

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 Визуальная коммуникация

Учебный план: _____ ФГОС3++b420301РЦС-1_26-14.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки: _____
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: _____
(специализация) Реклама в цифровой среде

Уровень образования: _____
бакалавриат

Форма обучения: _____
очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
7	УП	17	34	56,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	
Итого	УП	17	34	56,75	0,25	3	
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

заведующий кафедрой

Ильина
Вячеславовна

Ольга

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных
коммуникаций

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Бескровная В.А.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: формирование теоретических знаний и практических навыков на основе современных медиапрактик, изучение технологий создания инфографики, формирование представлений об анализе данных и их визуализации

1.2 Задачи дисциплины:

изучение основных понятий, требований и специфики визуализации данных, требований к современным информационным технологиям и графическим редакторам для проектирования инфографики

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен управлять информацией из различных источников
Знать: основные принципы визуализации данных; типы инфографики и их применение; инструменты для создания визуального контента
Уметь: преобразовывать сложные данные в понятные визуальные форматы; выбирать подходящие типы графиков и диаграмм для разных задач; анализировать данные и выделять ключевые тренды для визуализации.
Владеть: навыками работы с инструментами для создания инфографики; методами визуального представления информации; навыками критической оценки визуального контента.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Визуальные коммуникации в рекламе	7				С
Тема 1. Визуальные коммуникации — стратегический инструмент передачи смыслов		3	1	6	
Тема 2. История развития визуальных коммуникаций		3	2	4	
Тема 3. Визуальные коммуникации: общение с помощью графики, цвета и формы		3	2	4	
Раздел 2. Дизайн проектирование визуальных коммуникаций					С,О
Тема 4. Особенности визуального восприятия.		3	3	6	
Тема 5. Кодирование информации.		2	3	6	
Тема 6. Константность визуального восприятия.		1	4	6	
Раздел 3. Инфографика как способ представления информации в рекламе					С,КПр
Тема 7. Способы визуализации информации.		1	4	6	
Тема 8. Цели и задачи формирования визуальных коммуникаций в формировании бренда компании.		1	6	8	
Тема 9. Проектирование рекламного образа.			9	10,75	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	56,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		51,25		56,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-2	Имеет представление о ключевых принципах визуализации данных, знаком с различными типами инфографики и их эффективным применением, а также обладает знаниями о инструментах для создания визуального контента. Анализирует комплексные данные трансформации понятных визуальных представлений. Подбирает наиболее эффективные графики и диаграммы для решения конкретных задач, выявляя и подчеркивая ключевые тренды для максимальной ясности. Демонстрирует навыки работы с программным обеспечением для разработки инфографики, владение методологиями визуализации данных, а также способность к критическому анализу визуальных материалов.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Ответ на вопрос полный, развёрнутый, демонстрирующий знание предмета. Практические работы представлены во время и в полном объёме. Продemonстрирован творческий и технически грамотный подход к выполнению и оформлению цветографических работ.	
Не зачтено	Ответ на вопрос не дан, либо дан неверно, с принципиальными ошибками. Не представлены работы или представлены с большим опозданием и с принципиальными ошибками; низкое качество их исполнения. Слабое владение графическими и техническими приёмами	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	Понятие «Визуальные коммуникации»
2	Определение «Визуальные коммуникации»
3	Структура «Визуальные коммуникации»
4	Функции «Визуальные коммуникации»
5	Вербальная и невербальная коммуникация.
6	Каналы получения информации
7	Древние формы визуальной коммуникации
8	Понятие и появление первых петроглифов
9	Понятие и появление первых петроглифов
10	Логограммы – понятие, появление и использование
11	Алфавит, история появления
12	История распространения техники гравирования и изготовления гравюр
13	Период появления новых технологий печати

