Приложение 5

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Кафедра дизайна и изобразительного искусства

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Т. М. Кожевникова
«17» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.03.2 Коммуникативный дизайн

Направление подготовки/специальность: 54.04.01 - Дизайн

Профиль/направленность/специализация: Современные технологии графического дизайна

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2026

Тамбов, 2026

Автор программы:
Перуновская Ирина Николаевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 54.04.01 - Дизайн (уровень магистратуры) (приказ Министерства науки и высшего образования РФ от «13» августа 2020 г. № 1004).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры дизайна и изобразительного искусства «16» июня 2026 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий, Протокол от «17» июня 2026 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины…… 4

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры…… 5

3. Объем и содержание дисциплины…… 5

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 9

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 15

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 17

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 18

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский
- проектный
- художественно-творческий

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сферах: 04 Культура, искусство (в сферах: дизайна; изобразительного искусства; культурно-просветительской и художественно-творческой деятельности), 10 Архитектура, проектирование, геодезия, топография и дизайн (в сфере дизайна), 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере дизайна), 40 Сквозные виды профессиональной деятельности (в сфере дизайна)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
- В Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации - В/01.6 Подготовка и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации - В/02.6 Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации - В/03.6 Авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-2 Способность к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением	Использует теоретические и практические знания в области коммуникативного дизайна для реализации художественно-творческих задач проекта

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-2 Способность к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения				
		Очно-заочная (семестр)				
		1	2	3	4	5
1	Визуальные коммуникации			+		
2	Дизайн средств массовой информации				+	
3	История и методология дизайн-проектирования	+				
4	Медиаинформационная графика				+	
5	Научно-исследовательская работа					+
6	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)			+		
7	Преддипломная практика					+
8	Технология и техники в графическом дизайне		+			

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Коммуникативный дизайн» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 54.04.01 - Дизайн.

Дисциплина «Коммуникативный дизайн» изучается в 3 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 2 з.е.

Очно-заочная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Очно-заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	**72**
Контактная работа	12
Практические (Практ. раб.)	12
Самостоятельная работа (СР)	60
Зачет	-

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.		Формы текущего контроля
		Практ. раб.	СР	
		О-З	О-З	
3 семестр				
1	Дизайн и решение проблем коммуникации в социальном обществе	1	8	Презентация
2	Символические коммуникации. Социальный плакат.	1	8	Практическая работа
3	Системные коммуникации. Дизайн упаковки продукции известного бренда	2	8	Тестирование
4	Структурные коммуникации. Театральная афиша. Серия афиш.	2	8	Презентация
5	Средовые коммуникации. Разработка носителей политической рекламы и пропаганды	2	16	Практическая работа
6	Медиа-коммуникации. Разработка электронного рекламного баннера для интернет-сети.	2	6	Практическая работа
7	Стратегия вовлечения. Разработка витрин сети магазинов в условиях городской среды.	2	6	Комиссионный просмотр аудиторных практических работ

Тема 1. Дизайн и решение проблем коммуникации в социальном обществе (ПК-2)

Лекция.

Социально-ориентированный дизайн. Роль и ответственность дизайнера в обществе, процесс дизайн-проектирования как инструмент в достижении социальных изменений, поддержки демократических идеалов, нравственных норм и эстетических идеалов в социуме. Идеи Виктора Папанека в его труде «Дизайн для реального мира». Нефункциональные продукты дизайна и отношение дизайнера к обществу потребления.

Практическое занятие.

1. Изучение основных положений труда В.Папанека и составление конспекта.
2. Подготовка презентации по теме «Дизайн и общество потребления»

Задания для самостоятельной работы.

Проведение структурного анализа по примерам нефункциональных продуктов дизайна

Тема 2. Символические коммуникации. Социальный плакат. (ПК-2)

Лекция.

Выбор темы плаката, сбор информации и иллюстративных материалов. Значение разработки идеи в клаузуре. Метафора и образ. Утверждение решения и компоновки. Выбор шрифтов. Предпечатная подготовка макета плаката. Объяснение понятия индификации художественного образа и его стилизации. Сбор материалов и аналогов по теме. Изучение видов стилизации знаковых образов и форм. Утверждение графического решения образа, его инверсия и размещение на плакате. Подготовка макета и компоновки к подаче и презентации.

