

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

Дата подписания: 24.10.2022 16:32:54

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Визуальные коммуникации

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Коммуникативный дизайн

2022 г.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)

Дисциплина «Визуальные коммуникации» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Теория визуальной коммуникации.

Тема 2. История современной визуальной коммуникации.

Тема 3. Концептуальные модели визуальных коммуникаций.

Тема 4. Визуальные коммуникации в креативных индустриях, бизнесе и повседневной жизни.

Тема 5. Методология разработки проектов для визуальных коммуникаций.

Тема 6. Эскизное проектирование визуальных коммуникаций (модели, прототипы).

Тема 7. Проектная разработка визуальных коммуникаций.

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Теоретические занятия

Тема 1. Теория визуальной коммуникации.

Понятие визуальной коммуникации. Структура и элементы визуальной коммуникации. Специфика визуального медиатекста как носителя информации и смысла: особенности восприятия и интерпретации визуального знака. Семь слоев глубины восприятия визуальной коммуникации: собственно восприятие, внутренние ощущения, эмоции, интеллект, самоидентификация, душевная реверберация, духовная близость.

Визуальная аксиология – фиксация и трансляция норм и ценностей в рекламной коммуникации. Визуальная антропология – философские, этнологические и социологические аспекты презентаций идентичности в рекламной коммуникации. Социальная значимость визуальных медиа в современной культуре.

Медиа контекст формирования мировосприятия субъекта массовой коммуникации. Визуальная коммуникация как продукт культуры. Роль визуальной коммуникации в формировании дискурса и тезауруса современной культуры. Эволюция визуальной коммуникации в контексте развития культуры. Эволюция формального языка визуальной коммуникации. Функции рекламной коммуникации в системе культуры.

Тема 2. История современной визуальной коммуникации.

Визуальная революция второй половины XIX в. И становление массовой культуры. Эволюции потребителя, структуры потребительского спроса и ее отражение в рекламной коммуникации. Художественно-эстетическая концепция стиля модерн и зарождение профессиональной рекламной коммуникации.

Первая мировая война и осознание возможностей рекламы как инструмента социального моделирования. Модернизм и формирование языка дизайна для создания эффективного рекламного продукта.

Визуальная коммуникация эпохи поп-арта. Зарождение концептуального проектирования, концептуальная идея и ее визуализация. Постмодернистский этап в развитии визуальной коммуникации и формирование принципов постмодернистского формообразования.

Тема 3. Концептуальные модели визуальных коммуникаций.

Визуальное как первичный механизм трансляции культурных традиции и социальных норм. Проблема визуального в контексте критической теории современного (индустриального) общества. Концепции Т. Адорно, М. Хоркхаймера, В. Беньямина. Проблематика визуального в работах Р. Арнхейма и М. Фуко. Визуальная культура и проблема идеологии. Эффекты и риски визуальной культуры. Визуальные коммуникации как социальная компетентность. Вальтер Ландор – дизайнер и исследователь визуального потребления

Тема 4. Визуальные коммуникации в креативных индустриях, бизнесе и повседневной жизни.

Место визуальных коммуникаций в продуктах и практиках креативных индустрий. Язык визуальной коммуникации как совокупность знаковых систем. Визуальная коммуникация как предмет семиотического анализа. Исследование семиотических механизмов массовой коммуникации. Основные принципы и методы анализа визуальных медиатекстов.

Прикладная семиотика, развившаяся на стыке с теорией коммуникации, теорией кино, социологией («социосемиотика»), когнитивной психологией и «культурными исследованиями». Проблема интерпретации визуальных сообщений.

Визуальные коммуникации в культурных индустриях и спорте. Визуальные коммуникации как инструмент успешного бизнеса. Визуальные коммуникации брендов и корпоративных стилей. Имидж делового человека как продукт и коммуникация. Визуальные коммуникации городского пространства. Инновации светового дизайна в визуальной коммуникации социальных пространств. Визуальные коммуникации современного медиапространства. Визуальные коммуникации политтехнологий. Специфика инфографики в визуальных коммуникациях. Роль массовой культуры в формировании стандартов визуальной коммуникации. Агрессивная визуальная среда: факторы экспансии и методы противодействия

Тема 5. Методология разработки проектов для визуальных коммуникаций.

Тема и концепция в проектировании визуальных коммуникаций. Разработка идеального конечного результата проекта (ИКР). Трансформация ИКР в описание продукта дизайнерского проекта. Планирование ресурсов, графика и контрольных точек проекта. Разработка технологической документации проекта с учетом технического задания, государственных стандартов. Критерии оценки дизайн-проекта как интеллектуального и творческого продукта. Оценка конкурентоспособности проекта для профессиональных выставок и конкурсов. Бюджет и оценка инвестиционной привлекательности проекта. Гранты и краудфандинг в проектах визуальной коммуникации. Оценка масштабируемости проекта. Организация работы по реализации проекта. Технологии поддержки и продвижения проекта. Этап завершения проекта: документирование, передача заказчику, постаудит проекта.

Тема 6. Эскизное проектирование визуальных коммуникаций (модели, прототипы).

