



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»

(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО

Руководитель
образовательной программы

Федоровская Н.А.



УТВЕРЖДАЮ

Директор департамента искусств
и дизайна

Федоровская Н.А.

«5» апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Цифровая фотография

Направление подготовки

54.03.01 Дизайн

Профиль Графический дизайн

Форма подготовки: очная/заочная

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки **54.03.01 Дизайн**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13 августа 2020 г. № 1015.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента искусств и дизайна протокол № 7 от «25» января 2023 г.

Директор Департамента искусств и дизайна доктор искусствоведения Федоровская Н.А.

Составитель: Федоровская Н.А., доктор искусствоведения, доцент

Владивосток

2023

1. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_» ____202 г. №
2. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_» ____202 г. №
3. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_» ____202 г. №
4. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_» ____202 г. №
5. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_» ____202 г. №

Аннотация дисциплины «Визуальные коммуникации»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц /216 академических часов. Является дисциплиной вариативной части ОП, изучается на 3 - 4 курсе и завершается экзаменом в 7 семестре. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 16 часов, лабораторных 86 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов (в том числе на подготовку к экзамену 27 часов).

Язык реализации: русский

Цель изучения дисциплины «Визуальные коммуникации»—овладение основными приемами разработки объектов рекламы в различных средах и на носителях и ключевыми особенностями формирования визуальной части коммуникации с целью быстрого и эффективного донесения информации до потребителя.

Задачи дисциплины:

- Сформировать понимание роли и возможностей визуального ряда в рекламе;
- Формирование основных навыков усиления смысла рекламного обращения, облегчение его восприятия путем организации всех элементов визуального ряда;
- Дать представление о роли структурных элементов коммуникаций (визуальных, вербальных) приемах, усиливающих смысл визуального обращения, облегчение его восприятия путем организации иллюстративного ряда;
- Сформировать навыки определения проблемных точек и анализ возможностей в уже существующих категориях объектов: создаваемый образ, психологические характеристики аудитории, которые зависят от ее социально-демографического состава; характер объекта рекламы; средства рекламирования и технологии передачи цвета; места расположения объекта относительно систем, привлекающих внимание потребителя;

- Сформировать умение визуализировать данные и информацию посредством метафоры и образного решения при выполнении требования простоты, лаконичности и непротиворечивости визуального решения;
- формирование у студентов системного видения роли и места дизайна визуальных коммуникаций в современном обществе потребления.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-3.1; ОПК-4.1; ОПК -4.2 ОПК-5.2 ОПК-7.1, полученные в результате изучения дисциплин «Основы композиции (пропедевтика»), «Цветоведение», «Арт-практики», «Основы теории и методологии дизайна» «История искусств и дизайна», обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Концептуальное проектирование», «Брэнд-дизайн», формирующих компетенции ОПК-3.3; ОПК-4.3, ОПК-5.1;

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Тип задач профессиональной деятельности: проектный	ПК-3 способность проектировать объекты с преобладанием задач передачи визуальных сообщений, с акцентом на функции в отношении потребителя и с учетом значимости информативности формы сообщения	ПК-3.1 Проектирует объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории	Знает эстетические принципы выбора и применения шрифтов для печатной продукции; правила и тонкости профессиональной верстки, отвечающей современным стандартам; технику и технологию полиграфического производства. Умеет формировать требования к эффективности в зависимости от используемых технологий; оформлять печатный текст посредством набора и верстки (монтажа), проектировать или моделировать облик произведения печати; выбирать шрифты для верстки, оперируя основными характеристиками наборных шрифтов;

			анализировать эффективность использования цифровых и аналоговых технологий при выборе техники исполнения задачи; критически относиться к выбору средств художественного конструирования и проектирования
		ПК-3.3 Пользуется навыками художественного конструирования и технического моделирования; использует академические практики в составлении композиции при проектировании дизайн-объекта	Знает законы изобразительной грамоты, композиции, основы скульптурно-пластического моделирования, Умеет наблюдать предмет, анализировать его объем, пропорции, форму; определять и использовать приемы работы с формой в рамках творческой задачи. правильно видеть объемную форму предмета Владеет приемами и инструментами создания объемной и логически верной формы макета объекта. различными методами и приемами пластического моделирования на примерах разных по характеру объектов.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Визуальные коммуникации» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах, круглый стол.

I. Цели и задачи освоения дисциплины:

Изучение дисциплины «Визуальные коммуникации» базируется на знаниях и навыках, полученных при изучении и освоении дисциплин: «Дизайн общественных пространств и их элементов», «Проектирование в дизайне», «Препедевтика» «Типографика» и других дисциплин.

Цель изучения дисциплины «Визуальные коммуникации» – овладение основными приемами разработки объектов рекламы в различных средах и на носителях и ключевыми особенностями формирования визуальной части коммуникации с целью быстрого и эффективного донесения информации до потребителя.

Задачи дисциплины:

- Сформировать понимание роли и возможностей иллюстративного ряда в печатной и цифровой рекламе;
- Формирование основных навыков усиления смысла рекламного обращения, облегчение его восприятия путем организации всех элементов визуального ряда;
- Формирование представления о специфике иллюстрирования рекламного обращения в печати относительно особенностей восприятия целевой аудиторией, целей и задач рекламы;
- Дать представление о роли структурных элементов коммуникаций (визуальных, вербальных) приемах, усиливающих смысл визуального обращения, облегчение его восприятия путем организации иллюстративного ряда;
- Сформировать навыки определения проблемных точек и анализ возможностей в уже существующих категориях объектов: создаваемый образ, психологические характеристики аудитории, которые зависят от ее социально-демографического состава; характер объекта рекламы; средства рекламирования и технологии передачи цвета; места расположения объекта относительно систем, привлекающих внимание потребителя;

- Сформировать умение визуализировать данные и информацию посредством метафоры и образного решения при выполнении требования простоты, лаконичности и непротиворечивости визуального решения;
- формирование у студентов системного видения роли и места дизайна визуальных коммуникаций в современном обществе потребления.

