

Приложение 1к РПД Проектирование визуальных коммуникаций
54.03.01 Дизайн
Направленность (профиль) Графический дизайн
Форма обучения – очная
Год набора - 2022

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.	Кафедра	Искусств и дизайна
2.	Направление подготовки	54.03.01 Дизайн
3.	Направленность (профиль)	Графический дизайн
4.	Дисциплина (модуль)	Проектирование визуальных коммуникаций
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

I. Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных, практических и лабораторных занятий

1.1 Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных занятий

Дисциплина «Проектирование визуальных коммуникаций» способствует формированию компетенций, необходимых для успешного диалога в деловой среде, когда актуальными технологиями являются проектирование социальных пространств, медиакоммуникации, фирменный стиль и другие виды достижения согласия и понимания, построенные на образном мышлении. Курс не предполагает исключительных способностей к рисованию и другим видам изобразительного искусства, но при этом предусматривает, что студент овладеет навыками перевода вербального текста в изображения, в том числе медиаформаты.

Овладение компетенциями дисциплины связано с самообразованием по изучению истории урбанистики, дизайна интерьеров, практики разработки фирменного стиля, а также рекомендуется актуализировать знания по социологии, психологии восприятия, запоминания.

Проектирование как комплексная профессиональная технология требует базовых знаний, определяющих результативность деятельности дизайнера в ограниченный период времени, а также личной инициативы по разработке актуальных, нестандартных решений.

Работа с лекционным материалом – это работа с записями.

Материал лекций является алгоритмом поиска информации на заданную тему, ориентирует в проблемах и ресурсах информационных систем. Материалы лекции необходимо использовать для подготовки к практическим занятиям. В ходе лекции следует внимательно относиться к тем моментам, где преподаватель указывает на основные и дополнительные источники информации: следует четко записывать данные источника, оставлять место для дополнительных комментариев, а также для того, чтобы записать аналогичный источник информации, раскрывающий данный пункт темы. В качестве дополнительной работы следует применять метод формализации записей, то есть на свободном месте создавать схемы, зафиксированного материала. Новые термины, понятия, определения следует выделять, добиваться глубокого запоминания формулировок, а также мысленно выстраивать логику связей между терминами и определениями различных модулей.

1.2 Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям

Практические занятия посвящены изучению наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

В ходе подготовки к семинарским (практическим) занятиям следует изучить основную и дополнительную литературу, учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы.

Рекомендуется подготовить свой конспект ответов по рассматриваемой тематике, подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Следует продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой. Список рекомендованной литературы следует дополнить современными источниками, в том числе аналитикой по реализованным проектам в креативных индустриях, культурных мероприятий.

1.3 Методические рекомендации по подготовке к лабораторным занятиям

Лабораторная работа в отличие от семинарских и практических занятий является учебной технологией, где студент непосредственно под руководством преподавателя и самостоятельно выполняет задание экспериментально-опытного характера. Применительно к занятиям данного курса суть лабораторных занятий сводится к получению непосредственных навыков разработки дизайн-решений для предприятий креативных индустрий, также на лабораторных занятиях студенты учатся разрабатывать прототипы, моделировать интеллектуальные продукты для обеспечения клиент-ориентированной политики фирмы.

Источники подготовки к лабораторной работе – лекционный материал, учебные пособия, электронные инструкции по работе с программным обеспечением для конструирования сервисов в электронной среде, визуализации моделей, инструкции для работы с мобильными сервисами, материалы веб-страниц субъектов креативных индустрий, производителей программных продуктов.

Лабораторное занятие подразумевает индивидуальную выполнение большинства работ, поэтому требуется четко осмыслить цель, требования к содержанию и результату работы.

Результаты работы по выполнению лабораторных заданий является ведущим компонентом в итоговой оценке компетенций по данному курсу.

1.4. Методические рекомендации по подготовке презентации

Алгоритм создания презентации:

- 1 этап – определение цели презентации
- 2 этап – подробное раскрытие информации,
- 3 этап – основные тезисы, выводы.

Следует использовать 7-12 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;
- на втором слайде необходимо разместить ключевые вопросы, представленные в презентации
- оставшиеся слайды имеют информативный характер.

Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Требования к оформлению и представлению презентации:

1. Тщательно структурированная информация.

2. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
3. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.
4. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
5. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
6. Графика должна органично дополнять текст.
7. Выступление с презентацией длится не более 10 минут;

1.5. Методические рекомендации по решению кейс-заданий

Метод case-study или метод конкретных ситуаций (от английского case – случай, ситуация) представляет собой неигровой имитационный метод активного обучения, где ключевым методом является проблемно-ситуационный анализ, который представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую в качестве задачи для анализа и поиска решения. Прагматический анализ предполагает осмысление того или иного объекта, процесса, явления с точки зрения более эффективного использования в практике работы организации (диагностику содержания деятельности в ситуации, ее моделирование и оптимизацию).

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов. Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Применение кейсов может быть предложено для самостоятельной работы, коллективного обсуждения, а также для оценочных задач в индивидуальной работе со студентами.

1.6 Методические указания к выполнению тестовых заданий

Тестовая система предусматривает вопросы / задания, на которые необходимо дать один или несколько вариантов правильного ответа из предложенного списка ответов. При поиске ответа необходимо проявлять внимательность. Прежде всего, следует иметь в виду, что в предлагаемом задании всегда будет один правильный и один неправильный ответ. Всех правильных или всех неправильных ответов быть не может. Нередко в вопросе уже содержится смысловая подсказка, что правильным является только один ответ, поэтому при его нахождении продолжать дальнейшие поиски уже не требуется.

Вопросы в тестах могут быть обобщенными, не затрагивать каких-то деталей, в этом случае необходимо найти ответ, который является верным по существу, обобщает какое-либо понятие, раскрывает процесс и т.п.

Тестовые задания сгруппированы по темам учебной дисциплины.

Количество тестовых вопросов/заданий по каждой теме определено так, чтобы быть достаточным для оценки знаний по всему пройденному материалу.

1.7 Работа с дополнительной литературой и другими источниками информации

Данная работа отражает специфику дисциплины, где в базовых основаниях в большей мере лежат электронные ресурсы, оцифрованные учебные материалы. Это повышает требования к умению работать с большими объемами данных, агрегировать знания из различных источников, самостоятельно выстраивать логику освоения нового материала, в том числе дополнительного характера. Рекомендуется использовать источники информации официального характера, открытые ресурсы исследовательских и проектных университетов, веб-порталы бизнес-ассоциаций и образовательных площадок. Вместе с тем для освоения курса целесообразно проводить мониторинг социальных медиаресурсов, которые имеют группы по изучаемой теме.

Оценка эффективности самостоятельной работы проводится в ходе аудиторных занятий, путем использования контрольных вопросов и тестовых материалов, связанных с темами, нераскрытыми в лекции. Также на основании знаний, полученных индивидуально, студентам предлагается принять участие в научно-практических конференциях, неделе науки и др.

Для формирования компетенций и углубленного изучения вопросов следует составлять схемы, алгоритмы и таблицы. Итоговый материал должен быть кратким, содержать примеры, географические названия, профессиональные термины.

1.8. Методические рекомендации по подготовке к сдаче экзамена

Подготовка к экзамену предполагает последовательную активность в освоении материалов курса, участие в практических и лабораторных занятиях, выполнение заданий для самостоятельной работы. В период подготовки к экзамену студенты вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют промежуточные знания. На экзамен выносятся материалы в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины за семестр.

Подготовка студента к экзамену включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы.

При подготовке к экзамену студентам целесообразно использовать материалы лекций, основную и дополнительную литературу.

Экзамен проводится в устной форме по билетам, которые утверждаются на заседании кафедры и включают в себя два вопроса. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня вопросов, доведенного до сведения студентов накануне экзаменационной сессии. Содержание вопросов одного билета относится к различным разделам программы с тем, чтобы более полно охватить материал учебной дисциплины.

Преподавателю предоставляется право задавать студентам вопросы в рамках билета, а также, помимо теоретических вопросов, предлагать задачи практико-ориентированной направленности по программе данного курса.

На подготовку к ответу на билет на экзамене отводится 20 минут.

Результат экзамена выражается оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

При явке на экзамен студенты обязаны иметь при себе зачетную книжку, которую они предъявляют преподавателю в начале экзамена, а также письменные принадлежности. За нарушение дисциплины и порядка студенты могут быть удалены с экзамена.

