

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ  
Декан филологического факультета  
И. В. Тубалова  
« 30 » « 08 » \_\_\_\_\_ 2023\_ г.



Рабочая программа дисциплины

**Виды и проектирование визуального контента**

по направлению подготовки

**42.04.03 Издательское дело**

Направленность (профиль) подготовки:  
**Управление контентом и медиапроектами**

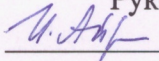
Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Магистр**

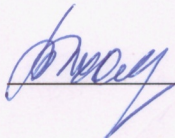
Год приема  
**2023**

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 И.А. Айзикова

Председатель УМК

 Ю.А. Тихомирова

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– ОПК-6 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-6.1. Демонстрирует знание критериев отбора современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для осуществления профессиональной деятельности.

ИОПК-6.2. Оценивает и отбирает технические средства и информационные технологии, в том числе из арсенала новейших, для производства печатных и электронных изданий.

ИОПК-6.3. Использует в практике книгоиздания и медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

## **2. Задачи освоения дисциплины**

– Ознакомить обучающихся с понятийным аппаратом дисциплины.

– Изучить систему проектирования визуального контента.

– Овладеть инструментами для создания визуального контента различных видов.

– Ознакомить обучающихся с трендами визуального контента.

– Научить подбирать подходящий фото- и видеоконтент.

– Ознакомить обучающихся с особенностями подачи контента в digital и в печатных журналах.

– Сформировать навыки оформления технического задания для digital контента.

## **3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Семестр 1, зачет с оценкой.

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины (модуля)**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа, из которых:

– лекции: 10 ч.;

– семинарские занятия: 0 ч.

– практические занятия: 22 ч.;

– лабораторные работы: 0 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам**

### **Тема 1. Что такое визуальное мышление.**

Тема «Виды мышления. Восприятие вербальной и визуальной информации»

1. Тема «Что такое творческое мышление»
2. Тема «Особенности творческого мышления»
3. Тема «Методы развития творческого мышления»
4. Тема «Модель визуального мышления Дэна Роэма»
5. Промежуточное тестирование

## **Тема 2. Как работают визуальные коммуникации и чем отличаются от графического дизайна.**

1. Тема «Как работает визуальная коммуникация в дизайне»
2. Тема «Почему визуальная коммуникация эффективнее графического дизайна»
3. Тема «Базовые элементы визуальной коммуникации»
4. Тема «Виды и примеры коммуникационного дизайна»
5. Промежуточное тестирование

## **Тема 3. Создание визуальных композиций**

1. Тема «Что такое композиция»
2. Тема «Виды визуального баланса в композиции»
3. Тема «Цвет в графическом дизайне. Цветовой круг Йоханнеса Иттена»
4. Тема «Психология цвета»
5. Тема «Особенности зрительного восприятия и его влияние на композицию»
6. Тема «Основные правила композиции в дизайне»
7. Тема «Статическая и динамическая визуализация»
8. Тема «Обзор российских сервисов для создания визуального контента.: Flyvi, Эй, тизер!, Supa, Wilda»
9. Тема «Обзор иностранных сервисов для создания визуального контента.: Visme, Design Wizard, Pixlr, Pablo.»
10. Промежуточное тестирование

## **Тема 4. Виды визуального контента.**

1. Тема «Что такое инфографика и варианты использования»
2. Тема «Как создается инфографика: принципы, процесс и ошибки»
3. Тема «Видеоконтент. Варианты использования. Подготовка технического задания»
4. Тема «Профессиональная фотография, подборка «правильных» фото, популярные ошибки в использовании»
5. Тема «Визуализация данных. Примеры использования»
6. Тема «Основные принципы визуализации данных»
7. Тема «Скриншоты. Ошибки в использовании скриншотов в документе»
8. Тема «Пошаговые инструкции (наглядные пособия)»
9. Тема «Как написать пошаговую инструкцию»
10. Тема «Слайд-шоу: цели и варианты использования»
11. Тема «Что такое медийная реклама. Цели и какие задачи решает»
12. Тема «Тексты о компании, коммерческие предложения»
13. Тема «Как составить коммерческое предложение: пошаговая инструкция»
14. Промежуточное тестирование

## **Тема 5. Разработка визуального контента для социальных сетей**

1. Тема «Виды визуального контента в социальных сетях»
2. Тема «Составление брифа для концепции оформления социальных сетей»
3. Тема «Разработка стилеобразующего принципа»
4. Тема «Оформление социальных сетей»
5. Промежуточное тестирование

## **Тема 6. Выбор внешних идентификаторов бренда, воздействующих на восприятие**

1. Тема «Перечень внешних элементов и носителей бренда»
2. Тема «Стратегия бренда»
3. Тема «Алгоритм проектирования бренда Системный подход в создании визуальной идентификации бренда»

4. Тема «Анализ конкурентной среды и лучших мировых практик»
5. Тема «Разработка концепции визуальной идентификации бренда»
6. Промежуточное тестирование

#### **Тема 7. Визуальные идентификаторы бренда: фирменный стиль, брендбук, шрифты**

1. Тема «Составляющие брендбука. Отличие от фирменного стиля»
2. Тема «Этапы создания брендбука»
3. Тема «Фирменный логотип»
4. Тема «Фирменный шрифты и цвета бренда»
5. Тема «Разработка стилеобразующей графики бренда»
6. Тема «Фотостиль бренда»
7. Тема «Что такое tone of voice»
8. Тема «Как разработать собственный уникальный tone of voice — пошаговая инструкция»
9. Тема «Фирменные носители бренда»
10. Итоговое тестирование

#### **9. Текущий контроль по дисциплине**

Текущий контроль по дисциплине осуществляется путем проведения дискуссий на вебинарах, тестирования по лекционному материалу, кейс-заданий по темам и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр. Оценивание элементов текущего контроля проводится по балльно-рейтинговой системе. Максимальное количество баллов – 70.