Для успешного изучения дисциплины «Визуальные коммуникации» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции (элементы компетенций):

- способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике;
- способностью владеть рисунком, умением использовать рисунки в практике составления композиции и переработкой их в направлении проектирования любого объекта, иметь навыки линейно-конструктивного построения и понимать принципы выбора техники исполнения конкретного рисунка.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Создание авторского дизайн-проекта	ОПК-4 Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного	ОПК-4.3 Обосновывает объективность применения приемов моделирования и конструирования дизайн-объектов в качестве доказательства целесообразного выбора средств проектирования.

	дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики	
Методы творческого процесса дизайнеров	ОПК-3 Способен выполнять поисковые эскизы изобразительными средствами и способами проектной графики; разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления)	ОПК-3.2 Владеет приемами и инструментами создания логически верной формы макета объекта; самостоятельно выполняет макеты с учетом особенностей сред проектирования и проблемного поля; представляет набор возможных решений и обосновывает свои предложения, опираясь на результаты научно-исследовательских изысканий.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-3.2 Владеет приемами и инструментами создания логически верной формы макета объекта; самостоятельно выполняет макеты с учетом особенностей сред проектирования и проблемного поля; представляет набор возможных решений и обосновывает свои предложения, опираясь на результаты научно-исследовательских изысканий.	Знает принципы типологизации информации при определении требований к дизайн-проекту, методики анализа, организации и структурирования информации; основные законы восприятия визуальной информации пользователем; основные ресурсы, позволяющие оптимизировать работу при создании визуальной коммуникации; ресурсы позволяющие самостоятельно анализировать аналоговое поле при решении профессиональных задач; Умеет работать с непрявленными и неосознанными проблемами, а также с непараметризуемыми данными, где требуется интуитивное «схватывание», а не логическое построение; адаптировать информацию в требуемый формат с целью достижения эффективной коммуникации;

	<p>формировать у потребителя правильную эмоциональную реакцию с учетом психологии цвета;</p> <p>удерживать целостное видение и при разработке визуального контента.</p> <p>вызывать психологическую реакцию, подчеркивая качество, настроение, чувство; усиливать ощущения.</p> <p>Создавать оригинальные технологически грамотные патентоспособные разработки на уровне промышленного образца;</p> <p>пользоваться современными информационными базами и графическими редакторами.</p> <p>Владеет принципами создания графических систем в зависимости от носителя; наполнение обобщенной схемы носителя частным смыслом;</p> <p>методиками управления сознанием потребителей, вызывая положительные либо негативные реакции средствами дизайна.</p> <p>навыками коммуникации в профессиональной среде;</p> <p>навыками решения конкретных задач проекта заявленного качества за установленное время.</p>
<p>ОПК-4.3 Обосновывает объективность применения приемов моделирования и конструирования дизайн-объектов в качестве доказательства целесообразного выбора средств проектирования.</p>	<p>Знает Факторы, влияющие на эффективность воздействия рекламного сообщения;</p> <p>формы влияния цветового восприятия на потребительский выбор;</p> <p>принципы целостности восприятия сообщения.</p> <p>умеет определять совокупность необходимых элементов, отражающих оригинальные потребительские характеристики данного продукта, получившие признание и пользующиеся спросом;</p> <p>выделять главное и второстепенное на различных уровнях визуальной коммуникации;</p> <p>формировать образное решение графических символов, позволяющее мгновенно считать информацию.</p> <p>Владеет методами определения ключевых уникальных характеристик сообщения, отвечающих определенным требованиям потребителей;</p> <p>способностью структурирования информации.</p>

II. Трудоемкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачётных единиц (360 академических часа).

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Лек	Лекции
Лаб	Лабораторные работы
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения
Контроль	Самостоятельная работа обучающегося и контактная работа обучающегося с преподавателем в период промежуточной аттестации

III. Структура дисциплины:

Форма обучения – очная

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося						Формы промежуточной аттестации
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	Контроль	
3	Семестр 6	5	16	32			60		Зачет
4	Семестр 7	5	16	32			33	63	Экзамен
	Итого:		32	64			93	63	

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Тема 1. Художественно-коммуникативные особенности современного графического высказывания

1. Знаковая специфика коммуникации, функции и задачи визуального языка: привлечение внимания, декодирование и запоминание информации потребителем.
2. Факторы и специфические особенности современного тексто-графического высказывания, делающие его эффективным средством визуальной коммуникации.
3. Степень условности в коммуникации. Основы создания изображения (объемно-пространственное, условное, плоскостное).
4. Лаконичность, универсальность, доступность информации.

5. Интернациональный характер плаката, как эффективного средства визуальной коммуникации.

Тема 2. Визуально-коммуникативные системы

1. Визуальные коммуникации и результаты происходящих в них процессов.
2. Схема общей системы визуальных коммуникаций. Визуально-коммуникативные системы.
3. Визуальная коммуникация как система композиционных элементов, объединенных коммуникативными связями.
4. Поиск новых методов привлечения внимания с учетом психологических механизмов восприятия информации.
5. Многообразие творческих экспериментов и авторских методов.
6. Поиск новых форматов визуальной коммуникации, осознанность и этика графической формы.

Тема 3. Коммуникативная функция дизайна

1. Исследование возможностей, путем критического анализа и определения проблемных точек и неиспользованных возможностей в уже существующих категориях, или создание новых категорий.
2. Определение конкретных решений воплощения плана.
3. Управление процессом исследования, определения, создания решений и проектов.
4. Разработка пробных макетов и моделей, тестирование.
5. Определение тенденций.
6. Особенности восприятия и способы передачи информации.
7. Эффективность сообщения (электронные, печатные СМИ, наружная реклама)

Тема 4. Визуальная коммуникация как система композиционных элементов, объединенных коммуникативными связями.

Профессиональное экспонирование современного искусства.

1. Наслаивание новых смыслов на имеющийся контент. Символизм в дизайне выставочных пространств.
2. Составляющие грамотной организации выставочного пространства: эстетичность-функциональность-мобильность-оригинальность.
3. Составление тематического плана.
4. Этап разработки экспозиционного плана выставки.
5. Анализ территории (места) установки выставки.