Практическое занятие.

1. Дизайн-разработки идеи социального плаката в клаузуре
2. Стилизация художественного образа и его варианты в скетче

Задания для самостоятельной работы.

1. Выполнение макета социального плаката в материале

Тема 3. Системные коммуникации. Дизайн упаковки продукции известного бренда (ПК-2)

Лекция.

Упаковка, как элемент системы: товар-потребитель. Выбор темы и сбор материалов. Функциональность и информативность. Поиск графического образа и конструкции упаковки. Сбор и анализ аналогов. Утверждение эскизной разработки графических элементов и образного решения упаковки. Компоновка графических элементов и конструкторской разработки. Подготовка макета и компоновки к подаче и презентации.

Практическое занятие.

1. Разработать дизайн упаковки для серии продуктов известного бренда
2. Разработать 3D модель упаковки и построить ее развертку

Задания для самостоятельной работы.

1. Выполнить презентацию проекта упаковки для представления ее заказчику

Тема 4. Структурные коммуникации. Театральная афиша. Серия афиш. (ПК-2)

Лекция.

Понятия структурности и "серийности в плакате" как носителе социальной коммуникации. Сбор материалов и выбор темы. Значение сочетания художественной выразительности и информационной функции афиши. Комплекс средств корпоративной индификации. Значение вариативного исследования приёмов формирования экспозиционных пространств. Поиск образной темы серии афиш. Утверждение композиционного решения. Предпечатная подготовка серии афиш и форма презентации.

Практическое занятие.

1. Разработка театральной афиши

2. Разработка серии театральных афиш одного театра для разных сезонов гастролей в различных городах.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка презентации проекта для заказчика.

Тема 5. Средовые коммуникации. Разработка носителей политической рекламы и пропаганды (ПК-2)

Лекция.

Выбор темы и сбор материалов. Функциональность и информативность носителей рекламы. Стратегия вовлечения и социальная роль. Создание и трансформация художественного образа в политическом плакате. Изучение исторических политических плакатов с точки зрения формирования определенного психологического воздействия на аудиторию. Поиск графического образа и формы носителей. Сбор и анализ аналогов. Утверждение эскизной разработки графических элементов и образного решения носителей. Компоновка графических элементов и конструкторской разработки. Предпечатная подготовка графической подачи к презентации.

Практическое занятие.

1. Разработка эскиза политического плаката по актуальной теме

2. Разработка политического плаката в электронном виде, подготовка плаката к тиражной печати

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка презентации по проекту политического плаката

Тема 6. Медиа-коммуникации. Разработка электронного рекламного баннера для интернет-сети. (ПК-2)

Лекция.

Значение инновационных технологий в системе медиакоммуникаций. Выбор темы и сбор материалов. Разновидности медиакоммуникаций. Визуальная привлекательность и информативность интернет-баннера. Понятие конвертации и эффективности воздействия интернет-рекламы и стратегия рентабельности и социальная включенность в социальном интернет-пространстве. Вариативное исследование темы в клаузуре и выбор проектного решения. Выполнение и монтаж проекта в видеоредакторе: компоновка графических элементов, создание анимации, выбор музыкального ряда, типографика проекта, эффектов и пр.Конвертирование проекта в формат видеофайла, подготовка к просмотру. Подготовка проекта к размещению в сети интернет.

Практическое занятие.

1. Вариативное исследование темы баннера в клаузуре и выбор проектного решения для интернет-баннера
2. Выполнение и монтаж проекта в видеоредакторе: компоновка графических элементов, создание анимации, выбор музыкального ряда, типографика проекта, эффектов и пр.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка проекта к размещению в сети интернет

Тема 7. Стратегия вовлечения. Разработка витрин сети магазинов в условиях городской среды. (ПК-2)

Лекция.

Понятие средового объекта - носителя социальной коммуникации. Сбор материалов и выбор специализации торгового предприятия. Эскизная разработка вариантов графического решения. Значение сочетания художественной выразительности и информационной функции логотипа, вывески и витрины в городской среде. Утверждение композиционного решения и конструктивных разработок. Предпечатная подготовка подачи и разработка презентации.

Практическое занятие.

1. Эскизная разработка вариантов графического решения витрины магазина в конкретных условиях городской среды города с фотофиксацией.
2. Разработка 3D модели здания с расположением готовой витрины магазина.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка рекламно-информационного ролика по теме проекта

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

Балльно-рейтинговые мероприятия не предусмотрены

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Комиссионный просмотр аудиторных практических работ

Тема 7. Стратегия вовлечения. Разработка витрин сети магазинов в условиях городской среды.

Комиссионный просмотр аудиторных практических работ студентов является открытой и педагогически конструктивной формой аттестации. Участие в просмотре обязательно для всех студентов. Просмотр проводится по итогам работы за семестр. Студент представляет для просмотра изначально оговоренное количество работ в соответствии с заданиями программы по дисциплине.

Порядок проведения просмотра:

- студенты подготавливают работы и экспозиционное поле. Работы, предварительно не отсмотренные преподавателем, работающим по дисциплине, на просмотр не принимаются;
- по завершении подготовки экспозиции в аудитории начинает работу экспертная комиссия;
- критерии оценки: соответствие уровня работ студента требованиям программы обучения, грамотная и аккуратная подача экспозиции, владение техникой исполнения, демонстрация в работах оперирования теоретической частью программы (знание графических редакторов, особенностей выполнения работ в различных техниках), количество работ должно соответствовать количеству практических заданий по программе.

Практическая работа

Тема 2. Символические коммуникации. Социальный плакат.

Разработка системы визуальной коммуникации для поэтического вечера

Тема 5. Средовые коммуникации. Разработка носителей политической рекламы и пропаганды

1. **Разработка эскиза политического плаката по актуальной теме**
2. **Разработка политического плаката в электронном виде, подготовка плаката к тиражной печати**

Тема 6. Медиа-коммуникации. Разработка электронного рекламного баннера для интернет-сети.

1. Вариативное исследование темы баннера в клаузуре и выбор проектного решения для интернет-баннера
2. Выполнение и монтаж проекта в видеоредакторе: компоновка графических элементов, создание анимации, выбор музыкального ряда, типографика проекта, эффектов и пр.

Презентация

Тема 1. Дизайн и решение проблем коммуникации в социальном обществе

Разработать систему навигации учебного заведения.

Тема 4. Структурные коммуникации. Театральная афиша. Серия афиш.

1. **Разработка театральной афиши**
2. **Разработка серии театральных афиш одного театра для разных сезонов гастролей в различных городах.**

Тестирование

Тема 3. Системные коммуникации. Дизайн упаковки продукции известного бренда

1 В системном коммуникативном дизайне упаковки «макроуровень» включает:

а) подбор шрифтовой пары для заголовка;

б) позиционирование бренда, архитектуру продуктовой линейки, логику дифференциации суббрендов и взаимодействие с каналами дистрибуции;

в) выбор тиснения на крышке;

г) компоновку юридической информации на дне.

2 Какой метод позволяет количественно оценить «экономику внимания» на полке при сравнении двух концепций упаковки?

а) опрос «что красивее?»;

б) eye-tracking с фиксацией времени до первого саккадического захвата, процента фиксаций на ключевых элементах и точности воспроизведения месседжа;

в) подсчёт количества цветов;

г) анализ упоминаний в соцсетях.

3 При редизайне упаковки известного бренда вы столкнулись с конфликтом: ритейлер требует увеличить долю промо-элементов, а брендбук ограничивает долю «активной графики». Как системно обосновать компромиссное решение?

а) убрать все промо-элементы;

б) ввести дополнительный промо-слой (стикером/вкладышем), сохранив целостность лицевой стороны, либо выделить регламентированную промо-зону, не нарушающую доминанту фирменного знака;

в) нарушить брендбук ради ритейлера;

г) увеличить логотип, чтобы «перекрыть» промо.