Максимальное количество баллов по видам работы:

- промежуточное тестирование – 20 баллов
- активность работы на семинарских занятиях – 20 баллов

#### **10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация осуществляется в форме итогового тестирования. Итоговое тестирование проводится в дистанционном асинхронном режиме. Тест состоит из 30 тестовых вопросов по материалам курса, которые оцениваются в соответствии с ключом (каждый верный ответ — 1 балл). Время на прохождение теста – 90 минут.

Примеры тестовых вопросов:

1. Основываясь на четырех основных функциях: ощущения, мышления, чувства и интуиции, Юнг предложил два основных типа личности:
  - a) Интуитивный и мыслительный
  - b) Интуитивный и практичный
  - c) Мыслительный и спонтанный
  - d) Инициативный и мыслительный
2. Суть этого творческого метода заключается в том, что вы представляете себя последовательно в трех ролях: мечтателя, реалиста, критика. Кто автор этого метода?
  - a) Эдвард Де Боно
  - b) Уолт Дисней
  - c) Генрих Альтшуллер
  - d) Тони Бьюзен

3. Что препятствует творческому мышлению?

- a) Семантическая гибкость. Попытка применить к объекту другую точку зрения.
- b) Спонтанная гибкость. Способность переключаться с одной мысли на другую.
- c) Образная адаптивная гибкость. Способность воспринимать объект по-новому, обнаруживая его скрытые, неявные стороны;
- d) Конформизм. Склонность не отличаться от остальных, не выделяться.

Итоговый зачет оценивается оценками “отлично”, “хорошо”, “удовлетворительно”, “неудовлетворительно”

Результат “отлично” выставляется в случае, если рейтинговый балл более 80.

Результат “хорошо” выставляется в случае, если рейтинговый балл от 60 до 79.

Результат “удовлетворительно” выставляется в случае, если рейтинговый балл от 40 до 59.

Результат “неудовлетворительно” выставляется в случае, если рейтинговый балл менее 40.

## 11. Учебно-методическое обеспечение

a) Электронный учебный курс по дисциплине на образовательной платформе <https://academy.edutoria.ru/>

b) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, размещенные на образовательной платформе <https://academy.edutoria.ru/>

## 12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

a) основная литература:

1. Бахрах, Эстанислао. «Гибкий ум. Как видеть вещи иначе и думать нестандартно», Москва, МИФ, 2022.

2. Адамс Ш. Словарь цвета для дизайнеров / Ш. Адамс. — М.: КоЛибри, 2018. — 272 с.

3. Алексеев А. Г. Дизайн-проектирование. — М.: Юрайт, 2020.

4. Графический дизайн. Современные концепции: учеб. пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.]; отв. ред. Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2018. — 183 с.

5. Джанда М. Сожги свое портфолио! То, чему не учат в дизайнерских школах / М. Джанда. — СПб.: Питер, 2019. — 384 с.

6. Павловская Е. Э. Графический дизайн. Современные концепции. — М.: Юрайт, 2020. — 120 с.

7. Павловская Е. Э. Основы дизайна и композиции: современные концепции. — М.: Юрайт, 2020. — 120 с.

8. Уильямс Р. Дизайн. Книга для недизайнеров. Принципы оформления и типографики для начинающих / Р. Уильямс. — СПб.: Питер, 2019. — 240 с.

9. Адамчик М.В. Дизайн и основы композиции в дизайнерском творчестве и фотографии. - Минск: Харвест, 2010. — 192с.

10. Даниэль С.М. Искусство видеть: о творческих способах восприятия, о языке линий и красок, о воспитании зрителя. — Л.: Искусство, 1990. — 223с.: ил.

11. Пронин С. Рекламная иллюстрация. Креативное восприятие. — М.: Бератор-Пресс, 2003. — 144с.

12. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. – М.: АСТ; Астрель, 2006. – 256с.: ил.

б) дополнительная литература:

1. Дэн Роэм. Практика визуального мышления. Оригинальный метод решения сложных проблем [Электронный ресурс] - URL:<https://www.litres.ru/roem-den/praktika-vizualnogo-myshleniya-originalnyu-metod-resheniya-slozhn/>

в) ресурсы сети Интернет:

1. Открытые онлайн-курсы
2. Общероссийская Сеть КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru>

### **13. Перечень информационных технологий**

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);  
– публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

– Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ –  
<http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>

– Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ –  
<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>

– ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>

– ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>

– Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>

– ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>

– ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

### **14. Материально-техническое обеспечение**

Занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://academy.edutoria.ru/>

### **15. Информация о разработчиках**

А.Ю. Андрианова дизайнер ПАО «Сбербанк»