1.9. Методические рекомендации по выполнению курсовых работ

Курсовая работа отражает способность студента самостоятельно работать с большим объемом данных, проводить учебное исследование для чего выявлять и описывать проблему, разрабатывать структуру работы, описывать факты, процессы и события, делать логичные выводы, обосновывать их ссылками на авторитетные источники, корректные расчеты, а также использовать другие формы презентации научных исследований.

Курсовая работа по дисциплине «**Проектирование визуальных коммуникаций**» построена как учебный проект, в основе которого лежит идея создания интеллектуального продукта в виде дизайнерской разработки, тематического исследования визуальных коммуникаций, разработки мастер-класса по освоению техник визуальной коммуникации, разработки части более крупного проекта (на базе факультета, университета).

Курсовая работа может быть следующих типов:

- проектная разработка реального задания (заказа), ориентированного на запрос заказчика;
- проектная разработка перспективного направления, продукта;
- комплексное дизайнерское и культурологическое исследование, раскрывающее социокультурные аспекты, проблемы и философию визуальных коммуникаций.

Выбор типа курсовой работы проводится по согласованию с научным руководителем, отличается качеством и объемом проработки теоретической или практической части работы.

В курсовой работе необходимо представить теоретическое и методологическое обоснование креативной идеи, определить её проектный дизайн (макет, прототип, медиапродукт), представить базовые позиции бизнес-плана по реализации идеи.

Интеллектуальный продукт курсовой работы и его презентация должны содержать:

- визуально-образное решение;
- художественно-композиционное решение;
- технико-конструкторское решение;
- эргономическое решение.

В заключении необходимо провести рефлексию проделанной работы, оценить возможность развития и реализации идеи в дальнейшем.

Алгоритм подготовки курсовой работы:

1 этап – выбор темы, изучение источников для подтверждения актуальности её ключевой проблемы; разработка плана исследования вопросов, раскрывающих проблему; формулирование гипотезы исследования. В результате этапа должен быть составлен и согласован с научным руководителем план курсовой работы.

2 этап – анализ материалов официальных сайтов, научных публикаций, аналитики и статистики по изучаемой теме; изучение проблем и противоречий, мнений экспертов о состоянии проблемы и тенденций её развития. Важно познакомиться с рекомендациями и алгоритмами туристского проектирования, выбрать тот, который наиболее полно отражает проектные задачи курсовой работы. В результате этапа должен быть получен материал теоретической главы курсовой работы, обоснована методика для проектной части работы.

3 этап – **самостоятельный учебный проект** на заданную тему, который ориентирован на актуализацию знаний проектирования визуальных коммуникаций и разработки интеллектуального продукта, ориентированного на реальные запросы территории, предприятий и/или университета. Проект включает его концепцию, визуализацию идеи, программу реализации, базовые экономические подходы для достижения целей, обоснование жизнеспособности и результативности.

4 этап – обобщение и оформление материалов курсовой работы.

5 этап – защита курсовой работы, которая требует краткого выступления, презентации проекта, а также ответа на возникшие вопросы.

Материалы курсовой работы должны содержать не менее 60% оригинального (авторского) текста, в случае если работа имеет высокий процент заимствования, то на защите научный руководитель имеет право снизить оценку на 1-2 балла.

Примерная структура курсовой работы:

Титульный лист.

Содержание курсовой работы.

Введение – раздел содержит обоснование актуальности курсовой работы, гипотезу, объект, предмет, цель, задачи, методы исследования. Факультативно – кратко структура работы, список сокращений.

Глава 1 (теоретическая, аналитическая).

Глава 2 (3) (проект).

Заключение.

Список использованных источников.

Приложение (факультативно).

Требования к оформлению:

Объем курсовой работы зависит от содержания проекта – 20-40 страниц (примерно 1800 знаков с пробелами на листе).

Поля: левое поле - 3 см; правое – 1,5 см; верхнее и нижнее – 2 см.

Шрифт – TimesNewRoman14 кегль, 1,5 интервал. Абзац – 1,25.

Заголовки – по центру.

Сноски – 12 шрифт.

Оглавление – автособираемое.

Ссылки (сноски) нумеруются последовательно в пределах страницы, на каждой новой странице нумерацию ссылок начинают сначала.

Каждая новая глава начинается с новой страницы. Заголовки печатаются прописными буквами. Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Перенос слов в заголовках не допускается.