Источники идей для проекта. Художественно-проектные идеи визуальных коммуникаций. Формирование образов, дизайнерских решений и технологий исполнения идей разработчика. Проектирование элементов и связей визуальных коммуникаций. Эстетика и прагматика визуальных коммуникаций. Идентификационные стили, эргономика визуальных коммуникаций. Апробация дизайнерского решения и согласование проекта. Материалы и техника изготовления прототипа (модели, альбома). Компьютерная визуализация проекта.

Тема 7. Проектная разработка визуальных коммуникаций.

Организация работы по реализации проекта. Тайминг, управление ресурсами и изменениями проекта. Разработка итоговой программы презентации проекта. Экспертиза и самооценка результатов проекта.

Практические занятия

Общие требования

Перед выполнением задания необходимо изучить лекционный материал и рекомендуемую учебную литературу.

Задание выполняется:

графическое - на листе ватмана (плотной бумаги), плакатными (чертежными) перьями и кистями с использованием туши, акварели, гуаши и других водяных красок;

с использованием ПК – на листе плотной бумаги (в печатном виде) и в виде электронной презентации.

При выполнении работы особое внимание уделяется композиции, качеству и сложности технического исполнения.

Отдельно оценивается качество художественного исполнения, индивидуальность творческого мышления и эстетичность выполненной работы.

Тема 1. Теория визуальной коммуникации.

Задание 1: Передача эмоций в простых рисунках.

Выполнение задания (кейса) для отработки навыков интерпретации ситуации, создания эмоционального рисунка-стилизации.

Задание 2: Визуализация социальных проблем и социологических понятий.

Обсуждение содержащихся на фотографии сведений о социальной структуре, отношениях и ценностях эпохи, изображаемого на фотографии опыта людей. Анализ фотографии как элемента жизненного опыта людей. Что происходит, когда мы разглядываем фотографию? Что происходит, когда мы кого-либо фотографируем? Когда мы ее кому-то показываем? Когда размещаем фотографию в Интернете?

Тема 2. История современной визуальной коммуникации.

Задание 1: Анализ структуры объекта визуальной культуры.

Проанализировать структуру любого объекта популярной визуальной культуры (реклама, видеоигра) как текст культуры, используя в анализе познавательные основания и принципы психоаналитической концепции культуры. Соотнести набор архетипов с персонажами и героями выбранного объекта. Привести аргументы на основании анализа каких фрагментов сюжета и каких визуальных образов тот или иной персонаж или герой проявляет качества конкретного архетипа. Подготовить доклад по результатам выполненного задания.

Тема 3. Концептуальные модели визуальных коммуникаций.

Задание 1: Проведение дизайн-анализа работ Вальтера Ландора.

Проанализировать работы Вальтера Ландора: редизайн этикетки для консервированных овощей и фруктов компании S & W Fine Foods (Сан-Франциско); пивную марку Sicks; этикетки для Sicks; подарочный рождественский графин для бурбона марки Old Fitzgerald; редизайн упаковки для старейшего японского пивного бренда Sapporo; упаковочные проекты для газированных напитков Coca, Tab, Sprite и 7 Up; пачки для сигарет Marlboro Light; упаковки для пленки Fuji Film; фирменный стиль Levi's; идентификации для Alitalia, - первую всеобъемлющую программу Landor стиля для международных авиакомпаний.

Подготовить доклад по результатам выполненного задания.

Тема 4. Визуальные коммуникации в креативных индустриях, бизнесе и повседневной жизни.

Задание 1: Анализ визуально-графической информации

Собрать и проанализировать информацию о визуальной - графической информации торгово-развлекательного учреждения, вокзала, аэропорта, культурно – досугового учреждения (на выбор обучающегося).

Составить и проработать перечень графической информации, необходимый для разработки торгово-развлекательного центра.

Подготовить доклад по результатам выполненного задания.

Тема 5. Методология разработки проектов для визуальных коммуникаций.

Задание 1: Принципы и методы проектирования рекламного образа промышленного изделия.

На основе пересечения и взаимодействия двух проектных стратегий: с одной стороны, стратегии развития и совершенствования проектных технологий для решения прагматических задач рекламы, с другой - стратегии творческого развития и обновления профессиональных ценностей и средств дизайна как такового в связи с включением в дизайн нового материала из сферы рекламы: исследовать новейшие тенденции стилевого развития рекламного дизайна и направления эволюции принципов и методов

формообразования рекламного образа промышленного изделия; выявить лидеров современного рекламного дизайна и лучшие образцы рекламы последних двух десятилетий; классифицировать визуально-графический материал, отражающий этапы эволюции, методы и средства проектного творчества дизайнеров в области создания рекламных образов торговых марок; выявить новые тенденции в реконструкции принципов и методов проектирования рекламного образа товара на материале новейшей практики графического дизайна.

Тема 6. Эскизное проектирование визуальных коммуникаций (модели, прототипы).

Задание 1: Разработка когнитивных карт.

В ходе занятия проводится мозговой штурм для выбора идеи, далее создается её презентация на флип-чате. Во время защиты необходимо создать ментальную карту, обосновать ее структуру эффективность для исследования заданного объекта.

Задание 2: Эскиз поздравительной открытки.

