

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

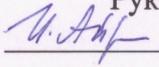
Форма обучения
Очная

Квалификация
Магистр

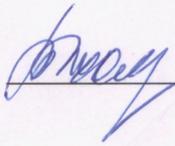
Год приема
2023

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»