

ДИЗАЙН ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

1. Цель освоения дисциплины

Изучение и освоение технологий визуальной коммуникации: проектных методологий, технологий разработки рекламных и бренд-коммуникаций, принципов создания художественно-образных решений в объектах визуальных коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Дизайн визуальных коммуникаций» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Дизайн визуальных коммуникаций» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Пропедевтика», «Социология», прохождения практики «Педагогическая практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

– формы рекламы; методы художественного оформления рекламы; этапы, принципы, методы конструирования визуальной рекламы; критерии, методы оценки эффективности визуальной рекламы;

уметь

– разрабатывать визуальный продукт с использованием различных графических средств и приемов; использовать компьютерные и традиционные технологии в процессе конструирования визуального продукта;
– разрабатывать визуальный продукт с использованием различных графических средств и приемов; использовать компьютерные и традиционные технологии в процессе создания объектов визуальной коммуникации;

владеть

– навыками конструирования визуальной продукции для разных каналов коммуникации; практическими навыками работы с современными и традиционными средствами создания продукта визуальной коммуникации.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 40 ч., СРС – 68 ч.),

распределение по семестрам – 8,

форма и место отчётности – аттестация с оценкой (8 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Исторические и методологические основы конструирования объектов визуальной коммуникации..

Коммуникативное пространство и его организация (символическая, визуальная, событийная и др.) Цвет и композиция в объектах визуальной коммуникации. Современные и традиционные средства создания объектов визуальной коммуникации

Особенности конструирования рекламы с учетом ее восприятия..

Особенности разработки визуальных объектов коммуникации для разных каналов (наружная реклама, постер, буклет, баннер, визитка и др.). Визуальные технологии конструирования объектов визуальных коммуникаций. Оценка художественной ценности и социально-психологической эффективности объектов визуальной коммуникации

6. Разработчик

Елхова О.В., ассистент кафедры теории и методики обучения изобразительного искусства и дизайна костюма.