

**Министерство науки и высшего образования РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

---

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Рабочая программа дисциплины**  
**ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

<b>Блок:</b>	<b>Блок 1 «Дисциплины (модули)»</b>
<b>Часть образовательной программы:</b>	<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>
<b>№ дисциплины по учебному плану:</b>	<b>Б1.Ч.17.01.01</b>
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	<b>10 семестр - 5;</b>
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	<b>180 часов</b>
<b>Лекции</b>	<b>10 семестр - 28 часа;</b>
<b>Практические занятия</b>	<b>10 семестр - 28 часа;</b>
<b>Лабораторные работы</b>	<b>не предусмотрено учебным планом</b>
<b>Консультации</b>	<b>10 семестр - 2 часа;</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>10 семестр - 121,5 часа;</b>
<b>в том числе на КП/КР</b>	<b>не предусмотрено учебным планом</b>
<b>Иная контактная работа</b>	<b>проводится в рамках часов аудиторных занятий</b>
<b>включая:</b> Эссе Реферат Контрольная работа Тестирование	
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
<b>Экзамен</b>	<b>10 семестр - 0,5 часа;</b>

**Москва 2024**

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**


Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Юдин И.В.
	Идентификатор	R8a1472e1-YudinIvV-667968f0

И.В. Юдин


**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель  
образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вовк М.В.
	Идентификатор	R26eeae99-VovkMV-a261481b

М.В. Вовк

Заведующий выпускающей  
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** Как бы не менялся мир, в нём всегда будет актуальна культура, дизайн, маркетинг, информационные технологии, реклама и визуальные коммуникации, которые всё это объединяют. Визуальные коммуникации – универсальный язык передачи сообщения от бренда к его покупателям. Можно сказать, что визуальные коммуникации строят диалог, в котором презентуют, продвигают и продают товары и услуги компании. Визуальные коммуникации являются необходимым инструментом создания рекламы и развития бизнеса. Основа визуальных коммуникаций – это коммуникационная стратегия, построенная на исследованиях деятельности конкурентов бренда и поведении его аудитории (покупателей). Благодаря неочевидным и уникальным методикам, удаётся составить контурную карту будущих действий бренда и его дизайна, которая определит успешный запуск проекта. Такая аналитика позволяет затем создать «общающийся» дизайн упаковки, фирменного стиля – от логотипа компании до всех дизайн-макетов, в том числе фирменных персонажей и иллюстраций, мобильного приложения, сайта, 3D-макетов. Визуальные коммуникации, в отличие от других отдельных узкоспециализированных профилей, ориентированы на коммерческое применение. Средствами визуальных коммуникаций является не только работа в профессиональных графических редакторах или от руки (живопись, скетчинг, рисунок, коммерческая иллюстрация), но также и фото и видео съёмка, интерактивный дизайн. На разных уровнях восприятия создатель рекламы доносит до получателя образы своего продукта и его ценность.

### Задачи дисциплины

- формирование представления о проблематике современного научного знания о визуальных коммуникациях;
- изучение психологических аспектах восприятия информации, о видах и специфике визуальных коммуникаций и рекламы;
- формирование концептуального анализа и использование в профессиональной деятельности основные категории и понятия дизайна визуальных коммуникаций;
- приобретение компетенции активного общения в творческой, научной, производственной и общекультурной деятельности.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать процесс создания и внедрения дизайн-проектов рекламной продукции на различных стадиях ее реализации	ИД-2ПК-1 Демонстрирует навыки создания дизайн-проектов рекламной продукции	знать: - знать способы вдохновения и создания креативных идей, с помощью насмотренности и сайтов помощников (Pinterest, Bihance); - программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint» и др.).  уметь: - критически оценивать проектные методы, креативных инструментов, принципов создания художественно-образных решений в коммуникациях; - выявлять общие современные

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		требования, предъявляемых к визуальным бренд-коммуникациям; - применять знания междисциплинарного характера исследовательской и проектной деятельности в области бренд-коммуникаций.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Дизайн в рекламе (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания
				Контактная работа							СР			
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль	
КПР	ГК	ИККП	ТК											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Понятие визуальных коммуникаций	26.4	10	5	-	5	-	0.4	-	-	-	16	-	<p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Понятие визуальных коммуникаций"</p> <p><b><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u></b> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы</p> <p><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Понятие визуальных коммуникаций" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p> <p><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Понятие визуальных коммуникаций"</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], 2-45</p>
1.1	Методология работы с видами и средствами визуальных рекламных коммуникаций	26.4		5	-	5	-	0.4	-	-	-	16	-	
2	Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинематографе	28.4		5	-	5	-	0.4	-	-	-	18	-	
2.1	Комплекс технологий и инструментов продвижения как системного феномена визуальных коммуникаций в	28.4		5	-	5	-	0.4	-	-	-	18	-	

	кинematографе													кинematографе и подготовка к контрольной работе <b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинematографе" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинematографе" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], 46-78
3	Визуальные коммуникации в современной медиа среде	28.4	5	-	5	-	0.4	-	-	-	18	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Визуальные коммуникации в современной медиа среде"	
3.1	Классификация видов коммуникаций в современной медиа сфере	28.4	5	-	5	-	0.4	-	-	-	18	-	<b><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u></b> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы <b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Визуальные коммуникации в современной медиа среде" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Визуальные коммуникации в современной медиа среде" <b><u>Подготовка расчетных заданий:</u></b> Задания ориентированы на решения минизаданий по разделу "Визуальные коммуникации в современной медиа среде". Студенты необходимо повторить теоретический материал, разобрать примеры решения аналогичных задач. провести расчеты по	

														варианту задания и сделать выводы. В качестве задания используются следующие упражнения: <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 2-45
4	Практика применения визуальных коммуникаций	30.4	6	-	6	-	0.4	-	-	-	18	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Практика применения визуальных коммуникаций"	
4.1	Работа в компьютерных редакторах для воплощения визуальных идей, с учетом его специфики	30.4	6	-	6	-	0.4	-	-	-	18	-	<b><u>Подготовка расчетно-графического задания:</u></b> В рамках расчетно-графического задания выполняется чертеж конструкции. Для выполнения чертежей выполняются предварительные расчеты основных показателей, которые указываются на чертеже. Задание выполняется индивидуально по вариантам. В качестве тем задания применяются следующие: <b><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u></b> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы <b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> Изучение материалов по разделу Практика применения визуальных коммуникаций и подготовка к контрольной работе <b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Практика применения визуальных коммуникаций" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Практика применения визуальных коммуникаций" <b><u>Подготовка расчетных заданий:</u></b> Задания ориентированы на решения минизаданий по разделу "Практика применения визуальных коммуникаций". Студенты необходимо	

														повторить теоретический материал, разобрать примеры решения аналогичных задач. провести расчеты по варианту задания и сделать выводы. В качестве задания используются следующие упражнения: <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 46-98
5	Художественное видение в визуальных коммуникациях	32.4	7	-	7	-	0.4	-	-	-	18	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Художественное видение в визуальных коммуникациях"	
5.1	Становление художественного видения как проблема визуальных коммуникаций в искусстве	32.4	7	-	7	-	0.4	-	-	-	18	-	<b><u>Подготовка расчетно-графического задания:</u></b> В рамках расчетно-графического задания выполняется чертеж конструкции. Для выполнения чертежей выполняются предварительные расчеты основных показателей, которые указываются на чертеже. Задание выполняется индивидуально по вариантам. В качестве тем задания применяются следующие: <b><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u></b> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы <b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> Изучение материалов по разделу Художественное видение в визуальных коммуникациях и подготовка к контрольной работе <b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Художественное видение в визуальных коммуникациях" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Художественное видение в визуальных коммуникациях"	



														<b><u>Подготовка расчетных заданий:</u></b> Задания ориентированы на решения минизаданий по разделу "Художественное видение в визуальных коммуникациях". Студенты необходимо повторить теоретический материал, разобрать примеры решения аналогичных задач. провести расчеты по варианту задания и сделать выводы. В качестве задания используются следующие упражнения: <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 101-145
	Экзамен	34.0	-	-	-	-	-	-	-	0.5	-	33.5		
	Всего за семестр	180.0	28	-	28	-	2.0	-	-	0.5	88	33.5		
	Итого за семестр	180.0	28	-	28	2.0	-	-	0.5	121.5				

**Примечание:** Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

## **3.2 Краткое содержание разделов**

### 1. Понятие визуальных коммуникаций

#### 1.1. Методология работы с видами и средствами визуальных рекламных коммуникаций

Целостное представление о процессе разработки визуальных коммуникаций, инструментов планирования средств и методов коммуникационного воздействия, стратегии управления процессом рекламного воздействия, раскрывает технологии продвижения компаний различными коммуникационными инструментами..

### 2. Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинематографе

#### 2.1. Комплекс технологий и инструментов продвижения как системного феномена визуальных коммуникаций в кинематографе

Ключевые особенности каждого инструмента, оценив его сильные и слабые стороны, технологические особенности применения, а также оценки коммуникационных и иных эффектов, достигаемых рекламным воздействием или программами по связям с общественностью. Основное содержание лекций дисциплины направлено на понимание и осмысление механизма действия и специфики использования перечня изучаемых технологий и инструментов.

### 3. Визуальные коммуникации в современной медиа среде

#### 3.1. Классификация видов коммуникаций в современной медиа сфере

Определение оптимально эффективного видов рекламы для продвижения товара или услуги бренда с помощью инструментария графических, растровых инструментов, интегрировать все методы информационных технологий в систему проектной деятельности, работать в графических редакторах, способствующих реализации медийного продукта в соответствии с выбором способа коммуникации между потребителем и брендом.

### 4. Практика применения визуальных коммуникаций

#### 4.1. Работа в компьютерных редакторах для воплощения визуальных идей, с учетом его специфики

Проектировать идеи с помощью графических редакторов, учитывая современные тренды в дизайне масс-медиа, создавать презентационные файлы, графические подачи в обосновании авторских идей, способствующих реализации проектных целей.

### 5. Художественное видение в визуальных коммуникациях

#### 5.1. Становление художественного видения как проблема визуальных коммуникаций в искусстве

Влияние художественного творчества на утверждение новых ориентаций в визуальной культуре. Опосредованные связи общекультурного и художественного. Относительность исторических типов художественного видения. Официальное и неофициальное искусство. Новые художественные формы / направления. Постмодерн. Публичное искусство. Уличное искусство. Граффити. Арт-практики как инструмент изменения общества (российский и зарубежный опыт)).

## **3.3. Темы практических занятий**

1. Методология работы с видами и средствами визуальных рекламных коммуникаций;
2. Комплекс технологий и инструментов продвижения как системного феномена

- визуальных коммуникаций в кинематографе;
3. Классификация видов коммуникаций в современной медиа сфере;
  4. Работа в компьютерных редакторах для воплощения визуальных идей, с учетом его специфики;
  5. Становление художественного видения как проблема визуальных коммуникаций в искусстве.

### **3.4. Темы лабораторных работ** не предусмотрено

### **3.5 Консультации**

#### *Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)*

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Понятие визуальных коммуникаций"
2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинематографе"
3. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Визуальные коммуникации в современной медиа среде"
4. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Практика применения визуальных коммуникаций"
5. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Художественное видение в визуальных коммуникациях"

#### *Текущий контроль (ТК)*

1. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Понятие визуальных коммуникаций"
2. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинематографе"
3. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Визуальные коммуникации в современной медиа среде"
4. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Практика применения визуальных коммуникаций"
5. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Художественное видение в визуальных коммуникациях"

