

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
Должность: Директор института экономики и управления АПК
Дата подписания: 17.07.2023 13:32:03
Уникальный программный ключ:
1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9



УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института
экономики и управления АПК
д.э.н., профессор Л.И. Хоружий

«30» августа 2022 г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины

Б1.В. ДВ.02.01 «Основы визуальных коммуникаций»

для подготовки магистров

Направление: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Форма обучения: очная
Год начала подготовки: 2019 год
Курс 2
Семестр 4

- А) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 2022 г. начала подготовки.
- Б) Программа будет распространена при организации учебного процесса направленность (профиль) «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации»

Разработчик: Гнездилова Е.В., доцент кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации
«30» августа 2022 г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации протокол № 1 от «28 » августа 2022_г.

И.о. Заведующего кафедрой _____ Гнездилова Е.В.

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий кафедрой
Связей с общественностью
и речевой коммуникации

_____ « » _____ 2022 г.



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Гуманитарно-педагогический факультет
Кафедра связей с общественностью и речевой коммуникации

УТВЕРЖДАЮ:
и.о. декана гуманитарно-педагогического
факультета
П.Ф. Кубрушко
2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.02.01 «ОСНОВЫ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

для подготовки магистров

ФГОС ВО

Направление: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Курс - 2

Семестр - 4

Форма обучения - очная

Год начала подготовки - 2019

Регистрационный номер _____

Москва, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ	4
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	3
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	4
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ	4
ПО СЕМЕСТРАМ	5
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4.3 ЛЕКЦИИ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	7
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	8
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	9
6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности.....	9
6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания	10
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12
7.1 Основная литература	12
7.2 Дополнительная литература	13
7.3 Нормативные правовые акты	13
7.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям	12
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	15
9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)	15
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	15
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	16
Виды и формы отработки пропущенных занятий.....	17
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	17

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.02.01 «Основы визуальных коммуникаций»

**для подготовки магистра по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)**

Цель освоения дисциплины: обеспечение научно-информационной базы, необходимой для высокопрофессиональной деятельности специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью, направленной на проектирование визуальных коммуникаций организации.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана (часть, формируемую участниками образовательных отношений) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.ДВ.02.01

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-2.2; ПКос-3.2

Краткое содержание дисциплины:

Сущность, виды и функции визуальных коммуникаций организации, графический дизайн как инструмент формирования визуальных коммуникаций организации, проектирование базовых визуальных констант организации, разработка дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации для различных носителей, разработка паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации.

Общая трудоемкость дисциплины: 72/2 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет

Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» является обеспечение научно-информационной базы, необходимой для высокопрофессиональной деятельности специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью, направленной на проектирование визуальных коммуникаций организации.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Основы визуальных коммуникаций» включена в вариативную часть (часть, формируемую участниками образовательных отношений) блока дисциплин (Б1) учебного плана. Дисциплина «Основы визуальных коммуникаций» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)».

Дисциплина «Основы визуальных коммуникаций» читается в 4-м семестре и является учебной дисциплиной по выбору наряду с дисциплиной «Реклама как поликодовый текст».

Особенностью дисциплины является ее практическая направленность на освоение обучающимися алгоритма и методик проектирования визуальных коммуникаций организации.

Рабочая программа дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение учебной дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач. ед. (72 часа, 4-й семестр), их распределение по видам работ представлено в таблице 2.

Таблица 2

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Вид учебной работы	Трудоёмкость
	час.
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	72
1. Контактная работа:	
Аудиторная работа	18,25
<i>в том числе:</i>	
<i>лекции (Л)</i>	4
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	14
<i>консультации перед экзаменом</i>	-
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	53,75
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>	53,75
<i>Подготовка к экзамену</i>	-
Вид промежуточного контроля:	зачет

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы компетенций ¹	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	ПКос-2	Способен к проектированию программ продвижения и коммуникационных мероприятий на основе анализа рынка и маркетингового коммуникационного пространства	ПКос-2.2 Разрабатывает коммуникационную стратегию компании и проектирует программы продвижения и мероприятия, способствующие увеличению продаж	понятие и роль визуальных коммуникаций в коммуникационной стратегии организации; виды и функции визуальных коммуникаций организации; графические инструменты формирования визуальных коммуникаций организации; алгоритм проектирования визуальных коммуникаций организации	различать виды и инструменты визуальных коммуникаций организации, выбирать оптимальную стратегию визуальных коммуникаций организации	навыками разработки паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации
2.	ПКос-3	Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПКос-3.2 Использует современные технологии разработки мероприятий в работе с различными целевыми группами	особенности разработки дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации для различных носителей и целевых аудиторий	выбирать оптимальную дизайн-концепцию визуальных коммуникаций организации в зависимости от специфики целевой аудитории	навыками разработки базовых визуальных констант организации; дизайн-концепции визуальных коммуникаций для различных носителей

¹ **Индикаторы компетенций** берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра». Каждый индикатор раскрывается через «знать», «уметь», «владеть».

4.2 Содержание дисциплины

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Раздел I. Роль визуальных коммуникаций в коммуникационной стратегии организации					
Тема 1. Сущность, виды и функции визуальных коммуникаций организации	12	2	0	-	10
1.1. Понятие «визуальные коммуникации» организации					
1.2. Виды и функции визуальных коммуникаций организации					
Тема 2. Графический дизайн как инструмент формирования визуальных коммуникаций организации	14	2	2	-	10
2.1. Понятие и типология графического дизайна					
2.2. Принципы и элементы графического дизайна					
2.3. Инструменты графического дизайна					
Раздел II. Проектирование визуальных коммуникаций организации					
Тема 3. Проектирование базовых визуальных констант организации	14	0	4	-	10
3.1. Проектирование фирменного блока					
3.2. Разработка цветовой системы фирменного стиля					
3.3. Разработка фирменной типографики					
Тема 4. Разработка дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации для различных носителей	14	0	4	-	10
4.1. Разработка дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации для традиционных носителей					
4.2. Разработка дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации в веб-среде					
Тема 5. Разработка паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации	17,75	0	4	-	13,75
5.1. Понятие и структура паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации					
5.2. Алгоритм разработки паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации					
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25			0,25	
Итого по дисциплине	72	4	14	0,25	53,75

4.3 Лекции/практические занятия

Таблица 4

Содержание лекций, практических/семинарских занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Раздел I. Роль визуальных коммуникаций в коммуникационной стратегии организации				
	Тема 1. Сущность, виды и функции визуальных коммуникаций организации	Лекция № 1. Понятие «визуальные коммуникации» организации. Виды и функции визуальных коммуникаций организации	ПКос-2.2	-	2
	Тема 2. Графический дизайн как инструмент формирования визуальных коммуникаций организации	Лекция № 2. Понятие и типология графического дизайна	ПКос-2.2 ПКос-3.2	-	2
		Семинарское занятие № 1. Принципы, элементы, инструменты графического дизайна	ПКос-2.2 ПКос-3.2	-	2
2	Раздел II. Проектирование визуальных коммуникаций организации				
	Тема 3. Проектирование базовых визуальных констант организации	Практическое занятие № 1. Деловая игра «Разработка проекта визуальных коммуникаций организации» - Этап 1 «Проектирование базовых визуальных констант организации»	ПКос-3.2 ПКос-2.2	-	4
	Тема 4. Разработка дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации для различных носителей	Практическое занятие № 2. Деловая игра «Разработка проекта визуальных коммуникаций организации» - Этап 2 «Разработка дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации для различных носителей»	ПКос-3.2 ПКос-2.2	-	4
	Тема 5. Разработка паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации	Практическое занятие № 3. Деловая игра «Разработка проекта визуальных коммуникаций организации» - Этап 3 «Разработка паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации»	ПКос-3.2 ПКос-2.2	Защита проекта	4

Самостоятельная работа

Таблица 5

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Раздел I. Роль визуальных коммуникаций в коммуникационной стратегии организации		
1	Тема 1. Сущность, виды и функции визуальных коммуникаций организации	История развития концепции визуальных коммуникаций организации (ПКос-2.2)
2	Тема 2. Графический дизайн как инструмент формирования визуальных коммуникаций организации	Дизайн как глобальное явление культуры. Специфика дизайн-проектирования. Уровни и виды дизайна. Системный дизайн как особый вид творческого проектирования. (ПКос-3.2; ПКос-2.2)
Раздел II. Проектирование визуальных коммуникаций организации		
3	Тема 3. Проектирование базовых визуальных констант организации	Основные детерминанты коммуникативной эффективности визуальных констант организации Цветовой круг как инструмент определения цветовой гармонии. (ПКос-3.2; ПКос-2.2)
4	Тема 4. Разработка дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации для различных носителей	Проблема единства эстетического восприятия визуальных коммуникаций организации. (ПКос-3.2; ПКос-2.2)
5	Тема 5. Разработка паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации	Особенности разработки паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации, определяемые отраслевой спецификой организации. (ПКос-3.2; ПКос-2.2)

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)
1	Тема 2. Графический дизайн как инструмент формирования визуальных коммуникаций организации	Л Лекция-дискуссия: Понятие и типология графического дизайна.
2	Тема 3. Проектирование базовых визуальных констант организации	ПЗ Деловая игра «Разработка проекта визуальных коммуникаций организации» - Этап 1 «Проектирование базовых визуальных констант организации»

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)
3	Тема 4. Разработка дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации для различных носителей	ПЗ	Деловая игра «Разработка проекта визуальных коммуникаций организации» - Этап 2 «Разработка дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации для различных носителей»
4	Тема 5. Разработка паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации	ПЗ	Деловая игра «Разработка проекта визуальных коммуникаций организации» - Этап 3 «Разработка паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации»

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

6.1.1. Вопросы для подготовки к контрольным мероприятиям (текущий контроль)

Дисциплина предполагает следующую форму текущего контроля знаний:

Деловая игра: «Разработка проекта визуальных коммуникаций организации» - Тема 3,4,5.

Задание для деловой игры «Разработка проекта визуальных коммуникаций организации»

Задание:

1. *Разработать концепцию новой компании (X)*
2. *Провести анализ специфики российского рынка и товарной категории, соответствующих компании (X).*
3. *Описать целевую группу потребителей продукции компании (X).*
4. *Разработать базовые визуальные константы компании (X).*
5. *Разработать дизайн-концепцию визуальных коммуникаций компании (X) для различных носителей.*
6. *Разработать паспорт стандартов визуальных коммуникаций компании (X).*
7. *Разработать презентацию проектных решений.*

Вид контрольного мероприятия для деловой игры

Видом контрольного мероприятия для деловой игры является защита разработанного в ходе деловой игры проекта, проходящая в формате его презентации. Процедура защиты включает в себя обязательную научную аргументацию проектных решений и ответов на вопросы преподавателя.

**Описание шкалы оценивания степени сформированности компетенций
для деловой игры по теме 3,4,5 «Разработка проекта визуальных
коммуникаций организации»**

<i>Оценка</i>	<i>Формулировка требований к степени сформированности компетенции</i>
<i>зачтено</i>	Студент принимает участие в деловой игре, демонстрируя знание специфики основных этапов разработки проекта визуальных коммуникаций организации; умение определять коммуникативно эффективную стратегию визуальных коммуникаций организации; владение навыками разработки визуальных констант компании, дизайн-концепции визуальных коммуникаций для различных носителей; паспорта стандартов визуальных коммуникаций компании.
<i>не зачтено</i>	Студент не принимает участие в деловой игре, или демонстрирует незнание специфики основных этапов разработки проекта визуальных коммуникаций организации; неумение определять коммуникативно эффективную стратегию визуальных коммуникаций организации; невладение навыками разработки визуальных констант компании, дизайн-концепции визуальных коммуникаций для различных носителей; паспорта стандартов визуальных коммуникаций компании.

6.1.2. Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию (зачет)

1. Понятие «визуальные коммуникации» организации
2. Виды визуальных коммуникаций организации
3. Функции визуальных коммуникаций организации
4. История развития концепции визуальных коммуникаций организации
5. Графический дизайн как инструмент формирования визуальных коммуникаций организации
6. Дизайн как глобальное явление культуры
7. Понятие графического дизайна
8. Специфика дизайн-проектирования
9. Уровни и виды дизайна
10. Системный дизайн как особый вид творческого проектирования
11. Типология графического дизайна
12. Принципы и элементы графического дизайна
13. Инструменты графического дизайна
14. Алгоритм проектирования базовых визуальных констант организации
15. Особенности проектирования фирменного блока
16. Основные подходы к разработке цветовой системы фирменного стиля
17. Цветовой круг как инструмент определения цветовой гармонии
18. Принципы и технологии разработки фирменной типографики

19. Основные детерминанты коммуникативной эффективности визуальных констант организации
20. Принципы разработки дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации для различных носителей
21. Разработка дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации для традиционных носителей
22. Разработка дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации в веб-среде
23. Проблема единства эстетического восприятия визуальных коммуникаций организации
24. Понятие и структура паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации
25. Принципы и алгоритм разработки паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации
26. Инструменты разработки паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации
27. Особенности разработки паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации, определяемые отраслевой спецификой организации

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и степени сформированности компетенций по дисциплине используется традиционная система контроля и оценки успеваемости студентов, представленная в таблице 8.

Критерии оценивания результатов обучения

Таблица 8

<i>Оценка</i>	<i>Формулировка требований к степени сформированности компетенции</i>
<i>зачтено</i>	Знает понятие и роль визуальных коммуникаций в коммуникационной стратегии организации; виды и функции визуальных коммуникаций организации; графические инструменты формирования визуальных коммуникаций; алгоритм проектирования визуальных коммуникаций организации; особенности разработки дизайн-концепции визуальных коммуникаций организации для различных носителей и целевых аудиторий; умеет различать виды и инструменты визуальных коммуникаций, выбирать оптимальную стратегию визуальных коммуникаций организации в зависимости от специфики целевой аудитории; владеет навыками разработки базовых визуальных констант организации; дизайн-концепции визуальных коммуникаций для различных носителей, разработки паспорта стандартов визуальных коммуникаций организации.

<i>не зачтено</i>	Не знает понятие и роль визуальных коммуникаций в коммуникационной стратегии организации; виды и функции визуальных коммуникаций организации; графические инструменты формирования визуальных коммуникаций; алгоритм проектирования визуальных коммуникаций организации; не умеет различать виды и инструменты визуальных коммуникаций, выбирать оптимальную стратегию визуальных коммуникаций организации в зависимости от специфики целевой аудитории; не владеет навыками проектирования визуальных коммуникаций организации
-------------------	---

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Диков, А. В. Клиентские технологии веб-дизайна. HTML5 и CSS3 : учебное пособие / А. В. Диков. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 188 с. — ISBN 978-5-8114-3822-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/122174> (дата обращения: 23.06.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Москва : Дашков и К, 2017. — 488 с. — ISBN 978-5-394-01185-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93416> (дата обращения: 17.02.2020).

7.2 Дополнительная литература

1. Джикович, Ю. В. Практический маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Джикович, А. А. Арефьева, Е. Е. Вольнов ; под редакцией Г. С. Никифорова. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 140 с. — ISBN 978-5-8114-3637-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/116375> (дата обращения: 23.06.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Управление проектами : учебник / В. Н. Островская, Г. В. Воронцова, О. Н. Момотова [и др.]. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 400 с. — ISBN 978-5-8114-4043-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/114700> (дата обращения: 23.06.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3 Нормативные правовые акты

Не предусмотрено

7.4 Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине

Практические занятия по учебной дисциплине «Основы визуальных коммуникаций» предполагают акцентирование практической направленности полученных знаний, освоение и закрепление изучаемых вопросов посредством решения как теоретических, так и практических задач.

Практические занятия по учебной дисциплине позволяют студенту овладеть навыками практического использования методологического инструментария, специальных методов и методик проектирования визуальных коммуникаций организации.

Проведение практических занятий по учебной дисциплине «Основы визуальных коммуникаций» предполагает реализацию интерактивных форм обучения, в рамках которых образовательный процесс осуществляется в групповой совместной деятельности, построенной на групповом взаимодействии, сотрудничестве, кооперации, командной работе студентов и направлен на воспитание творческой активности и инициативы обучающихся.

Учебные занятия по дисциплине предполагает реализацию следующих интерактивных форм:

- групповая дискуссия;
- деловая игра.

Процедура проведения учебного занятия в форме групповой дискуссии

Учебное занятие в форме групповой дискуссии предполагает активное обсуждение в учебной группе определенной научно-практической проблемы. В ходе групповой дискуссии преподаватель направляет и контролирует ее динамику, задает вопросы студентам с целью выяснения их знаний по соответствующей теме. В процессе проведения групповой дискуссии студент должен принимать активное участие в обсуждении проблемы, корректно отвечать на вопросы преподавателя, демонстрируя знания по теме, умение их актуализации в процессе анализа научно-практической проблемы, владение научным терминологическим аппаратом предметной области дисциплины.

Процедура проведения деловой игры

Деловая игра интерпретируется как активный метод обучения, нацеленный на формирование профессиональных компетенций обучающегося в условиях имитации реальных условий, при отработке конкретных специфических операций, моделировании соответствующего рабочего процесса.

Деловая игра - это контролируемая система, так как процедура игры готовится и корректируется преподавателем. Если игра происходит в прогнозируемом режиме, преподаватель может не вмешиваться в игровые отношения, а лишь наблюдать и оценивать игровую деятельность студентов. Но если действия выходят за пределы прогнозируемого результата, превышая

границы «допуска», срывая цели занятия, преподаватель может откорректировать направленность игры.

Стандартная методика проведения деловой игры включает в себя следующие этапы:

Подготовительный этап

Разработка сценария, плана, общего описания игры, содержание инструктажа по ролям, разработка творческих заданий, связанных с будущей профессией, технологией производственных процессов, подготовка материального обеспечения.

Ввод в игру

Постановка проблемы, цели, знакомство с правилами, регламентом, распределение ролей, формирование групп, консультации. Студенты делятся на несколько малых групп. Количество групп определяется числом творческих заданий, которые будут обсуждаться в процессе занятия и количеством ролей. Малые группы формируются либо по желанию студентов, либо по родственной тематике для обсуждения.

Малые группы занимают определенное пространство, удобное для обсуждения на уровне группы. В группе определяются спикер, оппоненты, эксперты. Спикер выполняет функционал роли, занимает лидирующую позицию, организует обсуждение на уровне группы, формулирует общее мнение малой группы. Оппонент внимательно слушает предлагаемые позиции во время дискуссии и формулирует вопросы по предлагаемой информации. Эксперт формирует оценочное суждение по предлагаемой позиции своей малой группы и сравнивает с предлагаемыми позициями других групп.

Каждая малая группа обсуждает творческое задание в течение отведенного времени. Задача данного этапа – сформулировать групповую позицию по творческому заданию.

Этап проведения

Групповая работа над заданием, межгрупповая дискуссия, защита результатов, работа экспертов. Заслушиваются суждения, предлагаемые каждой малой группой по творческому заданию, с учетом предложенной роли. После каждого суждения оппоненты задают вопросы, выслушиваются ответы авторов предлагаемых позиций. В завершении формулируется общее мнение, выражающее совместную позицию по творческому заданию.

Этап анализа и обобщения

Выводы из игры, анализ результатов, рефлексия, оценка и самооценка, обобщение, рекомендации. Эксперты предлагают оценочные суждения по высказанным путям решения предлагаемых творческих заданий осуществляют сравнительный анализ предложенного пути решения с решениями других малых групп. Преподаватель дает оценочное суждение и работе малых групп, по решению творческих заданий с учетом предложенных ролей, и эффективности предложенных путей решения.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

№ п/п	Наименование	Электронный адрес
1.	EBSCO – Универсальная база данных зарубежных полнотекстовых научных журналов по всем областям знаний.	http://search.epnet.com (открытый доступ)
2.	EmeraldManagementExtra 111 - база данных по экономическим наукам, включает 111 полнотекстовых журналов издательства Emerald по менеджменту и смежным дисциплинам.	www.emeraldinsight.com/ft (открытый доступ)
3.	Библиографические базы данных ИНИОН по социальным и гуманитарным наукам.	http://www.inion.ru/ (открытый доступ)

9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программное обеспечение необходимое для освоения дисциплины:

Таблица 9

Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины	Наименование программы	Тип программы	Автор	Год разработки
1	Раздел II. Проектирование визуальных коммуникаций организации	Microsoft Windows 10	Операционная система, используемая для доступа к сети Интернет	Корпорация Microsoft	2015

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Таблица 10

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**
1	2

Корпус № 6, аудитория № 250.	<ul style="list-style-type: none"> - CelD-1800/512/80/DVD-R - ин.№ 558788/200 - Доска белая - ин.№ 558762/2 - Мультимедийный проектор BENQ MW526E - ин.№ 21013800003859 - Крепление для проектора - ин.№ 558769/1 - Экран с электроприводом ин.№ 558771 - Копозиция стол+2 студ.стула Медалист 120*50*76- 6 шт. - ин.№ 594115 - 594120 - Парты + скамейки (Комплект Медалист)-12 шт. - ин.№ 593972 -593984
Корпус № 6, аудитория № 249.	<ul style="list-style-type: none"> - Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел - ин.№ 598946 - Стол аудиторный - ин.№ 558588 18 шт. - Стул ученический - ин.№ 558591 36 шт. - Стол для преподавателя - ин.№ 558592/2 - Стул ИЗО ин.№ 558590 1 шт.
Корпус № 6, аудитория № 248.	<ul style="list-style-type: none"> - Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. - ин.№ 598947 - Стулья лекционные ИСЦ с откидн. столиком и пюпитром 24 шт. - Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый) 1 шт. - Стол переговорный на 8-10 мест 220*120*76+2 сектора +4 опоры - ин.№ 598951 - Стол письменный - ин.№ 554542
Корпус № 6, аудитория № 251.	<ul style="list-style-type: none"> - Доска меловая – 1 шт. - Парты + скамейки (Комплект Медалист)-11 шт. - ин.№ 593960 -593971 - Стол письменный - ин.№ 554542 - Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый)1 шт.
Центральная научная библиотека имени Н.И. Железнова (читальные залы библиотеки)	9 читальных залов (5 компьютеризированных), организованных по принципу открытого доступа и оснащенных WiFi , Интернет-доступом
Общежитие № 9. Комната для самоподготовки	

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

1. Особенности организации учебного процесса по дисциплине.

Учебный процесс по дисциплине «Основы визуальных коммуникаций» включает в себя проведение лекционных, семинарских/практических занятий по дисциплине, а также самостоятельное внеаудиторное освоение учебного материала студентом. Формой промежуточного контроля знаний по дисциплине является зачет.

Аудиторные занятия по дисциплине проводятся преимущественно в активной и интерактивной форме, что способствует повышению качества усвоения студентом учебного материала, усилению его интереса к изучаемой предметной области.

Все практические самостоятельные работы по дисциплине с необходимостью предполагают предварительное освоение соответствующих

теоретических информационных блоков в процессе аудиторных занятий, поэтому пропуск студентом занятий по дисциплине приводит к низкой результативности выполнения им практических самостоятельных работ.

2. Наиболее сложные для усвоения темы дисциплины.

В процессе освоения учебной дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» наиболее сложными для усвоения темами являются следующие:

Тема 1. Сущность, виды и функции визуальных коммуникаций организации.

Тема 2. Графический дизайн как инструмент формирования визуальных коммуникаций организации.

Указанные темы представляют собой теоретическое содержательное ядро дисциплины, поэтому они содержат большое количество профессиональной терминологии, а также узко специализированной терминологии специалистов по графическому дизайну. Определенную сложность для успешного усвоения студентом могут представлять изучаемые в Теме №2 специальные методики инструментария графического дизайна.

3. Рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по дисциплине.

Организация самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Основы визуальных коммуникаций» предполагает предварительное освоение обучающимся информации по соответствующей теме, полученной в процессе лекционных и семинарских занятий.

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины представлен в п. 4.3. Их внеаудиторное освоение обучающимся нацелено на углубление и расширение профессиональных знаний, полученных в рамках аудиторных занятий.

В качестве информационных источников для самостоятельной работы студенту рекомендуется использовать основную и дополнительную литературу, указанную в п. 7, а также ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», указанные в п. 8. Наряду с указанными источниками студентом могут быть использованы и другие информационными ресурсы, отвечающие требованию научной и научно-практической литературы, а также соответствующие содержательной направленности учебной дисциплины.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший занятия, обязан подготовить реферат по теме пропущенного занятия согласно требованиям и ответить на вопросы по реферату.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

1. Описание специфики дисциплины.

Специфика учебной дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» заключается в том, что ее тематическое поле интегрирует в себя знания и

терминологический аппарат маркетинговых коммуникаций, брендинга, менеджмента. Следовательно, для успешного освоения дисциплины и формирования соответствующих компетенций обучающийся должен обладать базовыми знаниями в указанных сферах.

2. Рекомендации по применению методов преподавания.

В процессе преподавания учебной дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» рекомендуется систематическое использование активных и интерактивных методов, поощрять выработку обучающимся собственной научно-аргументированной позиции по изучаемым темам и, рассматриваемым в их контексте, профессиональным проблемам. Систематически иллюстрировать учебный материал практическими примерами, отражающими наиболее актуальную проблематику теории и практики визуальных коммуникаций организации.

3. Специфика организационных форм обучения по темам дисциплины.

Лекционные занятия в процессе преподавания учебной дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» проводятся по темам (№№ 1,2). Лекцию по теме №2 рекомендуется проводить в активной форме (формат лекции-дискуссии).

Семинарское занятие по дисциплине проводится по теме № 2. Семинарское занятие рекомендуется проводить в активной форме с включением элементов групповой дискуссии.

Практические работы по дисциплине проводятся по темам №№3,4,5. Практические работы рекомендуется проводить в формате сквозной имитационной деловой игры.

4. Особенности организации самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа студентов по учебной дисциплине «Основы визуальных коммуникаций», предполагает внеаудиторное освоение обучающимся вопросов, указанных в п. 4.3, направленных на углубление и расширение профессиональных знаний, полученных в рамках аудиторных занятий. В качестве информационных источников для самостоятельной работы студентов рекомендуется использовать основную и дополнительную литературу, указанную в п. 7, а также ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», указанные в п. 8.

Программу разработала:

Александрова И.Ю., к.пс.н., доцент

(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ

**на рабочую программу дисциплины «Основы визуальных коммуникаций»,
ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»,
направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»
(квалификация выпускника – магистр)**

Зайцевым Алексеем Анатольевичем, кандидатом филологических наук, зав.кафедрой русского языка и культуры речи ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева (далее по тексту - рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (уровень обучения – магистратура) разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре связей с общественностью и речевой коммуникации (разработчик – Александрова Ирина Юрьевна, доцент, кандидат психологических наук).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе **актуальность** учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к вариативной части учебного цикла – Б1.

3. Представленные в Программе **цели** дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

В соответствии с Программой за дисциплиной «Основы визуальных коммуникаций» закреплены 2 **компетенции** (ПКос-3.2; ПКос-2.2). Дисциплина «Основы визуальных коммуникаций» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях. **Результаты обучения**, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

4. Общая трудоёмкость дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» составляет 2 зачётных единицы (72 часа).

5. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Основы визуальных коммуникаций» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и возможность дублирования в содержании отсутствует.

6. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

7. Программа дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» предполагает проведение занятий по 4-м темам в активной и интерактивной форме.

8. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

9. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (участие в сквозной деловой игры, проводимой в форме игрового проектирования (в профессиональной области), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

10. Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета, что соответствует статусу дисциплины, как

дисциплины вариативной части учебного цикла – Б1 ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

11. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

12. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 2 источника (учебник, учебное пособие), дополнительной литературой – 2 наименования, все источники со ссылкой на электронные ресурсы, Интернет-ресурсы – 3 источника и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

14. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Основы визуальных коммуникаций».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (квалификация выпускника – магистр), разработанная Александровой И.Ю., доцентом, кандидатом психологических наук, соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Зайцев А.А., зав. кафедрой иностранных и русского языков
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева,
кандидат филологических наук

_____ (подпись)

« _____ » _____ 201_ г.