4 Для категории FMCG в условиях плотной выкладки на полке наиболее критичен следующий параметр визуальной системы:

а) детализация иллюстраций;

б) силуэтная читаемость и цветовая доминанта с дистанции 2–3 м, позволяющая мгновенно выделить бренд среди конкурентов;

в) количество слов в слогане;

г) наличие градиентов.

5 Как интегрировать требования устойчивого развития (ESG) в коммуникативную систему упаковки без потери эффективности на полке?

а) заменить картон на более тонкий и непрочный;

б) выбрать материалы с подтверждённым LCA (жизненным циклом), снизить вес, оптимизировать конструкцию, а коммуникацию об экологичности оформить через стандартизированные экомаркировки и лаконичные визуальные коды;

в) добавить надпись «eco» крупным шрифтом;

г) отказаться от цвета.

6 Какой приём позволяет сохранить системность визуальных коммуникаций при одновременном запуске трёх продуктовых линеек в одной категории?

а) использовать разные фирменные цвета для каждой линейки;

б) сохранить базовые константы (пропорции, доминантный цвет, логотип, типографическую иерархию) и дифференцировать линейки через вторичные элементы (паттерны, фотостиль, акцентные детали);

в) менять шрифт для каждой линейки;

г) делать каждый SKU отдельным брендом.

7 В чём заключается коммуникационная функция «технической зоны» упаковки (штрих-код, дата, состав)?

а) это исключительно производственная необходимость;

б) она должна быть интегрирована в систему визуальной навигации так, чтобы пользователь мог быстро найти нужные данные, не разрушая образ бренда и не снижая скорость считывания ключевых смыслов;

в) её нужно сделать максимально заметной;

г) её скрывают, чтобы не портить дизайн.

8 Какой метод исследования лучше всего выявляет когнитивную нагрузку при восприятии упаковки в реальных условиях магазина?

а) фокус-группа с обсуждением «нравится/не нравится»;

б) поведенческие метрики (время поиска информации, количество ошибок) плюс субъективная шкала когнитивной нагрузки (SUS/NASA-TLX);

в) анализ трендов Pinterest;

г) экспертная оценка дизайнера.

9 При проектировании упаковки для международной дистрибуции необходимо учитывать:

а) только цвет и логотип;

б) локальные нормы маркировки, языковые версии, культурные коды восприятия цвета и образов, а также различия в условиях освещения и плотности выкладки в разных регионах;

в) мнение головного офиса;

г) единый макет для всех стран.

10 Как тактильные свойства упаковки (фактура, толщина, способ открывания) влияют на коммуникацию бренда?

а) никак, это чисто производственный параметр;

б) они формируют эмоциональный отклик, усиливают ощущение качества и премиальности, влияют на запоминаемость и лояльность;

в) усложняют производство и не нужны;

г) важны только для люксовых товаров.

11 В рамках системного подхода к упаковке «мезоуровень» — это:

а) выбор конкретного оттенка Pantone;

б) архитектура продуктовой линейки: логика дифференциации SKU, связь между форматами, единые правила масштабирования элементов и адаптации под разные носители;

в) расположение штрих-кода;

г) подбор бумаги.

12 Какой критерий наиболее релевантен для оценки «коммуникационной устойчивости» упаковки при изменении условий освещения (дневной свет, тёплый LED, холодный LED в магазине)?

а) субъективная оценка «выглядит красиво»;

б) стабильность контраста ключевых элементов (логотип, название, выгода) относительно фона при разных цветовых температурах и уровнях освещённости, измеряемая через коэффициент контраста (WCAG) и визуальную разборчивость;

в) наличие металлизированных красок;

г) стоимость печати.

13 Как обосновать выбор типографической иерархии на упаковке, если целевая аудитория включает и молодёжь, и людей старшего возраста?

а) взять средний кегль;

б) обеспечить достаточный контраст, оптимальную длину строки и межстрочный интервал, использовать гарнитуры с высокой разборчивостью; выделить ключевые смыслы крупными, простыми формами, а второстепенную информацию сделать компактной, но читаемой;

в) использовать декоративные шрифты;

г) сделать весь текст мелким.

14 В чём специфика интеграции цифровых идентификаторов (QR-код, NFC) в системную визуальную коммуникацию упаковки?

а) их размещают в центре лицевой стороны;

б) их интегрируют в регламентированную зону, используют единый стиль пиктограмм, обеспечивают контраст и читаемость, связывают с общей навигацией и не нарушают баланс композиции;

в) делают максимально яркими;

г) не используют вовсе.

15 Какой приём помогает минимизировать «визуальный шум» при необходимости разместить на упаковке большое количество обязательных данных (состав, аллергены, условия хранения)?

а) уменьшить все шрифты до минимума;

б) структурировать информацию через микротипографику, отступы, разделители, цветовые коды и зоны, сохраняя иерархию и навигацию;

в) убрать часть данных;

г) использовать только иконки.

16 Как проверить гипотезу о том, что новая упаковка усиливает эмоциональную связь с брендом?

а) спросить «нравится ли?» у 3 друзей;

б) применить семантический дифференциал (шкалы «надёжный/ненадёжный», «современный/устаревший» и т. п.) и измерить изменение ассоциативного поля до/после экспозиции;

в) посчитать количество цветов;

г) сравнить с конкурентами по площади логотипа.

17 При работе с известным брендом «преемственность» означает:

а) копировать старый дизайн;

б) сохранять ключевые идентификаторы (силуэт, цвет, пропорции, ритм), одновременно усиливая коммуникацию и отвечая новым ожиданиям аудитории и требованиям каналов сбыта;

в) оставить только логотип;

г) ничего не менять.

18 Как учитывать сценарии утилизации и переработки в коммуникативной стратегии упаковки?

а) игнорировать;

б) включить в систему коммуникации понятные инструкции по утилизации, использовать стандартизированные пиктограммы, а материалы и конструкцию подбирать с учётом LCA и требований перерабатывающих предприятий;

в) написать «перерабатывается» без пояснений;

г) усложнить конструкцию.

19 Какой метод позволяет выявить «точки разрыва» в восприятии упаковки между онлайн- и офлайн-каналами (например, карточка товара в приложении vs полка в магазине)?

а) один и тот же опрос для всех;

б) сравнительное тестирование: mock-up полки, скриншот карточки в приложении, измерение времени поиска, точности считывания и эмоциональной реакции;

в) анализ комментариев;

г) интуиция дизайнера.

20 Какой критерий лучше всего отражает системность и эффективность коммуникативного решения упаковки известного бренда?

а) количество лайков в соцсетях;

б) достижение баланса: узнаваемость и считываемость ключевых смыслов, соответствие позиционированию, эффективность в точках контакта, технологичность и устойчивость, подтверждённые метриками (фиксации, конверсия, NPS, доля ошибок при поиске информации);

в) сложность графики;

г) бюджет проекта.

Ключ к тесту:

1 — б, 2 — б, 3 — б, 4 — б, 5 — б, 6 — б, 7 — б, 8 — б, 9 — б, 10 — б,

11 — б, 12 — б, 13 — б, 14 — б, 15 — б, 16 — б, 17 — б, 18 — б, 19 — б, 20 — б.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-2)

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. Облик эпохи в визуальных коммуникациях.

9. Визуальное как первичный механизм трансляции культурных традиции и социальных норм.

10. Проблема визуального в контексте критической теории современного (индустриального) общества.

11. Визуальная культура в социуме.
12. Визуальные источники и виды данных.
13. Социологические и психологические методы исследования визуальных коммуникаций.
14. Технологии проектирования визуальных коммуникаций городской среды.
15. Место визуальных коммуникаций в дизайне.
16. Визуальные коммуникации в культурной индустрии и спорте.
17. Визуальные коммуникации брендов и корпоративных стилей.
18. Визуальные коммуникации городского пространства.
19. Инновации светового дизайна в визуальной коммуникации социальных пространств.
20. Визуальные коммуникации современного медиапространства.
21. Специфика инфографики в визуальных коммуникациях.
22. Тема и концепция в проектировании визуальных коммуникаций.