Нумерация страниц начинается с титульного листа, но на самом титульном листе номер страницы не проставляется. Номер страницы ставится вверху с выравниванием по центру.

Список источников – оформление на основании требований стандартов библиографического описания источников.

II. Планы практических занятий и лабораторных работ

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ТЕОРИИ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Практическое занятие 1 (2 часа)

Тема 1. Научный подход в исследовании визуальных коммуникаций

План

1. Естественнонаучные и гуманитарные исследования визуальных коммуникаций.
2. Психологический анализ визуальной культуры.
3. Пространство, цвет и форма в восприятии человека.
4. Рациональное и эмоциональное восприятие визуальных образов.
5. Функциональные характеристики визуальных коммуникаций.
6. Язык визуальных сообщений как текст культуры.
7. Нарративный подход визуального текста.
8. Облик эпохи в визуальных коммуникациях.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое образное мышление?
2. Какие элементы визуальной коммуникации делают узнаваемой эпоху в кинолентах или фотографиях?
3. Как цветоощущения влияют на человека?

Задание для самостоятельной работы:

Напишите эссе на тему «Визуальные стереотипы».

Литература [1, 2]

Практическое занятие 2 (4 часа)

Тема: Концептуальные модели визуальных коммуникаций

Часть 1. Вопросы для коллективного обсуждения

1. Визуальное как первичный механизм трансляции культурных традиции и социальных норм.
2. Проблема визуального в контексте критической теории современного (индустриального) общества.
3. Визуальная культура и проблема идеологии.
4. Эффекты и риски визуальной культуры.
5. Визуальные коммуникации как социальная компетентность.
6. Вальтер Ландор – дизайнер и исследователь визуального потребления.

Интерактивное занятие – круглый стол «Великие имена в теории визуальных коммуникаций»

В ходе занятия проводится обсуждение сообщений о теоретических исследованиях и концепциях Т. Адорно, М. Хоркхаймера, В. Беньямина, Р. Арнхейма, М. Фуко и других о визуальных коммуникациях.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие причины формируют многообразие концепций визуальных коммуникаций?
2. Как ценности культуры транслируются в визуальной коммуникации?
3. В чем сущность потребления визуальной коммуникации?

Литература: [2]

Практическое занятие 3 (4 часа)

Тема: Прикладные исследования визуальных коммуникаций

Часть 1. Вопросы для коллективного обсуждения

1. Карта профессий, использующих визуальные коммуникации.
2. Цели и технологии прикладных исследований визуальных коммуникаций.
3. Визуальные источники и виды данных.
4. Психологические исследования визуальных коммуникаций.
5. Социологические методы исследования визуальных коммуникаций.
6. Технологии исследования визуальных коммуникаций городской среды.
7. Маркетинговые исследования визуальных коммуникаций.
8. Исследование визуальных коммуникаций в архитектуре.
9. Эксперименты визуальных коммуникаций (акционистский метод исследований).
10. Сравнительный анализ в исследованиях визуальных коммуникаций.

Часть 2. Интерактивное занятие – круглый стол «Фотография как социальная практика и источник информации визуальных коммуникаций».

На основе кейсов проводится обсуждение источниковой ценности фотографий для проектирования визуальных коммуникаций.

Вопросы для самоконтроля

1. Что акционистский (экспериментальный) метод исследований?
2. Что такое семиотика города?
3. Чем отличаются исследования в психологии и социологии визуальных коммуникаций?

Литература: [2; 3]

Практическое занятие 4 (4 часа)

Тема: Визуальные коммуникации в креативных индустриях, бизнесе и повседневной жизни

Вопросы для коллективного обсуждения

1. Место визуальных коммуникаций в продуктах и практиках креативных индустрий.
2. Визуальные коммуникации в культурных индустриях и спорте.
3. Визуальные коммуникации как инструмент успешного бизнеса.
4. Визуальные коммуникации брендов и корпоративных стилей.
5. Имидж делового человека как продукт и коммуникация.
6. Визуальные коммуникации городского пространства.
7. Инновации светового дизайна в визуальной коммуникации социальных пространств.
8. Визуальные коммуникации современного медиапространства.
9. Визуальные коммуникации политтехнологий.
10. Специфика инфографики в визуальных коммуникациях.
11. Агрессивная визуальная среда: факторы экспансии и методы противодействия.

