



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АРХИТЕКТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(УрГАХУ)

ФАКУЛЬТЕТ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 В.И.Исаченко

«24» 09 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
**ДИЗАЙН ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Программа профессиональной переподготовки «Графический дизайн»

Форма обучения: очно- заочная

Екатеринбург

2020

# **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

## **1.1 Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисциплинами.**

Дисциплина «Дизайн визуальных коммуникаций» входит в базовый модуль дисциплин программы профессиональной переподготовки «Графический дизайн»

Достигнутый уровень профессиональной подготовки является необходимым для дальнейшего освоения дисциплины проектного и профессионально-технического модуля.

В процессе изучения дисциплины происходит формирование у обучающегося профессиональных компетенций для выполнения нового вида профессиональной деятельности при закреплении практических навыков, умения и владения основами композиции, в соответствии с квалификационными требованиями профессионального стандарта по профессии графический дизайнер.

## **1.2 Аннотация содержания дисциплины:**

Освоение дисциплины направлено на изучение информации, необходимой для работы над дизайн- проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

Формирование профессиональных компетенций, отражающихся в знании общих принципов и подходов к разработке различных форматов визуальной коммуникации, умений пользоваться возможностями и средствами дизайна в создании проектов визуальной коммуникации как самостоятельно, так и в кооперации со специалистами в сфере иных видов социальной коммуникации и владении комплексом информационно-технологических знаний, навыками работы с дизайн- технологиями в основных форматах маркетинговых и социальных коммуникаций

Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

Разработка дизайн- макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

## **1.3 Краткий план построения процесса изучения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины включает лекции и практическую работу, в рамках которой обучающийся выполняют практические упражнения. При изучении дисциплины применяются формы интерактивного обучения, технологии взаимооценки.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Зачет по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия обучающихся в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения практических (графических) упражнений

## **1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины является этапом формирования у обучающегося новых компетенций: формирование у обучающегося профессиональных компетенций для выполнения нового вида профессиональной деятельности при закреплении практических навыков, умения и владения основами разработки интерактивных объектов и сред, в соответствии с квалификационными требованиями квалификационного справочника по профессии «графический дизайнер».

**Способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задач и подходов в выполнении дизайн-проекта (ПК-4)**

**Способность применять методы научных исследований при создании дизайн- проектов и обосновать новизну собственных концептуальных исследований (ПК-12)**

Результаты освоения дисциплины направлены на формирование профессиональных компетенций и получении возможности продемонстрировать следующие результаты:

- **знать** общие принципы и подходы к разработке различных форматов визуальной коммуникации;

- **уметь** пользоваться возможностями и средствами дизайна в создании проектов визуальной коммуникации как самостоятельно, так и в кооперации со специалистами в сфере иных видов социальной коммуникации;

- **владеть** комплексом информационно-технологических знаний, навыками работы с дизайн-технологиями в основных форматах маркетинговых и социальных коммуникации

**1.5. Общая трудоемкость дисциплины составляет - 36 часов.**

## **2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Раздел 1. «Визуальные коммуникации: их роль и развитие в живой природе, в истории возникновения и развития культуры и цивилизации».**

**Тема 1.** Вводная лекция. Базовые понятия и определения в дизайне визуальных коммуникаций. Значение визуальных коммуникаций в живой природе, доисторический период, античные цивилизации, средние века.

**Тема 2.** История профессиональной деятельности в сфере проектирования и управления визуальными коммуникациями. Формирование основных типов и «форматов» визуальной коммуникации. Изобразительное искусство, типографика, сценография, драматургия как первоисточники современных технологий визуальной коммуникации.

**Тема 3.** Типология коммуникативных задач. «Единица интерактивности» – нарушение стереотипов восприятия, мотивирующая адресата на ответные действия. Знакомство с актуальными примерами решения коммуникативных задач. «Идеальный формат» – короткое видео. Демонстрация примеров.

**Раздел 2. «Бренд-технологии: основы маркетинговых коммуникаций. Разработка, позиционирование, управление брендами.»**

**Тема 4.** Базовые понятия и определения. Истории известных торговых марок. Примеры продвижения и эволюции мировых и региональных брендов.

**Тема 5.** Айдентика торговой марки. Логотип, цветографика и другие средства визуальной идентификации. Полиформная айдентика. Тренды в айдентике, логотипах.

**Тема 6.** Продвижение и рыночное позиционирование торговой марки.

Типовые модели и стратегии позиционирования. Примеры эффективной маркетинговой коммуникации.

### **Раздел 3. «Сетевые технологии в визуальных коммуникациях»**

**Тема 7.** Всемирная сеть, сетевые сообщества, вирусная коммуникация. Технология проектирования и запуска вирусных форматов.

**Тема 8.** Создание сетевых площадок и пространств коммуникации.

**Тема 9.** Актуальные примеры сетевого позиционирования, тенденции и стилевые предпочтения.

### **Раздел 4. «Полиграфические технологии в визуальных коммуникациях»**

**Тема 10.** Дизайн книг и периодических изданий. Онлайн-технологии верстки ежедневной прессы.

**Тема 11.** Плакат (и близкие по типу форматы – календарь, сити-формат, биллборд) как средство визуальных коммуникаций. Социальный плакат.

**Тема 12.** Иллюстрирование. Креативная фотография и ретуширование. Художественные и проектные аспекты в работе профессионального иллюстратора.

**Тема 13.** История упаковочных технологий. Проектирование упаковки. Комплексный подход к разработке упаковки в системе бренд-позиционирования. Примеры современных креативных решений в упаковке.

**Тема 14.** Сувениры и «презентационные комплекты» как объект креативной графики.

**Тема 15.** Современная инфографика. Примеры и сетевые ресурсы.

### **Раздел 5. «Технологии дополненной и виртуальной реальности»**

**Тема 16.** Видео и компьютерные технологии, виртуальные среды и пространства, виртуальная и дополненная реальность. Кинематограф. Гейм-дизайн. Разработка и продвижение сетевых игр. Продакт-плейсмент. Сериалы.

**Тема 17.** Визуальные коммуникации в городской среде. Наружная реклама. Городская среда и общественные интерьеры как пространство коммуникаций. Вирусные объекты и интерактивные инсталляции.

**Тема 18.** Анимация, анимированная инфографика и текстографика. Синематографика. Мэтт-пейнт.

**Тема 19.** Диджитал Арт. Экспо-дизайн. Евент-дизайн.

### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

#### 3.1 Распределение часов дисциплины по темам и видам учебных занятий

Раздел дисциплины, тема	ВСЕГО часов	Аудиторные занятия (часы)		Формы текущего контроля успеваемости
		Лекции	Практич. занятия	
<b>Раздел 1.</b> «Визуальные коммуникации: их роль и развитие в живой природе, в истории возникновения и развития культуры и цивилизации».	8	4	4	<i>Практическая работа № 1</i>
<b>Раздел 2.</b> «Бренд-технологии: основы маркетинговых коммуникаций. Разработка, позиционирование, управление брендами.»	8	4	4	<i>Практическая работа № 2</i>
<b>Раздел 3.</b> «Сетевые технологии в визуальных коммуникациях»	8	4	4	<i>Практическая работа № 3</i>
<b>Раздел 4.</b> «Полиграфические технологии в визуальных коммуникациях»	6	2	4	<i>Практическая работа № 4</i>
<b>Раздел 5.</b> «Технологии дополненной и виртуальной реальности»	6	2	4	<i>Практическая работа № 5</i>
<b>ИТОГО</b>	<b>36</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>зачет</b>

#### 4. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	№ практических работ	Название тем практических работ	Формируемые компетенции (или их части)	Кол-во часов
1	Практическая работа № 1	Раздел 1. «Визуальные коммуникации: их роль и развитие в живой природе, в истории возникновения и развития культуры и цивилизации».  «Генерация жестового визуального сообщения идентифицирующего характера»	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	4,0
2	Практическая работа № 2	Раздел 2. «Бренд-технологии: основы маркетинговых коммуникаций. Разработка, позиционирование, управление брендами».  «Воспроизведение ключевых визуальных констант известных брендов»	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.	4,0
3	Практическая работа № 3	Раздел 3. «Сетевые технологии в визуальных коммуникациях»  «Генерация идеи визуального сообщения с вирусным потенциалом»	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	4,0
4	Практическая работа № 4	Раздел 4. «Полиграфические технологии в визуальных коммуникациях»  «Генерация идеи оригинального сувенира, связанного с медиа-событием»	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.	4,0

5.	Практическая работа № 5	Раздел 5. «Технологии дополненной и виртуальной реальности»  «Генерация эскиз-идеи и принципа работы интерфейса дополненной реальности для бытового процесса»	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	4,0
		<b>Итого</b>		<b>20,0</b>

Реализация программы дисциплины «Дизайн визуальных коммуникаций» предполагает использование следующих технологий: традиционные лекционные занятия под руководством преподавателя в аудитории, а также практические занятия с разбором конкретных ситуаций.

Практические занятия проводятся в составе малых групп (2-3 учащихся) или индивидуально в режиме самостоятельной работы.

В учебном процессе используются следующие методы обучения: словесные (индуктивные и репродуктивные, интерактивный («скрайбинг»)), наглядные (дедуктивные и наглядно-поисковые, включая сетевую онлайн-работу самостоятельную и с преподавателем), методы стимулирования к процессу обучения (создание эмоционально-нравственных ситуаций, метод предъявления требований, поощрения и наказания), методы контроля и самоконтроля (обсуждения в группе).

#### 4.1. Контрольные вопросы

- Основные форматы дизайна визуальных коммуникаций
- Понятие интерактивности в социальных коммуникациях
- Преимущества и недостатки полиграфических форматов.
- Дополненная и виртуальная реальность как формы реализации интерактивности
- Бренд-технологии: айдентика и позиционирование
- Имиджевые коммуникации, глобальный консьюмеризм
- Взаимодействие визуального образа, программируемых алгоритмов, материалов и технологий в проектировании интерактивных сред и объектов
- Инфографика: принципы проектирования, функции и стиль
- Преимущества и недостатки наружной рекламы

Зачет с оценкой по дисциплине выставляется при условии 90% посещаемости занятий, активной работы в аудитории и выполнения практических заданий (работ).

В случае пропуска занятия или отсутствия активной работы на занятии обучающийся отвечает на вопросы по пропущенным или не отработанным им темам.

Оценка не выставляется обучаемому в случае, если при пропуске занятия или отсутствии работы на нем он не может ответить на вопросы пропущенной или не отработанной им теме, а также при невыполнении практических работ.

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### *Основная литература*

1. Дизайн в рекламе : основы графического проектирования: учебное пособие для вузов / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2013. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010&sr=1>
2. Архетип и символ в рекламе : учеб. пособие / И. Г. Пендикова, Л. С. Ракитина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 303 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114725&sr=1>
3. Самарина В. П. Основы предпринимательства : учеб. пособие / В. П. Самарина. - 2-е изд., перераб. - М. : КНОРУС, 2010. - 224 с.
4. Афонасова, М.А. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.А. Афонасова ; ТУСУР. - Томск : Эль Контент, 2012. - 108 с. -- РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=208641>

Марусева, И.В. Творческая реклама [Электронный ресурс]: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) : монография / И.В. Марусева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 419 с. : ил. -- РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276141>

### *Дополнительная литература*

1. Марочкина, С.С. Введение в специальность: реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. : ил. -- РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757>
2. Тарасова О. П. Организация проектной деятельности дизайнера: учеб. пособие. – Оренбург: ОГУ, 2013. – 133 с. –Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270309&sr=1>
3. Макашев, М. О. Бренд-менеджмент : учеб. пособие / М. О. Макашев. - СПб.: Питер, 2013. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390&sr=1>
4. Экономика отечественных СМИ : учеб. пособие / С. М. Гуревич. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 296 с. - Библиогр.: с. 292. - Допущено Советом по журналистике УМО по классич. универ. образованию. - Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=104044](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=104044)

### *Программное обеспечение и Интернет-ресурсы*

[intmedia.ru](http://intmedia.ru), [videofabrika.ru](http://videofabrika.ru), [russianvisualartists.ru](http://russianvisualartists.ru), [adme.ru](http://adme.ru), [kak.ru](http://kak.ru), [logolounge.com](http://logolounge.com)  
[ru.wikipedia.org/wiki/Интерактивность](http://ru.wikipedia.org/wiki/Интерактивность)  
[old.russ.ru/netcult/99-06-16/goralik.htm](http://old.russ.ru/netcult/99-06-16/goralik.htm)  
[computerra.ru/offline/1999/316/3258/](http://computerra.ru/offline/1999/316/3258/)  
[websoft.ru/db/wb/B1A04995D82EE861C32573830029B1A3/doc.html](http://websoft.ru/db/wb/B1A04995D82EE861C32573830029B1A3/doc.html)  
[electroland.net](http://electroland.net)  
[primavend.ru/](http://primavend.ru/)

## **6. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для проведения занятий используется аудитория, оборудованная учебной мебелью (столы, стулья) в соответствии с количеством студентов, в процессе лекционных занятий

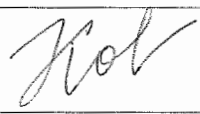



используется компьютерное оборудование (мультимедийный проектор, экран), для практических занятий используются ноутбуки с доступом в Интернет.

Учебно-методические и дидактические средства:

- иллюстративный материал из электронного методического фонда кафедры;
- ресурсы глобальной сети.

## 7. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:					
№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Место работы	Подпись
1	Ковалев Павел Геннадьевич	Доцент	профессор кафедры ГД	УрГАХУ	
Согласовано:					
1	Дивакова Марина Николаевна	Доцент, к.арх.	Декан ФДПО	УрГАХУ	

Программа одобрена на заседании Совета ФДПО «02» сентября 2020г., протокол №01/20