Создать в программе Adobe Illustrator поздравительную корпоративную открытку. Для дизайна можно выбрать любой государственный праздник или праздник фирмы.

Тема 7. Проектная разработка визуальных коммуникаций.

Задание 1: Построение фирменного знака и фирменного бланка

Используя инструмент «миллиметровка» и «размерная линия» программы Adobe Illustrator разместить на ней, указать размеры и технологию построение фирменного знака, фирменного бланка. Чертеж снабдить поясняющей информацией.

В проектное задание включены:

- графическое изображение знака;
- три варианта знака уменьшенного масштаба: черный на белом фоне, белый на черном фоне (т.н. выворотка), вариант в цвете;
- знак в объеме (рельеф, контррельеф);
- применение знака в рекламной полиграфической продукции.

Создать в Adobe Illustrator несколько образцов визиток личной и корпоративной, используя различные инструменты и эффекты программы.

Используя различные инструменты программы Adobe Illustrator создать несколько вариантов дизайна фирменного бланка, опираясь на правила и требования, предъявляемых к дизайну деловой корреспонденции. К фирменному бланку разработать конверт.

Задание 2: Адаптация дизайнерского решения к различным носителям

Есть графическая основа логотипа, название, слоганы. Все это – элементы, которые все или частично надо объединить в единый логотип. Результат должен быть предложен для различных поверхностей нанесения – бумага, вышивка на одежде, нанесение на пластик.

5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение самостоятельных заданий, изучение

литературных источников, использование Internet-данных, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

Задания для самостоятельной работы

Творческое задание 1: Визуальные данные и публичная сфера.

1. Сделать по 1-2 самостоятельных фотографии, которые бы символизировали следующие понятия:

1) демократия;

2) социальная проблема;

3) понятие (примеры понятий: социальный факт, власть, неравенство, структура, социальное действие, гендер, справедливость, социальный институт и так далее).

Написать по 2-3 фразы комментария к сделанным снимкам.

2. Найти опубликованные в газете, журнале или Интернете 1-2 фотографии (обязательно сохранять ссылки на источники размещения этих образов), на которых можно было бы "увидеть социальную проблему" (желательно связанную с выбранной темой или понятиями из задания)

Проанализировать чужие снимки и объяснить символизм собственных фотографий, используя теоретические материалы из лекции и рекомендованной литературы. Написать по 2-3 фразы комментария к найденным образам.

Творческое задание 2: Визуальные исследования социальных проблем. Фотография как социальная практика.

Осмыслить социальные условия производства и потребления фотографии. Для этого необходимо:

1. Прочитать основные и дополнительные источники, в том числе статью Виктора Круткина о книге Пьера Бурдьё "Фотография как среднее искусство" и Сюзан Зонтаг "О фотографии".

2. Посетить фотовыставку.

Рассмотреть фотовыставку как площадку взаимодействия между людьми, т.е. как вариант публичной сферы. Найти обсуждения этой выставки в Интернете, в теленовостях, печати. По возможности принять участие в дискуссиях, посвященных выставке. Прочитать аннотации к выставке и сравнить официальную формулировку целей с тем, как это звучит в комментариях и дебатах, а также с собственным восприятием обучающегося. Обратит внимание на особенности обстановки. В некоторых галереях обыгрываются архитектурные решения, организуется особым образом пространство, даже запахи могут осмысленно включаться в экспозицию. Посмотреть книгу отзывов, если такая имеется в галерее, а также найдите отзывы в блогосфере - познакомится с каналами и содержанием обратной связи. Попытаться включиться в беседу, поговорить с посетителями (узнать, почему именно эта выставка привлекла их внимание, каковы их впечатления), если возможно, с фотографами и организаторами (узнать, почему именно эта тема была ими выбрана для выставки, что этому способствовало, довольны ли они результатами, есть ли что-то, что они бы сейчас сделали по-другому - фотографии, их отбор, их представление на выставке).

3. Написать мини-эссе. Постарайтесь поразмышлять над такими вопросами:

А) Какие смыслы вкладывают разные акторы в это событие (а может быть в конкретный образ или художественный прием): фотограф? галерейщик? спонсор? журналист? критики? зрители? другие зрители?

Б) Как ведут себя зрители? как взаимодействует человек и изображение? какие вы заметили механизмы для выражения и обсуждения мнения?

В) Как можно охарактеризовать публику выставки? Привлеките идеи Хабермаса и других авторов относительно разных публик.

Г) Какой смысл вы вкладываете в эту выставку и представленные там работы? Какую фотографию бы выделили особо и почему? (Если будет возможно, сфотографируйте ее. Иногда на выставках разрешена съемка, узнайте об этом предусмотрительно).

Д) Какая социальная группа порождает такую эстетику, и, следовательно, каковы функции у этих фотографий и фотовыставок?

Е). Какие социальные изменения прослеживаются на примере этой выставки, если считать ее частью истории фотографии?

Ж) Что вы можете сказать о политических и экономических аспектах фотоискусства вообще и фотоэкспозиции, в частности?

Вопросы для самоконтроля

1. Естественнонаучные и гуманитарные исследования визуальных коммуникаций.
2. Образное мышление.
3. Психологический анализ визуальной культуры.
4. Пространство, цвет и форма в восприятии человека.
5. Визуальная депривация.
6. Функциональные характеристики визуальных коммуникаций.
7. Нарративный подход визуального текста.
8. Визуальные коммуникации в урбанистике (средовом дизайне, эргономике, маркетинге, бизнесе).
9. Агрессивная визуальная среда: факторы экспансии и методы противодействия.
10. Что такое депривация «ярный»?
11. Почему изменилось отношение к городскому пространству?
12. Почему значимыми становятся «красивые места» в городе?
13. Чем понятие «пиктограмма» отличается от «иероглифов»?
3. Визуальное как первичный механизм трансляции традиции и социальных норм.
14. Визуальное конструирование реальности.
15. Проблема визуального в контексте критической теории современного (индустриального) общества.
16. Концепции Теодора Адорно, Макс Хоркхаймера, Вальтер Беньямина.
17. Проблематика визуального в работах Р. Арнхейма и М. Фуко.
18. Визуальная культура и проблема идеологии.
19. Эффекты и риски визуальной культуры.
20. Визуальные коммуникации как социальная компетентность.
21. Как мода отражает ключевые положения концепции о визуальных коммуникациях?
22. Почему визуальную культуру рассматривают также в рамках идеологии?
23. Что такое «социальный плакат»?
24. Инструменты визуальной коммуникации: зрительные, тактильные и мобильные.
25. Базовые принципы дизайна.
26. «Золотое сечение» в дизайне.
27. Анализ объемно-пространственной формы.
28. Архитектура как язык коммуникации.

29. Бионика в дизайне.
30. Искусство цвета и света в дизайне.
31. Стилизация в визуальных решениях.
32. Оптические иллюзии.
33. Абстрактные изображения.
34. Прикладные решения в дизайне.
35. Что такое эмотикон?
36. Что такое цветовое решение текста?
4. 37. Эволюция визуальных коммуникаций: пиктографические рисунки, идеографическое письмо, иероглифическое письмо.
37. Инструменты для письма.
38. Дизайнерские решения в организации текста и его иллюстраций.
39. Культурные факторы восприятия текста и его иллюстраций.
40. Что такое пиктограмма?
41. В чем отличия леттеринга от каллиграфии?
42. Что такое функциональные требования?
43. Сферы прикладного проектирования визуальных коммуникаций.
44. Бизнес-рисунок в деловых коммуникациях.
45. Методы поэтапного перевода текста в образы, скрайбинг.
46. Когнитивные карты и майндмэппинг.
47. Разработка инфографики (задачи, правила, ограничения).
48. Фирменный стиль: концепция и этапы проектирования.
49. Визуальные коммуникации в маркетинге.
50. Интерьер как технология коммуникации.
51. Образ и стиль человека.
52. Алгоритм проектирования визуальных коммуникаций.
53. Почему в бизнес-коммуникациях активно применяют визуально комфортные практики для достижения результативности встречи?
54. Что такое контент инфографики?
55. Как рисовать скрайбинг?

6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность разрабатывать и согласовывать с режиссером и моделлером концепт-арты отдельных объектов анимационного кино (ПК-4);
- способность разрабатывать общую визуальную стилистику проекта и осуществлять контроль ее реализации в процессе создания анимационного кино (ПК-5).

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-1 (ПК-4) Взаимодействует с режиссёром и творческой группой по вопросам разработки и редактирования концепт-артов и отдельных объектов в соответствии со сценарием анимационного кино, стилистикой, технологическими вводными данными	Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-4) методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта концепт-арта отдельных объектов анимационного кино
	Умеет: РО-2 ИД-1 (ПК-4) собирать необходимую информацию, перерабатывать ее и представлять в образной графической или объемной форме для согласования с режиссером и моделлером концепт-артов отдельных объектов анимационного кино; РО-3 ИД-1 (ПК-4) сотрудничать со смежными подразделениями в рамках производства анимационного фильма.
ИД-2 (ПК-4) Детализирует и прорабатывает утвержденные творческой группой эскизы объектов анимационного кино	Знает: РО-1 ИД-2 (ПК-4) основы теории и методологии проектирования визуальных коммуникаций; РО-2 ИД-2 (ПК-4) основные виды программного обеспечения, используемого при производстве анимационного кино
	Умеет: РО-3 ИД-2 (ПК-4) видеть и ставить творческую задачу; РО-4 ИД-2 (ПК-4) использовать потенциал композиции в кадре анимационного кино.
ИД-1 (ПК-5) Разрабатывает общую визуальную стилистику проекта, дизайн-макет в целом и макеты элементов и объектов дизайна в медиа индустрии	Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-5) методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта визуальных коммуникаций; РО-2 ИД-1 (ПК-5) технологию создания интерактивной анимации
	Умеет:

	<p>РО-3 ИД-1 (ПК-5) использовать мультимедийные возможности программ для создания визуальных коммуникаций</p>
<p>ИД-2 (ПК-5) Осуществляет контроль финальной отрисовки объектов анимационного кино по утвержденному концепту в заданной стилистике и в соответствии с проектными требованиями</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-2 (ПК-5) технологию создания интерактивной анимации; технологию обработки аудиоинформации, технологию обработки видеоинформации;</p> <p>Умеет: РО-2 ИД-2 (ПК-5) разрабатывать визуальную стилистику проекта; РО-3 ИД-2 (ПК-5) применять различные техники и специализированное программное обеспечение для осуществления текущего и оперативного контроля выполнения художниками-аниматорами поставленных задач разрабатывать визуальную стилистику проекта</p>

6.2. Перечень оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения студентом, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения учащимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости

Тест

1. Чтобы изображение точно соответствовало понятию «знака», структура его организации должна строго отвечать фундаментальным требованиям
 - а. автономности и различимости
 - б. запоминаемости и визуальной активности
 - в. креативности и эстетичности
 - г. инновационности и фотогеничности

2. Знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, предметов, явлений на которые он указывает, чаще всего в схематическом виде
 - а. индекс
 - б. пиктограмма
 - в. символ
 - г. абстракт

3. Формальные, конструктивные, функциональные отношения между визуальными элементами системы представляют _____ связь.
 - а. логическую
 - б. косвенную
 - в. тектоническую
 - г. рациональную

4. Наука о знаках и коммуникативных знаковых системах, используемых в процессе общения
 - а. логистика
 - б. ономастика
 - в. семиотика
 - г. тектоника

5. Доминирующие образные характеристики этого знака можно перенести на словесные элементы логотипа
 - а. иконического знака
 - б. абстрактного знака
 - в. пиктографического знака

6. 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

7. Визуальные коммуникации для психологической коррекции средствами искусства и творчества

- пленэр
- арт-терапия
- клаузура
- креативная индустрия

8. Вид проектной деятельности, с помощью которой производится проверка практических навыков, обучающихся при решении дизайнерской задачи

- скетчинг
- эскиз
- анаморфоза
- клаузура

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

- абстракция
- гамма
- лигатура
- палитра

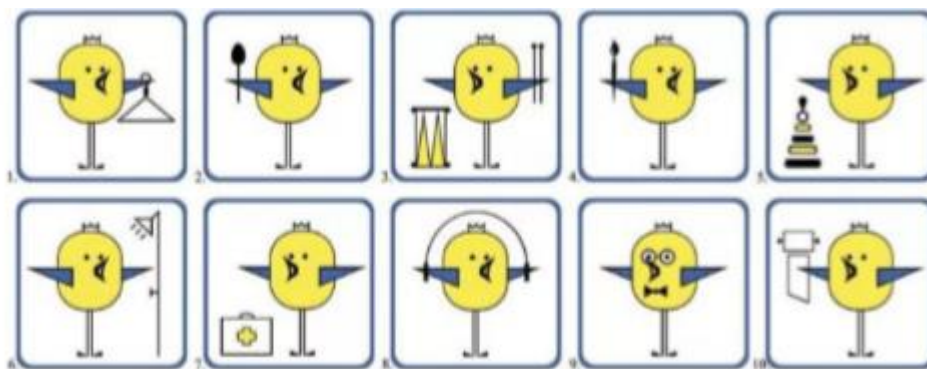
10. Наука адаптации интерьеров, архитектурных и ландшафтных, а также графических стилистических форм под конкретного человека, его психологические особенности и потребности

- семиотика
- гештальт-психология
- психо-дизайн
- бихевиоризм

Ключ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
АБ	Б	В	В	Б	Г	Б	Г	Б	В

Кейс-задача: Для детского сада были разработаны элементы визуальной коммуникации. Определите, для каких функциональных помещений они предназначены. Сделайте вывод о содержательности и стиле дизайнерского решения.



Темы рефератов

1. Базовые структуры визуальных образов/визуального опыта.
2. Образ, технология, медиум (материальные/технологические основания визуальных образов).
3. Современные технологии визуализации.
4. Стратегии визуализации как стратегии истины (визуальные содержания в контексте производства и трансляции научного знания).
5. Образ и текст (взаимосвязь визуального и текстуального в современной культуре).
6. Визуализация и эстетизация повседневности (трансформация традиционного понятия эстетического).
7. Визуальные образы и конструирование культурной памяти.
8. Визуализация и производство культурных пространств; современные визуальные среды (виртуальные, художественные и урбанистические пространства).
9. В. Татлин и визуальные утопии первой четверти XX в.
10. Визуальность и виртуальность.
11. Дизайн и реальность.
12. Дизайнерская среда и визуальные образы.
13. Манга: формирование нового художественного образа.
14. Фотография: виды, значение в построении визуальных образов.
15. Web-ресурсы современных технологий визуальности.
16. Ж. Бодрийяр о специфике современной визуальной культуры.
17. П. Вирилио и визуальные исследования последней четверти XX в.
18. Визуальный язык соцарта.
19. Зрительное восприятие как психологическое понятие.
20. Фигура и фон в визуальном восприятии.

Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список вопросов к зачету

1. Естественнонаучные и гуманитарные исследования визуальных коммуникаций.
2. Психологический анализ визуальной культуры.
3. Пространство, цвет и форма в восприятии человека.
4. Рациональное и эмоциональное восприятие визуальных образов.
5. Функциональные характеристики визуальных коммуникаций.
6. Язык визуальных сообщений как текст культуры.

7. Нарративный подход визуального текста.
8. Облик эпохи в визуальных коммуникациях.
9. Визуальное как первичный механизм трансляции культурных традиции и социальных норм.
10. Проблема визуального в контексте критической теории современного (индустриального) общества.
11. Визуальная культура и проблема идеологии.
12. Визуальные коммуникации как социальная компетентность.
13. Карта профессий, использующих визуальные коммуникации.
14. Цели и технологии прикладных исследований визуальных коммуникаций.
15. Визуальные источники и виды данных.
16. Психологические исследования визуальных коммуникаций.
17. Социологические методы исследования визуальных коммуникаций.
18. Технологии исследования визуальных коммуникаций городской среды.
19. Маркетинговые исследования визуальных коммуникаций.
20. Исследование визуальных коммуникаций в архитектуре.
21. Эксперименты визуальных коммуникаций (акционистский метод исследований).
22. Сравнительный анализ в исследованиях визуальных коммуникаций.
23. Место визуальных коммуникаций в продуктах и практиках креативных индустрий.
24. Визуальные коммуникации в культурных индустриях и спорте.
25. Визуальные коммуникации как инструмент успешного бизнеса.
26. Визуальные коммуникации брендов и корпоративных стилей.
27. Имидж делового человека как продукт и коммуникация.
28. Визуальные коммуникации городского пространства.
29. Инновации светового дизайна в визуальной коммуникации социальных пространств.
30. Визуальные коммуникации современного медиапространства.
31. Визуальные коммуникации политехнологий.
32. Специфика инфографики в визуальных коммуникациях.
33. Агрессивная визуальная среда: факторы экспансии и методы противодействия.
34. Тема и концепция в проектировании визуальных коммуникаций.
35. Критерии оценки дизайн-проекта как интеллектуального и творческого продукта.
36. Оценка конкурентоспособности проекта для профессиональных выставок и конкурсов.
37. Бюджет и оценка инвестиционной привлекательности проекта.
38. Гранты и краудфандинг в проектах визуальной коммуникации.
39. Технологии поддержки и продвижения проекта.
40. Этап завершения проекта: документирование, передача заказчику, постаудит проекта.
41. Дефиниции визуальности
42. Визуальность и виртуальность
43. Формирование визуального образа в рекламе
44. Формирование визуального образа в связях с общественностью
45. Интернет ресурсы визуализации реальности
46. Исторические этапы развития визуальности

47. Типология и видовое разнообразие визуальных объектов
48. Психология зрительного восприятия
49. Визуальные инновации
50. Панорама и точки зрения в визуализации реальности
51. Визуальная культура и социокультурные практики
52. Креатив в визуальной культуре
53. Визуальный проект и реальность
54. Факторы восприятия визуальных образов
55. Проблема воспроизводимости визуальных образов
56. Медиатизация и визуальность
57. Визуальное насилие как проблема XXI века
58. Понятие окуляцентризма
59. Трансформация зрительского восприятия на рубеже XX-XXI вв.
60. Визуальная культура и технологические инновации.

Перечень оценочных средств во взаимосвязи с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
<p>ИД-1 (ПК-4) Взаимодействует с режиссёром и творческой группой по вопросам разработки и редактирования концепт-артов и отдельных объектов в соответствии со сценарием анимационного кино, стилистикой, технологическими вводными данными</p>	<p><i>Знает:</i> РО-1 ИД-2 (ПК-4) методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта концепт-арта отдельных объектов анимационного кино</p>	<p>Список вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Социологические методы исследования визуальных коммуникаций. 2. Технологии исследования визуальных коммуникаций городской среды. 3. Маркетинговые исследования визуальных коммуникаций. 4. Исследование визуальных коммуникаций в архитектуре. 5. Эксперименты визуальных коммуникаций (акционистский метод исследований). 6. Сравнительный анализ в исследованиях визуальных коммуникаций. 7. Место визуальных коммуникаций в продуктах и практиках креативных индустрий. 8. Визуальные коммуникации в культурных индустриях и спорте. 9. Визуальные коммуникации как инструмент успешного бизнеса. 10. Визуальные коммуникации брендов и корпоративных стилей. 11. Имидж делового человека как продукт и коммуникация. 12. Визуальные коммуникации городского пространства. 13. Инновации светового дизайна в визуальной коммуникации социальных пространств. 14. Визуальные коммуникации современного медиапространства.