Типовые задания для зачета (ПК-2)

1.Разработка клаузуры афиши для концерта
2.Проектирование коммуникативного дизайна выставочного пространства (скетч)
3. Проектирование коммуникативного дизайна детской площадки (скетч)

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено»	ПК-2	Достаточно хорошо использует теоретические и практические знания в области коммуникативного дизайна для реализации художественно
«не зачтено»	ПК-2	Не использует теоретические и практические знания в области коммуникативного дизайна для реализации художественно

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.

- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентаци, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);

- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);

- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);

- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;

- полнота и глубина ответа;

- сознательность ответа;

- логика изложения материала;

- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;

- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;

- использование дополнительного материала;

- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы. соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;

- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;

- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации : учебно-методическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Проектирование средств визуальной коммуникации. - Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019. - 96 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/107421.html

2. Торопова, О. А., Кумова, С. В. Анимация и веб-дизайн : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Анимация и веб-дизайн. - Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2015. - 490 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/76476.html

3. Макарова, Т. В. Веб-дизайн : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Веб-дизайн. - Омск: Омский государственный технический университет, 2015. - 148 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/58086.html

4. Савельев, А. О., Алексеев, А. А. Проектирование и разработка веб-приложений на основе технологий Microsoft : учебное пособие. - 2022-04-06; Проектирование и разработка веб-приложений на основе технологий Microsoft. - Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. - 418 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/94860.html

5. Жданов Н. В., Скворцов А. В. Архитектурно-дизайнерское проектирование: виртографика : учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2025. - 78 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/567273

6. Литвина Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов. - 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2025. - 182 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/563912

7. Павловская Е. Э., Ковалев П. Г., Салмин Л. Ю., Семенов В. Б., Филоненко Д. Ю., Типикин В. В., Колбина Н. В., Игошина Т. С., Свалов М. С., Босых И. Б. Графический дизайн. Современные концепции : учебник для вузов. - пер. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2025. - 119 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/563931

6.2 Дополнительная литература:

1. Столбовский, Д. Н. Разработка Web-приложений ASP.NET с использованием Visual Studio .NET : учебное пособие. - 2021-12-05; Разработка Web-приложений ASP.NET с использованием Visual Studio .NET. - Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. - 375 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/89469.html

2. Деточенко, Л. С., Лобко, В. В., Межерицкая, Н. В., Пигулевский, В. О., Соколова, М. А., Сенько, О. В., Овруцкий, А. В., Бучка, А. М., Пономарева, А. М., Зацаринный, Я. В., Курманаевская, Е. М., Стефаненко, А. С., Земелев, С. Н., Стельмахова, Н. В., Ягуза, И. А., Ордынская, М. В. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне. - 2026-07-30; Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне. - Харьков: Издательство «Гуманитарный Центр», 2015. - 432 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/110152.html

3. Станишевская, Л. С., Левковская, Е. С. Визуальные коммуникации в дизайне : учебно-методическое пособие. - 2026-02-04; Визуальные коммуникации в дизайне. - Благовещенск: Амурский государственный университет, 2017. - 60 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/103849.html

6.3 Иные источники:

1. Словари и энциклопедии онлайн - http://dic.academic.ru/
2. Портал "Гуманитарное образование" - http://www.humanities.edu.ru/
3. Федеральный портал «Российское образование» - http://www.edu.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Операционная система "Альт Образование"

Adobe Photoshop CS3

1С:Предприятие 8.2

Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ"

CorelDRAW Graphics Suite X3

ArchiCad 13, 21

AutoCad 2013, 2018

AutoDesk 3ds Max Design 2009, 2012, 2016, 2018

Adobe Illustrator CS3

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. – URL: http://www.iprbookshop.ru
2. Scopus: база данных . – URL: https://www.scopus.com
3. Springer Open (ресурсы Springer открытого доступа): база данных. – URL: https://www.springeropen.com

4. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных . – URL: https://apps.webofknowledge.com

5. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина: официальный сайт. – URL: http://www.tambovlib.ru

6. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: https://biblioclub.ru

7. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов». – URL: http://school-collection.edu.ru

8. Электронная библиотека ТГУ. – URL: https://elibrary.tsutmb.ru/

9. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: https://www.tsutmb.ru/biblio/elektronnyij-katalog/

10. Юрайт: образовательная платформа, электронно-библиотечная система. – URL: https://urait.ru

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.