6. Этап эскизного художественного проектирования.
7. Организация маршрутов движения посетителей.
8. Технические расчеты и изготовление рабочих чертежей на конструкции.
9. Изготовление щитов, планшетов, конструкций, макетов.
10. Исполнение экспонируемого материала – стендов, фотографий, текстов
11. Монтаж выставки, световое оформление и др. работы. Современные аудиовизуальные средства на выставках.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лабораторная работа №1. Дизайн упаковки линейки продуктов.

1. Определение потребностей целевой аудитории, как принимает решения о покупке.
2. Определение ценового диапазона, каналы и способы сбыта, выкладка товара на продуктовой полке, особенности продукта и конкурентного окружения.
3. Соответствие позиционированию. Уникальность и узнаваемость. Побуждение к покупке.
4. Критерии эффективного дизайна упаковки. Композиция, шрифты и соразмерность различных уровней информации, графические элементы, фотография продукта.
5. Схемы постпечатной обработки: лакирование отдельных элементов, тиснение фольгой, рельефное тиснение, фигурная вырубка.
6. Адаптация утвержденного дизайна упаковки к другим сериям, ассортименту, формам упаковки при единстве идентификации бренда.

Лабораторная работа №2. Многостраничные периодические издания (журнал)

1. Правила проектирования и отличительные особенности оригинал-макетов различных печатных изданий.
2. Этапы создания журнала: (подготовка материалов; верстка; корректура; цветоделение (цветокорректра); запись Postscript-файлов; вывод пленок и (или) печатных форм; печать). Анализ исходных данных.
3. Дизайн журнала, как фактор привлечения внимания читателей. Анализ, развитие и углубление творческих предложений эскиза. Процесс детализации, уточнений; углубление замысла.
4. Размерные характеристики журнала.

5. Кратность журнальных форматов. Первая страница журнала. Разработка эскиз-идеи.
6. Влияние дизайна на конкурентоспособность журнала. Элементы полос, их расположение, величины, текстовое выделение.
7. Иллюстрации как элемент дизайна издания. Выбор принципиального решения с помощью разработки серии вариантов.
8. Важнейшие элементы дизайна печатного. Изменения форматных полос номера.

II. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	1-18 неделя семестра	Подготовка к лабораторным работам	12/20 час	Предоставление заданий к лабораторным работам
2	1-16 неделя	Изучение литературного источника по дисциплине	12/10 час	Устный ответ
2	1-18 неделю	Работа над итоговым заданием	12/10 час	Предоставление итогового задания
4	Зачетная неделя	Подготовка к зачету	1/1 час	зачет
	сессия	Подготовка к экзамену	54 час	экзамен

Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению.

Самостоятельная работа студентов в процессе изучения дисциплины «Визуальные коммуникации» предполагает последовательное выполнение

этапов реализации проекта в области профессиональной деятельности от его замысла до конечного продукта:

1. Изучение конспектов и рекомендаций преподавателем по каждой теме в качестве основы для разработки рассматриваемых в рамках курса задач.
2. Работа с учебной, научной и научно-популярной литературой по общим вопросам визуальных коммуникаций.
3. Самостоятельное ознакомление с темами, посвященными состоянию и развитию визуальных коммуникаций.
4. Поиск аналогов проектов, выполненных в рамках соответствующих тематических заданий.
5. Подготовка к лабораторным работам.
6. Подготовка к экзамену.

Студентам предлагаются к изучению и анализу существующие проектные решения по разрабатываемой проблеме, видео-лекции ведущих практиков визуальных коммуникаций, статьи и интернет-ресурсы по визуальным коммуникациям. Результаты работы обсуждаются на практических занятиях, посвященных соответствующим по проблематике вопросам.

Студенты выполняют задания, соответствующие темам лабораторных работ, а следовательно, и этапам разработки визуальных коммуникаций самостоятельно, обращаясь к учебной и справочной литературе. Проверка выполнения заданий осуществляется на практических занятиях посредством разбора этапов проекта и их коллективного обсуждения, анализа основных принципов моделирования коммуникаций; типологизации информации, структуры, иерархии, что должно способствовать раскрытию творческих способностей студентов.

Подготовка к лабораторным работам

Предполагает проработку студентом самостоятельно этапов разработки коммуникации в соответствии с существующими проектными решениями по разрабатываемой проблеме, последующими ссылками на эти проекты, умением доказательно аргументировать выбор способа реализации этапа организации информации и графического решения в зависимости от носителя, методом исполнения различных вариантов решения текущих задач.

Студенты могут самостоятельно предложить тему проекта в соответствии со своими интересами, в рамках задач проектирования.

Для успешного выполнения этапов проекта студенту рекомендуется действовать по следующему алгоритму:

- сформулировать основную идею;

- составить структурированный план реализации коммуникации в зависимости от среды или носителя;
- визуализировать данные и информацию посредством метафоры и образного решения;
- создать информационную среду, одинаково понимаемую отправителем и получателем;
- выработать критерии, по которым можно графически выделять главное и второстепенное.

Отдельной частью завершающего этапа может стать обобщение и описание накопленного опыта. Главная часть успешного завершения разработки визуальной коммуникации – публикация проекта на различных тематических конкурсах. В рамках учебного процесса студенты не обязательно выходят на этот этап, а лишь заканчивают презентацией проекта и описанием полученного опыта.

Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы

Представляемая информация должна быть систематизирована, последовательна, логически связана с последовательными этапами разработки объектов визуальных коммуникаций. Практическая деятельность отражается в презентации проекта и включает в себя: описание выполняемых работ в соответствии с этапами, удержание интереса аудитории в среде или к продукту средствами визуализации, которые должны опираться на методы исследования пользовательского опыта, мотивации и причин пользовательских реакций с целью создания эффективной коммуникации. В случае их появления принимается ряд решений, формирующий принципы целостности восприятия сообщения.

Результат проекта демонстрируется в требуемом формате с грамотным использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий. При защите этапов бегло и точно применяется терминологический аппарат предметной области.

Защита графических решений и метафор, отражающая принципы объединения изобразительных и информационных свойств в визуальной коммуникации, представляется в презентации, выполненной в программе Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д), Adobe Acrobat Reader, и прочих, необходимых для доказательной защиты проекта.

Рекомендации по изучению литературного источника

В процессе изучения дисциплины студент обязан обратиться к списку литературы, представленной в программе.

Преподавателя интересует самостоятельное суждение, наработки и выводы студента в рамках реализации изучаемого этапа формирования графического значения данных при помещении их в визуальный контекст в большей степени, чем воспроизведение теоретического материала. Вот почему для изучения приветствуются литературные источники, описывающие российский и международный опыт практической деятельности.

Обсуждая вопрос, надо сопоставить собственные наработки с похожими задачами практиков решающими их при разработке визуальных коммуникаций, постараться в защите найти связи практических решений и отследить их на различных примерах. Не следует превращать ответ в чтение подготовленных записей, но необходимо оперировать фактами и исследованиями. Постараться при защите удерживать целостное видение и анализировать путь прохождения информации.

Работая над литературой, важно помнить, что указанные в программе наименования работ не исчерпывают всех источников, которые студенту необходимо знать, чтобы всесторонне раскрыть вопрос.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы

В рамках данного курса вся самостоятельная деятельность студента направлена на разработку визуальных коммуникаций и ее результат выносится на экзамен. Теоретический и практический курсы нуждаются лишь в поэтапном контроле усвоения без присвоения баллов по соответствующим видам деятельности.

Теоретический материал будет считаться усвоенным, если при устных ответах на занятиях и демонстрации проекта бакалавр, участвуя во всех этапах проработки информации, аргументировано объясняет путь их визуализации и демонстрирует навыки ведения профессиональных дискуссий, оперируя терминологическим аппаратом и различными авторитетными источниками, в том числе представленными в списке литературы.

Практическая деятельность, выполняемая в соответствии с планом дисциплины, своевременное выполнение этапов, удержание целостного видения и анализ пути прохождения информации, использование основных принципов объединения изобразительных и содержательных свойств в визуальном сообщении, удержание баланса между простотой и оформлением, между смыслом и внешним видом – выполнение всех перечисленных показателей засчитывается как усвоенный материал.

В случае, если студент не демонстрирует усвоенные теоретические и практические знания и навыки, не участвует в половине реализуемых этапов разработки визуальных коммуникаций не может объяснить основные положения изучаемой дисциплины, не выполняет и не демонстрирует этапы проекта либо не может объяснить принципы и последовательность их выполнения, самостоятельная работа не считается выполненной.

III. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	<i>Дизайн упаковки продуктовой линейки.</i>	ПК-4 ПК-7 ПК-2	знает	УО-1 Собеседование, Вопросы № 1-23	
			Умеет	ПР-15 Творческое задание Задание № 2	
			Владеет	ПР-15 Творческое задание Задание № 2	Упаковка представлена на экзамен
2	<i>Многостраничные периодические издания (журнал)</i>	ПК-5 ПК-2	знает	УО-1 Собеседование, Вопрос № 24-30	
			Умеет	ПР-15 Творческое задание Задание №4	
			Владеет	ПР-15 Творческое задание Задание № 4	Печатное издание представлено на экзамен

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

IV. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Грибер, Ю. А. Цветовое поле города в истории европейской культуры [Электронный ресурс] : монография / Ю. А. Грибер. — Электрон. текстовые данные. — М. : Согласие, 2017. — 304 с. — 978-5-906709-66-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75849.html>
2. . Елисеенков Г.С. Дизайн-проектирование [Электронный ресурс]: учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «магистр»/ Елисеенков Г.С., Мхитарян Г.Ю.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016.— 150 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66376.html>
3. Бондарева, Н. И. Архитектурный образ и его коммуникативно-экспозиционные возможности [Электронный ресурс] : монография / Н. И. Бондарева. — Электрон. текстовые данные. — Астрахань : Астраханский инженерно-строительный институт, ЭБС АСВ, 2016. — 201 с. — 978-5-93026-043-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76102.html>
4. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 303 с.
5. Васильев, Г. А. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 718 с. — 5-238-01059-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81816.html>
6. Словарь терминов дизайнера упаковки / Смиренный И.Н., Орехов Н.Н., Кухарский В.В. - М.:ФГОУ СПО "МИПК им. И.Федорова", 2016. - 156 с.: ISBN 978-5-901087-43-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/792407>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Розенсон, И.А. Основы теории дизайна: учебник для вузов / И. А. Розенсон. - Санкт-Петербург: Питер.- 2007. - 219 с. - Режим доступа:<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:249045&theme=FEFU>
2. Самара.Тимоти Эволюция дизайна. От теории к практике. Базовые принципы современного дизайна / Тимоти Самара, ЛорелСэвиль; [пер. С. Гилим] – Москва: РИП-Холдинг. – 2009. – 271с. - Режим доступа:<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780570&theme=FEFU>
3. Теоретические и методологические исследования в дизайне: избранные материалы / [сост. : О. И. Генисаретский, Е. М. Бизунова]. Переизд. Москва: Изд-во Школы культурной политики. - 2004. - 371 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:413873&theme=FEFU>
4. Майкл Микалко Рисовый штурм и еще 21 способ мыслить нестандартно https://www.mann-ivanov-ferber.ru/books/igri_uma/

5. Бернад Рос Привычка достигать Как применять дизайн-мышление для достижения целей, которые казались вам невозможными <https://www.mann-ivanov-ferber.ru/books/privychka-dostigat/>
6. Маэда, Д. Законы простоты: Дизайн. Технологии. Бизнес. Жизнь. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 116 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/87966>

Нормативно-правовые материалы¹

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 28.11.2015) Глава 70. АВТОРСКОЕ ПРАВО http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=189587;dst=0;rnd=184768.5553323437925428;SRDSMODE=QSP_GENERAL;SEARCHPLUS=%E0%E2%F2%EE%F0%F1%EA%EE%E5%20%EF%F0%E0%E2%EE;EXCL=PBUN%2CQSBO%2CKRBO%2CPRBO;SRD=true;ts=6350684131847686211212400812656

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://dis.ru/library/528/> - сборники статей о маркетинговых коммуникациях.
2. <http://telegra.ph/Ajdentika-i-dizajn-logotipa--absolyutnyj-spisok-12-22>
айдентика
3. <http://telegra.ph/Vvedenie-v-tipografiku--absolyutnyj-spisok-12-04-2>
Введение в типографику и шрифт — абсолютный список

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Для изучения теоретической части дисциплины студентами и профессорско-преподавательским составом используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д), Adobe Acrobat Reader, Open Office, Skype, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются следующие информационно справочные системы:

- ЭБС ДВФУ - <https://www.dvfu.ru/library/electronic-resources/> ,

¹ Данный раздел включается при необходимости

- Научная электронная библиотека eLIBRARY - <http://elibrary.ru/defaultx.asp> ,
- Электронно-библиотечная система издательства "Лань" - <http://e.lanbook.com/> ,
- Электронно-библиотечная система Znanium.com
- <http://znanium.com/>
- Электронная библиотека "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/> ,
- Электронно-библиотечная система IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/> ,
- Информационная система "ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам" - <http://window.edu.ru/> ,
- Доступ к электронному заказу книг в библиотеке ДВФУ - <http://lib.dvfu.ru:8080/search/query?theme=FEFU> ,
- Доступ к расписанию https://www.dvfu.ru/schools/school_of_arts_culture_and_sports/student/the-schedule-of-educational-process/ ;

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный курс выстроен по принципу деятельностного подхода, сопровождающего разработку визуальных коммуникации на практике, что позволяет систематизировать и применять учебный материал по данному предмету.

В процессе изучения материалов программы учебного курса предлагаются разнообразные формы работ: вводная теоретическая часть перед каждым этапом практической деятельности, активная занятость в рамках индивидуального проекта на практических работах, работа с учебной и научной литературой, выполнение практических заданий, обозначенных преподавателем.

Для большей результативности обучения уделяется достаточное внимание принципу межпредметных связей дисциплин, позволяющих анализировать материал с определенной долей компетентности, обеспеченной высшим образованием.

Освоение дисциплины достигается путем применения изучаемых методов и приемов создания визуальных коммуникации, которые служат исходным материалом для реализации поэтапных задач построения дизайн-макета.

В процессе обучения студенты знакомятся с основными этапами разработки визуальных коммуникации на различных носителях и их ключевыми особенностями, умением мыслить в логике визуализации информации, что является эффективным способом коммуникации с целевой аудиторией.

Лабораторные работы составляют основу дисциплины. Бакалавры отрабатывают умение пользоваться терминологией дисциплины, умения и навыки осваиваемых этапов создания визуальных коммуникации на примерах различных носителей, применяемых в области профессиональных компетенций. Для подготовки к практическим работам заблаговременно сообщаются вопросы для изучения, список дополнительной литературы, список необходимых материалов, и пр. На лабораторных работах предусматривается освоение основных этапов разработки визуальных коммуникации на пути следования к конечной презентации заявленной темы, опирающимся на понимание применения изучаемого материала в области профессиональной деятельности.

В рамках учебного процесса предлагаются следующие виды учебной нагрузки, которые входят в понятие общей трудоемкости изучения дисциплины:

- лабораторные работы;
- самостоятельная работа бакалавров;
- консультации, в рамках которых преподаватель, с одной стороны оказывает консультации по ходу выполнения самостоятельных заданий, а с другой стороны, еженедельно осуществляет контроль и оценивает результаты освоения этапов разработки проекта.

Реализация самостоятельной практической деятельности бакалавров

рассматривается не только как средство овладения знаниями, но и как основная деятельность по формированию навыков разработки визуальных коммуникации в части задач, связанных с профессиональными видами деятельности.

Для внеаудиторной самостоятельной работы могут быть использоваться следующие методы:

- изучение литературы;
- работа со словарями и справочниками;
- последовательное выполнение этапов разработки визуальных коммуникации, обозначенных преподавателем на занятиях.

К промежуточной аттестации допускаются студенты, выполнившие требования программы курса и не имеющие задолженностей по лабораторным работам. Успеваемость студентов проверяется по их владению теоретической базой и практической подготовленностью, представленной к оцениванию в форме защиты разработанного проекта.

Уровень освоения учебной дисциплины бакалавром проверяется при помощи фонда оценочных средств.

Работа студентов в процессе изучения дисциплины «Визуальные коммуникации» ведется по темам, представленным в программе курса и предполагает:

1. Знакомство с учебной, научной и научно-популярной литературой по общим вопросам разработки инфографики.
2. Работу с периодическими изданиями на интернет-ресурсах по проблемам и разработкам в области визуальных коммуникаций.
3. Реализацию ключевых этапов разработки визуальных коммуникации, связанных с условиями создания проектов на различных носителях и в различных средах.
4. Использование полученных знаний и результатов для разработки презентации визуальных коммуникаций на различных носителях: плакат, упаковка, оформление выставочного пространства, журнал.

5. Подготовка к семестровому экзамену в форме защиты проектов на различных носителях.

Для решения указанных задач студентам предлагаются к прочтению и содержательному анализу научные работы теоретиков и научно-популярные статьи по проблемам визуальных коммуникаций. Результаты работы обсуждаются на лабораторных работах, посвященных соответствующим по проблематике вопросам разработки визуальных коммуникации.

Рекомендации по работе с литературой

В процессе изучения дисциплины студент обязан обратиться к списку литературы, представленной в программе.

Преподавателя интересует самостоятельное суждение, наработки и выводы студента в рамках реализации визуальных коммуникации в большей степени, чем воспроизведение теоретического материала. Вот почему для изучения приветствуются литературные источники, описывающие российский и международный опыт разработки визуальных коммуникаций.

Обсуждая вопрос, надо сопоставить собственные наработки с похожими задачами практиков визуальных коммуникаций, постараться в защите найти связи и обоснования практических решений, постараться объяснить выбор той или иной метафоры решения задач коммуникации рез реакции восприятия ее пользователем, и отследить их на различных примерах. Не следует превращать ответ в чтение подготовленных записей, но необходимо оперировать фактами и исследованиями. Постараться при защите очередного проекта обозначить каким образом формируемый процесс коммуникации помогает привлечь внимание потребителя.

Работая над литературой, важно помнить, что указанные в программе наименования работ не исчерпывают всех источников, которые студенту необходимо знать, чтобы всесторонне раскрыть вопрос. Большой объем статей и проектов практиков визуальных коммуникаций можно найти на различных интернет-ресурсах.

Рекомендации по подготовке к собеседованию.

В процессе изучения дисциплины студент обязан обратиться к списку литературы, представленной в программе дисциплины. При устных ответах на занятиях и защите творческих заданий необходимо аргументировано объяснять путь их решения и учиться навыкам ведения профессиональных дискуссий, оперируя различными авторитетными источниками, в том числе представленными в списке литературы.

Вопросы к аудитории или индивидуальные вопросы, озвученные в начале занятия и по ходу его проведения предназначены для направления рассуждений о проблеме и потому форма дискуссий в свободной манере, с перекрестными вопросами-ответами приветствуется. С учетом разногласий или единодушия в ответах строятся дальнейшие рассуждения. Вопросы могут быть как элементарными, так и проблемного характера, а ответы на них могут не совпадать с мнением преподавателя по данному вопросу.

Слушатели, продумывая ответ на заданный вопрос, самостоятельно приходят к выводам и обобщениям, понимают важность обсуждаемой проблемы и качество собственных наработок, что в свою очередь повышает их интерес к материалу и уровень его восприятия. По мере исследования рассматриваемого материала эти вопросы могут стать вопросами для самоконтроля, позволяющими приблизиться к созданию качественной и эффективной коммуникации.

Максимальное включение обучающихся в интенсивную беседу осуществляется путем применения диалога. Средствами вовлечения выступают отдельные вопросы к аудитории, организация дискуссии. Групповая беседа позволяет расширить круг мнений и привлечь коллективный опыт и знания бакалавров.

Рекомендации по выполнению лабораторных работ

Практическая деятельность, выполняемая в соответствии с планом реализации ключевых этапов разработки визуальных коммуникаций на соответствующих носителях, выполнение которых происходит по большей части в рамках самостоятельной работы в индивидуальном порядке.

В рамках данной дисциплины речь идет не просто о практически самостоятельной реализации учащимися своего творческого замысла и потенциала посредством сформированных специальных умений и навыков в разработке продуктов, изданий и сред. Здесь преследуются задачи формирования компетенций, учитывающих основные потребности пользователя, пребывающего в перегруженной информационной среде. Как итог предполагается реализация студентов не только в разработке визуальных коммуникаций и в представлении сформированного личностного опыта, но и в возможности публиковать данные наработки для изучения широким кругом потребителей.

Дизайн упаковки продуктовой линейки.

Для того, чтобы всю информацию, которую маркетологи вкладывают в торговую марку, донести до потенциального покупателя за крайне небольшое время контакта (не более 3-5 секунд), обратить внимание на главное и доказать потребителю, что этот продукт создан специально для него, дизайн упаковки должен быть выстроен осознанно и грамотно. Графические образы должны соответствовать вкусам целевой аудитории, текстовая часть должна быть сверстана так, чтобы акцентировать внимание сначала на самом главном, а затем уже на второстепенных аспектах.

Необходимо привлекать междисциплинарные знания: в области маркетинга и рекламы, дизайне и психологии восприятия цвета, умение работать с различными материалами и знание особенности различных видов печати чтобы учитывать нюансы каждого из них при создании дизайна этикетки или упаковки. Важно учитывать условия транспортировки и складирования продукта — всего лишь правильно подобранные пропорции упаковки могут сэкономить значительные средства на логистике.

Необходимо принимать во внимание множество психологических аспектов, влияющих на восприятие дизайна потенциальным покупателем, на которого могут оказывать влияние и тренды, присутствующие на рынке, и существующие шаблоны восприятия, и условия продажи товара.

Исследования составляют важную часть в процессе, предшествующем разработке дизайна упаковки. Систематизация дизайна упаковки и его стандартизация посредством брендбука позволяет поддержать визуальное постоянство бренда, что приводит к моментальному узнаванию бренда потребителем. Когда идентификация бренда, графическая архитектура, цвета, изображения, структура и коммуникационная иерархия являются частью единой системы, тогда эффект от упаковки на полке магазина будет максимальным. То есть, следование системе расширяет знания потребителя о бренде.

Основные компоненты системы дизайна упаковки включают в себя: идентификацию бренда и суббренда, архитектуру дизайна упаковки, систему сегментирования, изображения и методологию коммуникации бренда. Для каждой продуктовой категории могут быть разработаны свои характерные структуры упаковки. Цветовая палитра, уникальная графика и стиль бренда работают в тесном взаимодействии.

Иерархия в расположении информации очень важна — она помогает глазу найти важное в первую очередь. Обычно, информацию следует располагать в таком порядке:

1. *Заголовок. Название продукта.* Нужно хорошо знать целевую аудиторию и ее ожидания.
2. *Дескриптор продукта:* вкус, аромат и прочие различия. Дескриптор дифференцирует один продукт от других внутри одной линейки товаров. Лучший визуальный ключ — это цвет. Он выполняет двойную роль: он позволяет потребителю легко визуально отличить один продукт от другого, не заставляя его вчитываться в слова. Фактически, одного только цвета вполне

достаточно, чтобы отличить один товар от другого. Цвет усиливает действие дескриптора.

3. *Условные обозначения (значки)*: только самые важные факты, коротко рассказывающие о преимуществах продукта. При недостатке места лучше выбрать то, что является главным для потребителей, а вторичные значки и иконки разместить на боковых и задних сторонах упаковки.

4. *Брендинг: логотип и название компании производителя*. У типичного покупателя есть потребность приобрести определенный продукт. Как правило, он идет за покупками, всего лишь удовлетворяя свои потребности, а не в поисках конкретно вашего товара. В правильно выстроенной упаковке брендинг транслируется через общий стиль и ощущение от внешнего вида упаковки, и поддерживается логотипом и стилем остальных элементов. Но название продукта и дескриптор должны быть более значимыми в иерархии информации.

5. *Легенда: короткий рассказ о продукте* — что он дает потребителю, как его использовать. В упаковке может не найтись места для размещения легенды на передней части, но если оно есть, то будет отличной идеей разместить там несколько слов, например, о том как разрабатывался продукт, чем он отличается и чем лучше других или несколько советов по его использованию.

6. *Размер*: вес нетто, количество в упаковке

Многостраничные периодические издания (журнал)

Журнал является одним из основных средств массовой информации, пропаганды и рекламы, оказывает влияние на общественное мнение и интересы читателей.

Журналы в первую очередь листают, а потом читают. Именно поэтому хороший дизайн и качественная печать - создают то самое первое впечатление, от которого во многом зависит успех издания.

Основная задача вёрстки - подготовка материалов издания к печати. Размер шрифта, цветовая гамма, расположение изобразительных и текстовых элементов в печатном пространстве - любая удачная находка может сделать

рекламу эффектной, а значит - эффективной. Вёрстка - один из основных процессов полиграфического производства, в ходе которого печатное произведение приобретает окончательный вид. Это также один из наиболее сложных процессов, обеспечивающий при соблюдении обязательных технических правил стилевое и техническое единство оформления и художественную целостность издания, соответствие каждой полосы, каждого разворота как их содержанию, так и общему принципу оформления издания.

Верстка полос должна быть единообразной по отбивкам заголовков и дополнительных текстов, по размещению таблиц, формул, сносок, иллюстраций и подписей к ним. В газетных, журнальных, информационных изданиях и изданиях оперативной полиграфии выполнение этого требования не обязательно.

Верстка текста должна быть приводной, т. е. строки текста должны точно совпадать с соответствующими строками на обороте. Все части текста, набранные другим кеглем или по иным правилам (заголовки, дополнительные тексты, сноски, формулы, таблицы), а также иллюстрации с подписями должны быть приведены с помощью отбивок к высоте, кратной кеглю основного текста (при наборе основного текста на шпоны -- к высоте, кратной суммарной величине кегля текста и шпона). Не разрешается в начале полосы или колонки оставлять неполную концевую строку абзаца. В журнальных, газетных, информационных изданиях и изданиях оперативной полиграфии концевые строки в начале полосы допустимы при длине строки не менее $2/3$ исходного формата.

Не следует в конце полосы или колонки оставлять строку с абзацным отступом. В журнальных, газетных, информационных изданиях и изданиях оперативной полиграфии допускается оставлять абзацную строку, если концевая строка над абзацем будет не менее $2/3$ исходного формата.

Размеры спусков в начальных полосах должны соответствовать указаниям в издательской спецификации и быть одинаковыми во всем издании. Допускается отклонение от заданной величины спуска на одну

строку. Заголовки, подзаголовки, заставки, инициалы, выступающие над текстом и размещаемые в пределах спуска, должны быть заверстаны в счет спуска (размер спуска считают от верхнего края полосы до первой строки текста). Концевая полоса должна занимать не менее 1/4 полосы и быть короче полной не менее чем на 4 кегельных основного шрифта.

Оформление колонцифр (кегель и гарнитура шрифта, размещение вверху или внизу полосы, выключка в наружный край или по центру и пр.) определяет издательская спецификация. Колонцифры (без колонтитулов) в счет заданной высоты полосы не входят и отбиваются от текста с расчетом, чтобы общая высота полосы с колонцифрой была кратной цецеро. Если колонцифры оформляются со знаками тире или с наборными украшениями, то отбивку колонцифр от этих знаков делают на полукегельную. Колонцифры не должны быть на титульных листах, шмуцтитулах, полосах с выходными сведениями и на полосах, полностью занятых иллюстрациями (в научно-технических изданиях иллюстрационные полосы обычно имеют колонцифры), а также на концевых полосах и вверху полосы -- на начальных (спусковых) полосах. В счет колонцифр все эти полосы входят.

Оформление колонтитулов (кегель и гарнитура шрифта, наличие линеек, размещение на полосе, набор вместе с колонтитулом колонцифр и пр.) задается в издательской спецификации. Колонтитулы вверху полосы входят в счет заданной высоты полосы и отбиваются от текста примерно на кегельную основного шрифта (при многоколонной верстке -- на ширину средников между колонками). Колонтитул на каждой полосе должен соответствовать данному разделу, главе, параграфу (по оригиналу). Колонтитулы не ставят на титульных листах, полосах с выходными сведениями, начальных полосах (кроме колонтитулов, размещаемых в наружном поле в нижней части полосы) и на полосах, полностью занятых иллюстрациями (кроме изданий научно-технической литературы). Колонтитулы отбивают от нижней линейки на 2 п. Если текст колонтитула размещается между двумя линейками, то должна быть

обеспечена зрительная равномерность верхней и нижней отбивок его от линеек.

При наборе колонцифр вместе с текстом колонтитула вверху полосы колонтитул должен быть выключен посередине формата, а колонцифру -- в наружный край в счет пробела справа или слева.

Общая высота заголовка (простых, включающих в себя один, или сложных, состоящих из нескольких заголовков и подзаголовков) должна быть за счет отбивок приведена к целому числу строк основного текста. Отбивки простых заголовков внутри текста должны быть такими, чтобы пробел над заголовком был примерно в 1,5 раза больше, чем под ним. Отбивка сложного заголовка от текста сверху должна быть примерно в 2 раза больше отбивки снизу, а пробелы внутри этого заголовка должны последовательно уменьшаться от первого заголовка до последнего подзаголовка.

Заголовки в начале текстовой полосы (без спуска) должны быть размещены без отбивок сверху, однако если на полосе есть колонтитул или колонцифра в верхней части полосы, то первый заголовок должен быть отбит от них на кегельную шрифта сверх обычной отбивки колонтитула. Над заголовками внутри текста в верхней части полосы не должно быть менее четырех строк, а под заголовками в нижней части полосы -- менее трех строк текста. В журнальных, газетных, информационных изданиях и изданиях оперативной полиграфии допустимо размещать заголовки, закрытые сверху и снизу тремя строками текста.