	<p>Умеет: РО-2 ИД-2 (ПК-4) собирать необходимую информацию, перерабатывать ее и представлять в образной графической или объемной форме для согласования с режиссером и моделлером концепт-артов отдельных объектов анимационного кино; РО-3 ИД-2 (ПК-4) сотрудничать со смежными подразделениями в рамках производства анимационного фильма</p>	<p>Тест:</p> <ol style="list-style-type: none"> Чтобы изображение точно соответствовало понятию «знака», структура его организации должна строго отвечать фундаментальным требованиям <ol style="list-style-type: none"> автономности и различимости запоминаемости и визуальной активности креативности и эстетичности инновационности и фотогеничности Знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, предметов, явлений на которые он указывает, чаще всего в схематическом виде <ol style="list-style-type: none"> индекс пиктограмма символ абстракт Формальные, конструктивные, функциональные отношения между визуальными элементами системы представляют _____ связь. <ol style="list-style-type: none"> логическую косвенную тектоническую рациональную Наука о знаках и коммуникативных знаковых системах, используемых в процессе общения <ol style="list-style-type: none"> логистика ономастика семиотика тектоника Доминирующие образные характеристики этого знака можно перенести на словесные элементы логотипа <ol style="list-style-type: none"> иконического знака абстрактного знака пиктографического знака
<p>ИД-2 (ПК-4) Детализирует и прорабатывает утвержденные творческой группой эскизы объектов анимационного кино</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-4) основы теории и методологии проектирования визуальных коммуникаций; РО-2 ИД-1 (ПК-4) основные виды программного обеспечения, используемого при производстве анимационного кино</p>	<p>Список вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> Естественнонаучные и гуманитарные исследования визуальных коммуникаций. Психологический анализ визуальной культуры. Пространство, цвет и форма в восприятии человека. Рациональное и эмоциональное восприятие визуальных образов. Функциональные характеристики визуальных коммуникаций. Язык визуальных сообщений как текст культуры. Нарративный подход визуального текста. Облик эпохи в визуальных коммуникациях.

		<p>9. Визуальное как первичный механизм трансляции культурных традиции и социальных норм.</p> <p>10. Проблема визуального в контексте критической теории современного (индустриального) общества.</p> <p>11. Визуальная культура и проблема идеологии.</p> <p>12. Визуальные коммуникации как социальная компетентность.</p> <p>13. Карта профессий, использующих визуальные коммуникации.</p> <p>14. Цели и технологии прикладных исследований визуальных коммуникаций.</p> <p>15. Визуальные источники и виды данных.</p> <p>16. Психологические исследования визуальных коммуникаций.</p>
	<p>Умеет: РО-3 ИД-1 (ПК-4) видеть и ставить творческую задачу; РО-4 ИД-1 (ПК-4) Использовать потенциал композиции в кадре анимационного кино</p>	<p>Тест: 1. Выберите виды композиции применяемые в дизайне.. а) плоскостная целостная б) фронтальная объёмно-пространственная в) фронтальная глубинно-пространственная г) пространственная 16. Вид графики, которая даёт максимальное количество информации о продукте при минимальном размере изображения... а) книжная миниатюра б) этикетка в) марка г) все ответы верны 2. Сколько существует групп родственных сочетаний цветов а) 4 б) 3 в) 2 г) 5 3. Символ, который передаёт информацию об объекте или идее с помощью иллюстрации. а) типографика б) пиктографика в) пиктограмма г) диаграмма</p>
<p>ИД-1 (ПК-5) Разрабатывает общую визуальную стилистику проекта, дизайн-макет в целом и макеты элементов и объектов дизайна в медиа индустрии</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-5) методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта визуальных коммуникаций;</p>	<p>Список вопросов: 1. Визуальные коммуникации политехнологий. 2. Специфика инфографики в визуальных коммуникациях. 3. Агрессивная визуальная среда: факторы экспансии и методы противодействия. 4. Тема и концепция в проектировании визуальных коммуникаций.</p>

	<p>РО-2 ИД-1 (ПК-5) технологию создания интерактивной анимации</p>	<p>5. Критерии оценки дизайн-проекта как интеллектуального и творческого продукта. 6. Оценка конкурентоспособности проекта для профессиональных выставок и конкурсов. 7. Бюджет и оценка инвестиционной привлекательности проекта. 8. Гранты и краудфандинг в проектах визуальной коммуникации. 9. Технологии поддержки и продвижения проекта. 10. Этап завершения проекта: документирование, передача заказчику, постаудит проекта.</p>
	<p>Умеет: РО-3 ИД-1 (ПК-5) использовать мультимедийные возможности программ для создания визуальных коммуникаций</p>	<p>Тест: 1. При формировании дресс-кода сотрудников проекта ключевым решением является а. оптимизация затрат на администрирование б. уникальность образа сотрудников в. соответствие правилам международного бизнес-стиля г. соответствие визуальному стилю проекта 2. Визуальные коммуникации для психологической коррекции средствами искусства и творчества а. пленэр б. арт-терапия в. клаузура г. креативная индустрия 3. Вид проектной деятельности, с помощью которой производится проверка практических навыков, обучающихся при решении дизайнерской задачи а. скетчинг б. эскиз в. анаморфоза г. клаузура 4. Наименование внешних цветовых особенностей колорита, характеристика «оптической» закономерности, которая объединяет основные цветовые оттенки произведения а. абстракция б. гамма в. лигатура г. палитра 5. Наука адаптации интерьеров, архитектурных и ландшафтных, а также графических стилинесущих форм под конкретного человека, его психологические особенности и потребности а. семиотика</p>

