

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Институт государственного управления и
социально-гуманитарных наук

Кафедра рекламы и связи с общественностью



Е.М. Бобкова

2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б1.В.ДВ.03.01 «Индустрия визуальных коммуникаций»
на 2024/2025 учебный год

Направление

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль

«PR-технологии в современной коммуникативной индустрии»

Квалификация

магистр

Форма обучения

Заочная

ГОД НАБОРА 2023

Тирасполь 2024 г.

Рабочая программа дисциплины «Индустрия визуальных коммуникаций» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии».

Составитель рабочей программы

преподаватель



А.В. Китайка

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры рекламы и связи с общественностью

« 04 » 05 2024 г. протокол № 1

Зав. выпускающей кафедрой
« » 20 г.



Колодка Л.В.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Индустрия визуальных коммуникаций» является подготовка специалиста, способного управлять творческим коллективом, участвовать в работе творческого коллектива, самостоятельно решать проектные задачи как художественного, так и концептуального характера, владеющего основными понятиями и базовыми положениями макетирования, а также методами решения задач конструирования в процессе создания дизайн – проектов визуальных коммуникаций.

Задачи:

- изучение методологических основ научного подхода к проектированию систем визуальных коммуникаций, понятия классификационных уровней и основных принципов проектирования, методов проведения предварительных исследований, а также развитие и использование подобных систем в практике дизайна;
- изучение последовательности и закономерности разработки визуальных коммуникаций систем; изучение правил представления визуальной информации;
- развитие творческого воображения и пространственного мышления; воспитание навыков профессиональной культуры.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Данная учебная дисциплина включена в вариативную часть дисциплины по выбору блока 1 (Б1.В.ДВ.03.01) основной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и предназначена для обучающихся дневной и заочной форм обучения.

Освоение дисциплины связано с такими дисциплинами, как: «Управление агентством рекламы и связей с общественностью», «Планирование и реализация коммуникационных кампаний». Освоение данной дисциплины необходимо для успешного прохождения магистрантами преддипломной практики.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИД УК-4.1. Демонстрирует интегративные умения для выполнения письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, статей, эссе, обзоров и т.д.) ИД УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные. ИД УК-4.3. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.
Медиа коммуникационная система	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития	ИД ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

	медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
Технологии	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИД ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ИД ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение
Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения		
ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ИД ПК-4.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями). ИД ПК-4.2. Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями ИД ПК-4.3. Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации ИД ПК-4.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	

ПК-5. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД ПК-5.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД ПК-5.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач ИД ПК-5.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны ИД ПК-5.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии
---	---

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

Семестр	Количество часов						Форма итогового контроля
	Трудоемкость, з.е./часы	В том числе					
		Аудиторных				Самост. работы	
		Всего	Лекций	Лаб. раб.	Прак. зан		
3	108/3	14	6		8	90	Зачет с оценкой
Итого:	108/3	14	6		8	90	4

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауд. работа (СР)
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Раздел 1. Теория визуальной коммуникации	51	2	4		45
2	Раздел 2. Проектирование в сфере визуальных коммуникаций	53	4	4		45
	Зачет с оценкой	4				
Итого:		108	6	8		90

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции

№ п/п	Номер раздела	Объем часов	Тема лекции	Учебно-наглядные пособия
Раздел 1. Теория визуальной коммуникации				
1	Раздел 1	2	Визуальные коммуникации в современном мире. Визуальные маркеры социальной структуры	ММП
Итого по разделу 1		2 ч.		
Раздел 2. Проектирование в сфере визуальных коммуникаций				
1		2	Брендинг и фирменный стиль. Составляющие фирменного стиля	ММП
2		2	Стиль. Анализ существующих стилей в дизайне. Факторы, влияющие на формирование стиля	ММП
Итого по разделу 2		4 ч.		
Итого:		6 ч.		

Практические (семинарские) занятия

Практические (семинарские) занятия				
№ п/п	Номер раздела	Объем часов	Тема практического занятия	Учебно-наглядные пособия
Раздел 1. Теория визуальной коммуникации				
1	Раздел 1	2	Структура и элементы визуальной коммуникации.	КЗ
2		2	Роль массовой культуры в формировании стандартов визуальной коммуникации.	КЗ
Итого по разделу 1		4 ч.		
Раздел 2. Проектирование в сфере визуальных коммуникаций				
1		2	Эскизное проектирование визуальных коммуникаций (модели, прототипы).	КЗ
2		2	Стиль. Определение композиционных приёмов в визуальной коммуникации.	КЗ
Итого по разделу 2		4 ч.		
Итого:		8 ч.		

КЛ – курс лекций

МП – методическое пособие

ММП – мультимедиа–презентация

КЗ – карточки с заданиями

Самостоятельная работа студента

№ п/п	№ раздела	Тема и вид самостоятельной работы	Объем часов
1	1	Теория визуальной коммуникации - Доклад	45
2	2	Проектирование в сфере визуальных коммуникаций - Презентация	45
Итого:			90 ч.

Вид занятия: лабораторные занятия - не предусмотрен

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ) - не предусмотрена

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№п /п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Количество экземпляров	Электронная версия	Место размещения электронной версии
Основная литература						
1	Информационные технологии в дизайн-проектировании : учебное пособие – Чебоксары: ИД «Среда»,	Г.Р. Катасонова, И.Б. Дадынова	2019		+	https://mega.nz/folder/HY1j2QgK#0TCWZvm bDjoDmXd8R5AuUw
2	Мультимедиа технологии. Аппаратные средства и методы отображения визуальной информации: учебное пособие	Вицентий А.В.	2019		+	https://mega.nz/folder/HY1j2QgK#0TCWZvmbDjoDmXd8R5AuUw

3	Цифровая иллюстрация в графическом дизайне. Учебно-методическое пособие	Кортович А. В.	2020		+	https://mega.nz/folder/HY1j2QgK#0TCWZvmbDjoDmXd8R5AuUw
4	Учимся создавать шедевр: единственный гид по цифровой живописи	Макс Уличнэй, Симон Грюневальд, Эвелин Стокерт, Сэм Нассур	2020		+	https://mega.nz/folder/zFtFkTrS#jOc6Rh3Am5HKdOgMdU8_Q
5	Введение в векторную графику	Поляков Е.Ю.	2022		+	https://mega.nz/folder/zFtFkTrS#jOc6Rh3Am5HKdOgMdU8_Q
Дополнительная литература						
1	Компьютерная графика	Комарова Ю.В. Балашова Н.С.	2018		+	https://mega.nz/folder/zFtFkTrS#jOc6Rh3Am5HKdOgMdU8_Q
2	Основы графического дизайна в Photoshop 2021	Аббасов И.Б.	2021		+	https://mega.nz/folder/zFtFkTrS#jOc6Rh3Am5HKdOgMdU8_Q
Итого по дисциплине: 0% печатных изданий, 100% электронных						

6.2 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека «Киберленинка» <https://cyberleninka.ru/>
2. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>
3. Образовательный портал ПГУ им. Т.Г. Шевченко <http://moodle.spsu.ru/>
4. Официальный портал Института социологии Российской академии наук <http://www.isras.ru/>
5. Федеральный образовательный портал <http://ecsocman.hse.ru/>

6.3. Методические указания и материалы по видам занятий

Комбинированный формат проведения учебных занятий включает контактную работу обучающихся с преподавателями в аудитории и работу обучающихся и работу обучающихся с преподавателями дистанционно в режимах онлайн (online) и офлайн (offline) с использованием образовательного портала «Электронный университет ПГУ» (<http://moodle.spsu.ru/>); платформ видеоконференций – Zoom и др.; возможности мессенджеров – Viber, Skype и др., а так же проведение работы посредством групповой электронной почты обучающихся и электронной почты преподавателей.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Мультимедийная аудитория для проведения лекций; набор слайдов (презентаций) по дисциплине «Индустрия визуальных коммуникаций»; компьютерный класс для выполнения расчетно-графической работы.

Реализация учебной программы должна обеспечиваться доступом каждого студента к информационным ресурсам – библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе необходимо наличие программного обеспечения, позволяющего осуществлять поиск информации в сети Интернет, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители.

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Лекция. Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Практические занятия. Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстами авторефератов.

Самостоятельная работа. Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам.

9. Технологическая карта дисциплины

Группа: ИГ23ВР68Р0

Курс: 2

Семестр: 3

Преподаватель – А.В. Китайка

Преподаватели, ведущие практические занятия – А.В. Китайка

Кафедра рекламы и связи с общественностью

Кредитно-модульная система в ИГУ и СГН не введена