### **3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ** Курсовой проект/ работа не предусмотрены

### 3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)					Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	5	
<b>Знать:</b>							
программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint» и др.)	ИД-2ПК-1					+	Тестирование/Искусство и визуальные коммуникации
знать способы вдохновения и создания креативных идей, с помощью насмотренности и сайтов помощников (Peinterest, Bihance)	ИД-2ПК-1				+		Тестирование/Визуальные коммуникации на практике
<b>Уметь:</b>							
применять знания междисциплинарного характера исследовательской и проектной деятельности в области бренд-коммуникаций	ИД-2ПК-1			+			Контрольная работа/Визуальные коммуникации в меди среде
выявлять общие современные требования, предъявляемых к визуальным бренд-коммуникациям	ИД-2ПК-1	+					Эссе/Введение в визуальную коммуникацию
критически оценивать проектные методы, креативных инструментов, принципов создания художественно-образных решений в коммуникациях	ИД-2ПК-1		+				Реферат/Визуальные коммуникации в классическом кинематографе

## **4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)**

### **4.1. Текущий контроль успеваемости**

**10 семестр**

Форма реализации: Обмен электронными документами

1. Введение в визуальную коммуникацию (Эссе)
2. Визуальные коммуникации в классическом кинематографе (Реферат)

Форма реализации: Письменная работа

1. Визуальные коммуникации в меди среде (Контрольная работа)
2. Визуальные коммуникации на практике (Тестирование)
3. Искусство и визуальные коммуникации (Тестирование)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

### **4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине**

*Экзамен (Семестр №10)*

Итоговая оценка включает оценки, полученные за контрольные мероприятия, а также оценку, полученную на экзамене.

В диплом выставляется оценка за 10 семестр.

**Примечание:** Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

## **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Печатные и электронные издания:**

1. 2 : Немецкий язык (средний уровень) : учебник / Южный федеральный университет ; Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации . – Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2016 . – 239 с. – Режим доступа: электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE», требуется авторизация . - ISBN 978-5-9275-2228-6 .;
2. А. В. Сердцова- "Типографика в современном дизайне логотипа: коммуникативно-визуальный аспект", Издательство: "б.и.", Санкт-Петербург, 2021 - (113 с.)  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617909>.

### **5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др);
4. Windows Server / Серверная операционная система семейства Linux.

### **5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:**

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>

2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red)
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. База данных ВИНТИ online - <http://www.viniti.ru/>
5. База данных журналов издательства Elsevier - <https://www.sciencedirect.com/>
6. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
7. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
8. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
9. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
10. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
11. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
12. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
13. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	М-815, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	М-815, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-815, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-201, Компьютерный читальный зал	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный
Помещения для хранения оборудования	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул, инвентарь учебный, книги, учебники,

и учебного инвентаря		пособия, архивные документы
----------------------	--	-----------------------------

## БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

## Визуальные коммуникации

(название дисциплины)

## 10 семестр

**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

- КМ-1 Введение в визуальную коммуникацию (Эссе)  
 КМ-2 Визуальные коммуникации в классическом кинематографе (Реферат)  
 КМ-3 Визуальные коммуникации в меди среде (Контрольная работа)  
 КМ-4 Визуальные коммуникации на практике (Тестирование)  
 КМ-5 Искусство и визуальные коммуникации (Тестирование)

**Вид промежуточной аттестации – Экзамен.**

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
		Неделя КМ:	4	6	9	12	14
1	Понятие визуальных коммуникаций						
1.1	Методология работы с видами и средствами визуальных рекламных коммуникаций		+				
2	Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинематографе						
2.1	Комплекс технологий и инструментов продвижения как системного феномена визуальных коммуникаций в кинематографе			+			
3	Визуальные коммуникации в современной медиа среде						
3.1	Классификация видов коммуникаций в современной медиа сфере				+		
4	Практика применения визуальных коммуникаций						
4.1	Работа в компьютерных редакторах для воплощения визуальных идей, с учетом его специфики					+	
5	Художественное видение в визуальных коммуникациях						
5.1	Становление художественного видения как проблема визуальных коммуникаций в искусстве						+
Вес КМ, %:			15	30	25	15	15