		б. гештальт-психология в. психо-дизайн г. бихевиоризм
ИД-2 (ПК-5) Осуществляет контроль финальной отрисовки объектов анимационного кино по утвержденному концепту в заданной стилистике и в соответствии с проектными требованиями	Знает: РО-1 ИД-2 (ПК-5) технологию создания интерактивной анимации; технологию обработки аудиоинформации, технологию обработки видеоинформации;	Список вопросов: 1. Дефиниции визуальности 2. Визуальность и виртуальность 3. Формирование визуального образа в рекламе 4. Формирование визуального образа в связях с общественностью 5. Интернет ресурсы визуализации реальности 6. Исторические этапы развития визуальности 7. Типология и видовое разнообразие визуальных объектов 8. Психология зрительского восприятия 9. Визуальные инновации 10. Панорама и точки зрения в визуализации реальности 11. Визуальная культура и социокультурные практики 12. Креатив в визуальной культуре 13. Визуальный проект и реальность 14. Факторы восприятия визуальных образов 15. Проблема воспроизводимости визуальных образов 16. Медиатизация и визуальность 17. Визуальное насилие как проблема XXI века 18. Понятие окуляцентризма 19. Трансформация зрительского восприятия на рубеже XX-XXI вв. 20. Визуальная культура и технологические инновации.
	Умеет: РО-2 ИД-2 (ПК-5) разрабатывать визуальную стилистику проекта; РО-3 ИД-2 (ПК-5) применять различные техники и специализированное программное обеспечение для осуществления текущего и оперативного контроля выполнения художниками-аниматорами поставленных задач разрабатывать визуальную стилистику проекта	Тест: 1. Основными элементами структуры художественного образа большинство исследователей называют ... а) общее (восприятие) б) детальное (воспроизведение, передача) в) материальное (форма) г) идеальное (содержание, идея) 2. Слово «идея» в переводе с греческого означает ... а) «то, что видно» б) «то, что слышно» в) «то, что понятно» г) «то, что скрыто» 3. К типологическим коммуникационным моделям рекламного образа относятся ... а) образ-состояние б) образ-персонаж в) образ-действие г) образ-субстанция д) образ-видение

		f) образ-оформление 4. Появившаяся в России технология продакт плейсмент (product placement) – это ... а) рекламирование полной линейки продукции в рамках одного рекламного ролика б) органичная интеграция в структуру фильма рекламы товаров и услуг с) продвижение товаров в сети Интернет, на телевидении, на радио, в прессе – материал взят с сайта 5. Согласно Большому энциклопедическому словарю универсальная форма отражения действительности в искусстве – это ... образ. d) художественный е) культурологический f) рекламный g) сюжетный
--	--	--

6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «зачтено», «не зачтено».

Зачет. Критерии выставления оценок

Допуск к зачету осуществляется на основании посещаемости обучающимся аудиторных занятий и успешном освоении материалов лекций и практических занятий.

Оценка «зачтено» при приеме зачета выставляется в случае:

- полного и правильного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов;
- самостоятельной подготовки обучающегося к ответу в установленные для этого сроки, исключающей использование нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
- владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и проследивать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь;
- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам;
- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «зачтено» может быть выставлена также при соблюдении вышеперечисленных требований в основном, без существенных ошибок и пробелов при

изложении обучающимся учебного материала, приведении ссылок на нормативно-правовые акты, а также на их отдельные принципиально значимые положения.

Оценка «не зачтено» при приеме зачета выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;
- невозможности изложения обучающимся учебного материала по одному или всем вопросам;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по одному или всем вопросам;
- невладения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом;
- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков может служить основанием для выставления обучающемуся оценки «не зачтено».

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающимся в случаях:

- необходимости конкретизации информации по вопросам с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
- необходимости проверки знаний отвечающего по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

В случае, когда промежуточная аттестация проводится в форме тестирования:

«Зачтено» обучающиеся получают в том случае, если верные ответы составляют от 50% до 100% от общего количества

«Не зачтено» обучающиеся получают в том случае, если верные ответы на тест составляют менее 50 %.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Хуторян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. – 150 с.: схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> – ISBN 978-5-8154-0357-4. – Текст: электронный.

Дополнительная:

1. Кознов, Д.В. Основы визуального моделирования: учебное пособие / Д.В. Кознов. – Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий, 2008. – 247 с.: табл., схем. – (Основы информационных технологий). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233310> – ISBN 978-5-94774-823-9. – Текст: электронный.

2. Кудрявцева, М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М.Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219>. – ISBN 978-5-4458-5668-9. – DOI 10.23681/223219. – Текст: электронный.

3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 239 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> – ISBN 978-5-238-01525-5. – Текст: электронный.

4. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. – Москва: Юнити, 2015. – 240 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01546-0. – Текст: электронный.

5. Социальная реклама: учебное пособие / Л.М. Дмитриева, Ю.С. Вернадская, Т.А. Костылева и др.; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити, 2015. – 271 с. : схем., табл., ил. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118141> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01544-6. – Текст: электронный.

6. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02089-6. – Текст: электронный.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <https://www.biblioclub.ru> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

2. www.iprbookshop.ru - электронная библиотечная система IPR BOOKS

9. Лицензионное программное обеспечение

- Visual Studio Community 2017
- Adobe Illustrator
- Adobe InDesign
- Adobe Premiere
- Adobe After Effects.
- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой

аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);

- специальные помещения для проведения практических занятий (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий и наглядными пособиями);

- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;

- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;

- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.