Не разрешается размещать заголовок непосредственно перед иллюстрацией (если заголовок не относится только к иллюстрации) и иллюстрацию непосредственно перед заголовком. Разрешается размещать короткие заголовки (меньше формата оборки) в оборках размером не менее 2 кв. Подзаголовки, врезанные в текст («форточками»), должны размещаться так, чтобы над или под ними было не менее трех строк текста, в изданиях оперативной полиграфии -- не менее двух. Подзаголовки на полях полос (так называемые «фонарики») заверстываются на четных полосах слева, на

нечетных -- справа от текста с выравниванием их верхней строки по линии первой строки абзаца, к которому относится заголовок.

Максимальный формат заголовка на полях должен быть задан издательской спецификацией. Минимальная отбивка текста заголовка от основного текста -- 6 п. Если заголовок на полях оказывается в нижней части полосы, то под его последней строкой должно быть не менее трех строк текста. Все виды дополнительных текстов (цитаты, внутритекстовые примечания, перечисления, пояснения и т. п.), набранные шрифтом пониженного кегля, заверстываются так, чтобы и общая высота вместе с отбивками была кратна кеглю основного шрифта.

Для дополнительных текстов внутри полосы отбивка снизу может быть на 2--4 п. больше, чем сверху, дополнительные тексты внизу или вверху полосы (например, при переходе дополнительного текста с полосы на полосу) должны быть отбиты с одной стороны (соответственно сверху или снизу) в пределах кегля дополнительного текста. Цитаты, перечисления и примечания, набранные шрифтом основного кегля, заверстываются без каких-либо отбивок от основного текста. Сноски отделяют от основного текста тонкой линейкой длиной в 1 кв. Величина отбивки сносок от текста (включая линейку) должна быть в пределах от 1 до 2 кегельных шрифта сносок с таким расчетом, чтобы общая высота сносок с отбивкой была кратна кеглю основного шрифта.

Эпиграфы и посвящения ко всему изданию, заверстываемые на первой текстовой полосе (они могут располагаться и на отдельных полосах до или после титульного листа), размещают в правой части полосы над рубрикой (в счет спуска) с отбивкой от нее на 16--24 п. Эпиграфы и посвящения к отдельной части, главе, статье заверстываются между заголовками и началом текста с отбивкой сверху и снизу на кегельную.

Порядок следования и расположения отдельных частей издания при верстке определяется оригиналом, макетом (если он есть) и издательской спецификацией.

Для успешного выполнения практического задания студенту рекомендуется действовать по следующему алгоритму:

- проработать учебную и дополнительную литературу (см. список рекомендованной литературы);
- ознакомиться с существующими проектными разработками в рамках решаемой задачи;
- во время консультации выяснить у преподавателя вопросы, вызвавшие затруднения при подготовке к творческому заданию;
- для разъяснения теоретических вопросов обращаться к взаимодействию с представителями сектора экономики, для которого разрабатывается данный проект.

Проверка выполнения заданий осуществляется на лабораторных работах с помощью устных выступлений студентов, разбора этапов проекта и их коллективного обсуждения.

Результаты практической работы обсуждаются на занятиях и консультациях с преподавателем, представителями работодателей в рамках осуществляемых этапов проработки информации. Студенты выполняют задания, самостоятельно обращаясь к учебной и справочной литературе.

Рекомендации по подготовке к экзамену

К промежуточной аттестации допускаются студенты, выполнившие требования программы курса, посещающие занятия и не имеющие задолженностей по практической части курса.

Успеваемость студентов проверяется по их теоретической и практической подготовленности в форме защиты разработанной коммуникации для различных носителей на основе различных для каждого задания текстового массива и комплекса графических решений.

Текущий контроль представляет собой систематическую проверку этапов разработки проектов, собеседования по изучаемому материалу, консультации с преподавателем. Студент обязан предоставить выполненное

итоговое задание дисциплины на коллегиальную защиту в присутствии представителей работодателя для анализа и получения оценки.

Существуют общепринятые правила подготовки и получения студентами зачетов и сдачи экзаменов. Готовиться к экзамену необходимо в течение всего учебного времени, т.е. с первого дня очередного семестра: вся работа студента в рамках курса это и есть этапы выполнения проекта и следовательно этапы подготовки студента к экзамену или зачету.

При подготовке нужно изучить теорию: определения всех понятий до состояния понимания материала и самостоятельно реализовать свой проект на практике.

К экзамену допускаются студенты, выполнившие требования программы курса и не имеющие задолженностей по практической части курса. Текущий учет представляет собой систематическую проверку этапов реализуемого студентами проекта.

Х. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

При обеспечении дисциплины оборудованием используются компьютерные классы, проектные мастерские, где идет подготовка к выполнению практических заданий.

Для преподавания теоретической части дисциплины используются классы со следующим наполнением:

Компьютерный класс – ауд. № G372, 1 компьютер преподавателя, проектор 3-chip DLP, 10 600 ANSI-лм, WUXGA 1 920x1 200 (16:10) PT-DZ110XE Panasonic; 8 компьютеров студентов, Ноутбуки студентов, wi-fi

Мультимедийный класс: 1 компьютер преподавателя, проектор 3-chip DLP, 10 600 ANSI-лм, WUXGA 1 920x1 200 (16:10) PT-DZ110XE Panasonic; 10 компьютеров студентов Extreme DOU E 8500/500 GB/ DVD+RW, ноутбуки студентов, LED телевизор, wi-fi, мультимедийный проектор OptimaEX542I – 1 шт; аудио усилитель QVC RMX 850 – 1 шт; колонки – 1 шт; ноутбук; ИБП – 1 шт; настенный экран; профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG.

Программное обеспечение: Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д), Adobe Acrobat Reader, Open Office, Skype, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

Графические редакторы: ADOBE Master Collection (Photoshop, Illustrator, InDesign, Lightroom, etc.) Corel Draw Graphic Suite,