14	Период перехода от вербальной культуры к визуальной
15	Инструмент раскрытия потенциала личности через контент
16	Новые формы визуальной коммуникации (AR/VR, генеративный ИИ)
17	Цвет в визуальных коммуникациях
18	Типографика в визуальных коммуникациях
19	Формы визуальных коммуникаций. Графический дизайн.
20	Формы визуальных коммуникаций. Инфографика
21	Символика и семантика цвета, цветовых отношений.
22	Семантика шрифта и типографики.
23	Образ как средство визуальной коммуникации.
24	Психология визуального восприятия.
25	Особенности зрительного восприятия.
26	Модели зрительного восприятия для разработки визуальных коммуникаций
27	Методы исследования психологии визуального восприятия.
28	1Понятие семиотики и ее значение в графическом дизайне
29	Знаки и символы. Классификация знаков.
30	Шрифт, цвет, яркость в кодировании информации.
31	Цветовые решения в проектировании средств визуальных коммуникаций.
32	Шрифтовые гарнитуры в проектировании средств визуальных коммуникаций
33	Эмпирические характеристики визуального восприятия.
34	Визуальное поле и композиционный кластер.
35	Статика, динамика и степень динамичности.
36	Модульные системы средств визуальной коммуникации.
37	Типы модульных систем визуальных коммуникаций.
38	Приемы комбинаторики в компоновке визуальных коммуникаций.
39	Принципы унификации и агрегирования в системе визуальных коммуникаций.
40	Понятие «Визуальное мышление».
41	Понятие «Инфографика»
42	Понятие «Визуальное представление данных»
43	Главная задача «Инфографики»
44	Тип инфографики: статистическая
45	Тип инфографики: хронологическая
46	Тип инфографики: географическая
47	Тип инфографики: сравнительная
48	Понятие и формулировка слова бренд в дизайне
49	Основные элементы бренда
50	Фирменный стиль одна из составных частей крупных дизайн-программ
51	Понятие «Системный процесс создания и развития целостного образа организации в сознании целевой аудитории»
52	Какие образы и эмоции можно передать с помощью диагональных линий?
53	В виде какого базового элемента композиции следует представлять текст для создания лаконичного разворота?
54	Где применяется векторная графика?
55	Сформулируйте принцип работы с контурами и опорными точками
56	Какие способы создания трехмерной графики поддерживает графический редактор Adobe Illustrator
57	Перечислите основные настройки оформления фигур в графическом редакторе Adobe Illustrator
58	Чем понятие «гарнитура», отличается от понятия «шрифт»?
59	Какие способы создания трехмерной графики поддерживает графический редактор Adobe Photoshop
60	Перечислите основные настройки оформления фигур в графическом редакторе Adobe Photoshop

6.3.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Составление таблиц: Визуальная коммуникация. Виды визуальной коммуникации. Структура визуальной коммуникации.
2. Выполнение в программе Adobe Illustrator: Пиктограммы и знаки. Визуальные элементы в рекламе
3. Выполнение композиции расположения элементов в пространстве. Иерархия, баланс, пропорции и гармония. Работа в Adobe Illustrator
4. Выполнение композиционного кластера в программе Adobe Photoshop
5. Выполнение композиций различных типов инфографики в программах Adobe Illustrator и Adobe Photoshop
6. Разработка визуальных элементов фирменного стиля.
7. Построить «колесо бренда»
8. Подготовка гайдлайнов и пакета исходников для проекта

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачёт проходит в виде устного собеседования и просмотра с обсуждением практических заданий, выполненных в течение семестра. Студент может пользоваться фотоматериалами презентаций; время на подготовку ответа на вопрос – 20 минут, выполнение практического задания – 15 минут, ответ – 10-15 минут, сообщение результатов обучающемуся – по завершении ответа.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Ромат Е., Сендеров Д.	Реклама: Учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. — (Серия «Учебник для вузов»)	Санкт-Петербург: Питер	2022	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=379960
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
О.В. Ильина	Визуальные коммуникации в дизайн - проектировании тары и упаковки [Текст]: учебное пособие	М-во образования и науки РФ, ВШТЭ СПбГУПТД. – 2-е изд. испр. и доп. - СПб.: ВШТЭ СПбГУПТД	2017	http://nizrp.narod.ru/metod/kpromdes/visual_komm_pri.pdf
Прохожев, О. А.	Визуальные коммуникации в историческом и культурном аспекте	Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ	2019	http://www.iprbookshop.ru/107366.html
Романычева Э.Т., Яцюк О.Г.	Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство	Москва: ДМК Пресс	2015	http://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=26537
Шевченко, Е. П.	Реклама как вид искусства	Саратов: Издательство Саратовского университета	2020	http://www.iprbookshop.ru/106271.html
Лаптев В. В.	Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202045

Марусева, И. В.	Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование)	Саратов: Вузовское образование	2016	https://www.iprbooks.hop.ru/38999.html
Шамхалова, С. Ш.	Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2020	https://www.iprbooks.hop.ru/121400.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

2. Электронная библиотека ВШТЭ СПб ГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://nizrp.narod.ru>

3. Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru/>

4. Система стандартов эргономики и технической эстетики [Электронный ресурс]. URL: <http://vsegost.com/Catalog/29/29739.shtml> ГОСТ 30.001-83

5. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. «Информатика

и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6

6. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел.

«Материаловедение. Технология конструкционных материалов». [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.1

7. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. «Патентное дело. Изобретательство. Рационализаторство». [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.78.3

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows 8

Microsoft Office Professional 2013

Corel Draw Graphics Suite X7

AutoCAD Design

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду