

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины «Пропедевтика визуальной коммуникации»

Для студентов дневного отделения направления подготовки 44.03.04 «Профессиональное обучение» профиль «Медиакоммуникации»

Разработчик

к. пед. н.

доцент кафедры теории коммуникации и рекламы

Л.В. Плуженская

1. Общие требования к организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов осуществляется путем:

- подготовки теоретических вопросов по соответствующим разделам дисциплины и темам лекционных занятий;
- решения прикладных практических задач по соответствующим разделам курса;
- подготовки научных выступлений (презентаций) по практическим вопросам, рассматриваемым в процессе изучения дисциплины.

2. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Розенсон И.А., Основы теории дизайна, СПб, Питер, 2007, 219с. (25 экз.)
2. Плуженская Л.В. Дизайн-анализ в рекламе: учебное пособие – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2015. (95 экз.)
3. Графический дизайн. Современные концепции : учебное пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.] ; отв. ред. Е. Э. Павловская. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 183 с. — (Серия : Университеты России). — (Юрайт. Электронный ресурс <https://biblio-online.ru>)

б) дополнительная литература

1. Аниськина Н.В., Колышкина Т.Б., Рекламный текст: теория и практика анализа, Ярославль, ЯГПУ, 2010, 0с (24 экз.)
2. Романов А.А. и др., Разработка рекламного продукта, М, ИНФРА-М, 2012, 0с (10 экз.)
3. Васильев Г.А., Поляков В.А., Основы рекламы, М, ИНФРА-М, 2011, 0с (12 экз.)
4. Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд, М, Аспект Пресс, 2012, 159с (5 экз.)
5. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 109 с. — (Серия : Университеты России). — (Юрайт. Электронный ресурс <https://biblio-online.ru>)

3. Требования к итоговой аттестации студентов

Изучение дисциплины завершается зачетом, на котором проверяется усвоение основного содержания дисциплины, оценивается степень сформированности компетенций, связанных с проектной, организационно-управленческой, коммуникативной, исследовательской деятельностью в области рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для итоговой аттестации по курсу (экзамен)

1. Содержание понятия «визуальная коммуникация».

2. Специфика визуальной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.
3. Характеристика и классификация систем визуальных коммуникаций
4. Процессный подход в визуальной коммуникации
5. Проблемы формообразования в системах визуальных коммуникаций
6. Проблемы стилиобразования в системах визуальных коммуникаций
7. Интертекстуальность городской среды
8. Корпоративные коммуникации как поликодовый текст
9. Процесс инициации проектирования системы визуальных коммуникаций. Техническое задание на разработку.
10. Предпроектные исследования систем визуальных коммуникации. SWOT- анализ.
11. Концепция проекта: Идея, название, цель проекта . Миссия и видение проекта.
12. Принципы моделирования системы визуальной коммуникации
13. Этапы конструирования систем визуальной коммуникации
14. Системный подход к проектированию систем визуальных коммуникаций
15. Жизненный цикл системы визуальных коммуникаций
16. Процесс организации и планирования проекта. Тимбилдинг
17. Процесс реализации проекта. RACE-технология. Работа со стейкхолдерами проекта.
18. Процессы контроля. Оценка эффективности и качества системы визуальных коммуникаций
19. Управление ресурсами системы визуальных коммуникаций
20. Управление рисками проекта системы визуальных коммуникаций. Тайм-менеджмент проекта.
21. Процесс завершения проекта. Маркетинг проекта. Распространение результатов

4. Контрольная работа

по теме 4 «Классификация систем визуальных коммуникаций. Типология систем визуальных коммуникаций»

Студенту выдаются два текста журнальной и/или газетной рекламы.

Руководствуясь методикой композиционно-графического анализа, студент должен идентифицировать, охарактеризовать и оценить эффективность использования в рекламных сообщениях художественных средств выразительности.

по теме 6 «Особенности современных художественных средств визуальных коммуникаций»

1. Дайте определение понятию кодирование художественного текста;
2. Перечислите основные современные художественные средства выразительности.
3. Опишите их.
4. Перечислите основные изобразительные средства визуальных коммуникаций
5. Опишите их.
6. Из числа предложенных образцов выберите и идентифицируйте коды.

по теме 2 «Системный подход в проектировании систем визуальных коммуникаций»

1. Сформулируйте этапы проектирования объекта в производственном процессе
2. Изобразите графически или опишите процесс проектирования вновь создаваемого объекта.
3. . Изобразите графически или опишите модель управления процессом проектирования вновь создаваемого объекта.