ исследований визуальных коммуникаций в научных теориях прошлого и настоящего.</li> <li>2 Дизайн и визуальные коммуникации.</li> <li>3 Разработка дизайна навигации.</li> <li>4 Комплексное продвижение экологической коммуникации.</li> <li>5 Визуальные коммуникации в туризме.</li> <li>6 Визуальные коммуникации в индустрии питания.</li> <li>7 Визуальные коммуникации социальных плакатов.</li> <li>8 Исследование различий восприятия элементов визуальных коммуникаций жителей города.</li> <li>9 Визуальные коммуникации в проектировании медийного пространства.</li> <li>10 Архетипы и цвет в проектировании визуальных коммуникаций (на примере...)</li> <li>11 Бизнес-стиль в системе визуальных коммуникаций.</li> <li>12 Проектирование визуальных коммуникаций фестивалей на открытом воздухе.</li> <li>13 Ландшафтный дизайн как системная визуальная коммуникация.</li> <li>14 Исследование качества визуальной коммуникации (на примере...)</li> <li>15 История и культурные коды стритарта как визуальной коммуникации.</li> <li>16 Топонимика и визуальная коммуникация пространств.</li> <li>17 Сенсорный дисбаланс и визуальная коммуникация городов.</li> <li>18 Организация визуальной навигации крупных торгово-развлекательных центров.</li> <li>19 Бренд-бук города – цели и этапы создания.</li> <li>20 Визуальные коммуникации для мультязычных форумов и деловых событий.</li> </ol>

	<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>22. Владеть различными приемами, средствами, материалами и применять их в соответствии с замыслом в рекламе.</li> <li>23. Методами развития творческого мышления.</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 стилизующих 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, СБКС, 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> <li>17. Типографика, системы гармонизации и соподчинения.</li> </ol>



	<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

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