Интерактивное занятие – круглый стол «Роль массовой культуры в формировании стандартов визуальной коммуникации»

На занятии проводится обсуждение трендов и проявлений массовой культуры с учетом её визуальной составляющей.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое мода на цвет?
2. Какие технические инновации позволяют активно использовать свет в визуальных коммуникациях?
3. Почему визуальные коммуникации рассматривают как инструмент успешного бизнеса?

Литература: [2; 3]

РАЗДЕЛ 2. КОНЦЕПЦИЯ И ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОЕКТА ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Практическое занятие 4 (4 часа)

Тема: Методология разработки проектов для визуальных коммуникаций

Часть 1. Вопросы для коллективного обсуждения

1. Тема и концепция в проектировании визуальных коммуникаций.
2. Критерии оценки дизайн-проекта как интеллектуального и творческого продукта.
3. Оценка конкурентоспособности проекта для профессиональных выставок и конкурсов.
4. Бюджет и оценка инвестиционной привлекательности проекта.

5. Гранты и краудфандинг в проектах визуальной коммуникации.
6. Технологии поддержки и продвижения проекта.
7. Этап завершения проекта: документирование, передача заказчику, постаудит проекта.

Часть 2. Интерактивное занятие – практикум «Критерии оценки дизайн-проекта как интеллектуального и творческого продукта».

В ходе занятия на основе кейсов проводится обучение составлению программы работы, чек-листов экспертов для квалифицированной оценки дизайнерского проекта.

Вопросы для самоконтроля

1. Почему может существенно отличаться оценка проекта дизайнером и предпринимателем?
2. В чем суть правовой оценки проекта?
3. Почему применяют технологии краудфандинга для креативных проектов?

Литература: [2; 3]

Лабораторная работа 1 (4 часа)

Задание:

Найти в Интернете изображения, включенные в бренды городов и регионов. Составить программу исследования восприятия изображения. Провести исследование в группе от 5 и более человек. Провести анализ ответов, сравнить смысловое восприятие изображений респондентов и официальное описание концепций брендов. Сделать вывод о качестве визуализации. Оформить работу как презентацию исследования.

Результат: методологическая разработка исследования, презентация его результатов.

Вопросы для самоконтроля

1. Чем опрос отличается от анкетирования?
2. Какие элементы изображения говорят о качестве визуализации бренда?
3. Можно ли говорить об однозначном влиянии возраста на восприятие изображения региональных брендов?

Литература: [1; 2]

Лабораторная работа 2 (8 часов) – компьютерный класс.

Часть 1. Предпроектная стадия.

На занятии проходит разработка идеального конечного результата проекта (ИКР), проводится обсуждение и трансформация ИКР в описание продукта дизайнерского проекта. Результат работы – индивидуальная концепция проекта по визуальной коммуникации.

Часть 2. Разработка проекта.

На занятии проходит планирование ресурсов, графика и контрольных точек проекта. Разработка технологической документации проекта.

Литература: [1; 4]

Лабораторная работа 3 (12 часов) – компьютерный класс.

Тема: Эскизное проектирование визуальных коммуникаций (модели, прототипы)

Серия занятий посвящена выполнению индивидуального проекта визуальных коммуникаций на основе ресурсов программного обеспечения. Ключевые виды работ: формирование

образов, дизайнерских решений и технологий исполнения идей разработчика, эргономика визуальных коммуникаций, апробация дизайнерского решения для проекта.

Результат: разработанная идея и концептуальное описание проекта.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем суть единства стилового решения визуальных коммуникаций?
2. Почему в ходе разработки и апробации может существенно измениться первичный замысел проекта?
3. Какие способы апробации образных решений можно применить в проектировании визуальных коммуникаций?

Литература: [2; 3]

Лабораторная работа 4 (12 часов) – компьютерный класс.

Тема: Проектная разработка визуальных коммуникаций

Серия занятий посвящена выполнению индивидуального проекта визуальных коммуникаций на основе ресурсов программного обеспечения.

Результат: интеллектуальный продукт, готовый для презентации и обсуждения как перспективная разработка визуальных коммуникаций.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое тайминг проекта?
2. Как проходит ресурсное обеспечение проекта?
3. Что такое «метод критического пути» в проекте?

Литература: [1; 3]

