

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой политических и
общественных коммуникаций

Протокол от «23» мая 2018 г. №10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДВ.06.03 Дизайн в рекламе
(авторский курс)**

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности))

"Диджитал реклама и связи с общественностью"

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма(ы) обучения)

Год набора 2019

Москва, 2018 г.

Автор-составитель:

Старший преподаватель, кафедры политических и общественных коммуникации,
кандидат искусствоведения, Гурова Екатерина Александровна .

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD
Потоликио

С.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина «Дизайн в рекламе» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

1.1.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	1 этап (код этапа ПК - 13.1)	Способность анализировать процессы деятельности организации в выбранной сфере, проводить описание конкретных приемов коммуникационных мероприятий., коммуникационные аспекты работы организации, описания техник организации коммуникационных мероприятий
ПК 16	Способность осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	2 этап (код этапа ПК - 16.2) –	Способность самостоятельно искать, извлекать, систематизировать, анализировать и отбирать необходимую для решения профессиональных задач информацию, организовывать, преобразовывать, сохранять и передавать её с целью осуществления всех этапов рекламной продукции

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
определение порядка реализации коммуникационной стратегии	1 этап (код этапа ПК - 13.1)	на уровне знаний: механизмы деятельности рекламной организации. - основные принципы работы рекламной и PR-организации.
		на уровне умений: - составлять планы и графики рекламных кампаний и мероприятий, разработать техническое исполнение. - работать с рекламой, рекламными и

		пропагандистскими кампаниями.
		на уровне навыков: - навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью. - навыками контроля за рекламной продукцией. - навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности.
производство и распространение рекламной продукции	2 этап (код этапа ПК -16.2) –	на уровне знаний: типы и виды рекламной продукции - место и роль рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний. - знание принципов работы с дизайнерами, программистами, разработчиками.
		на уровне умений: - выбирать типы и виды рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью - использовать рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний. - работать с визуальными элементами; работать с продакшн-компаниями (типографии, разработчики программного обеспечения).
		на уровне навыков: - технологией подбора типа и вида рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью - владение профильными компьютерными программами (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, QuarkXPress, PageMaker и их аналоги).

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.03 «Дизайн в рекламе» трудоемкостью 2 зачетных единицы реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый уровень знаний в области психологии, философии, культурологии, социологии, PR и массовых коммуникаций, а также на приобретенные ранее умения и навыки в области информационных и компьютерных технологий.

Дисциплина реализуется после изучения курсов «Теория и практика массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций» и «Лаборатория дизайна».

На контактную работу с преподавателем выделяется 28 часов в форме практических занятий, на самостоятельную работу обучающихся выделяется 44 часа. Лекционные занятия не предусмотрены.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ	ЛР/ ЭО, ДОТ	ПЗ/ ЭО, ДОТ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Ощущение и восприятие. Свойства восприятия и его виды	6			2		4	Опрос
Тема 2	Восприятие формы и цвета, восприятие пространства.	6			2		4	Опрос
Тема 3	Специфика восприятия произведения искусства и дизайна.	6			2		4	Опрос
Тема 4	Виды композиционных построений, организация композиции.	6			2		4	Опрос
Тема 5	Графические средства и их изобразительные возможности	6			2		4	Опрос
Тема 6	Формальные средства графической композиции	6			2		4	Опрос
Тема 7	Организация ритмической композиции	6			2		4	Опрос
Тема 8	Стилизация биоформы	6			2		4	Опрос
Тема 9	Проектирование графического комплекса	24			12		12	Проект
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72			28		44	

Содержание дисциплины

Тема 1. Ощущение и восприятие. Свойства восприятия и его виды
Психология восприятия как часть когнитивной психологии.

Исторические предпосылки психологии. Формирование психологии как науки. Формирование психологии восприятия как части когнитивной психологии. Восприятие как способ познания. Восприятие как отражение действующих в данный момент стимулов.

Ощущение как непосредственное симультанное воздействие на органы чувств (анализаторы). Восприятие – наглядный образ действующих в данный момент на органы чувств предметов и явлений в совокупности их различных элементов и свойств.

Свойства восприятия: предметность, целостность, структурность, константность.

Роль установки в восприятии. Иллюзии установки.

Непроизвольное восприятие, произвольное восприятие и наблюдение.

Тема 2. Восприятие формы и цвета, восприятие пространства.

Основные сведения по физиологии восприятия. Структура глаза. Нервные пути от глаза к мозгу. Преобразование энергии света в нервную активность. Наличие клеток, дифференциально чувствительных к цвету, движению и ориентации.

Связь зрения, осязания и кинестетических ощущений. «Оптические» и «гаптические» ценности.

Восприятие цвета как сложный комплекс ощущений.

Двигательный подтекст восприятия пространства и объема. Участие мышечных усилий в восприятии пространства.

Восприятие глубины и поверхностей, восприятие и распознавание целостных объектов. Распознавание паттернов (по Дж. Андерсону).

Тема 3. Специфика восприятия произведения искусства и дизайна.

Несводимость восприятия произведения искусства и дизайна к первичным психологическим реакциям. Культурно-социальная составляющая индивидуального восприятия.

Р. Арнхейм и его труды. Применение достижений гештальтпсихологии к произведениям искусства.

Основные труды. «Искусство и визуальное восприятие» как базовая концепция. Вес и равновесие, очертание и форма (shape and form), развитие, пространство, движение.

Развитие этих идей в редакции 1974г. и в «Новых очерках по психологии искусства». Специфика функционирования гештальткатегорий в объектах дизайна, при синтезе утилитарной и художественно-эстетической функции.

«Динамика архитектурных форм» и ее значение для современного пространствопонимания в архитектуре и дизайне.

«Entropy and art. Disorder and order». Идеи упорядоченности, связь с теорией систем.

Понятие «разумного глаза». Зрительное ощущение и его интерпретация. Влияние установки. Роль абстракции.

Двойственность изображения. Значение ее для дизайна.

Неоднозначно воспринимаемые визуальные объекты. Невозможные объекты. Использование в графике. Современная трактовка невозможных объектов (Фукуда, Колейчук).

Фигуры, содержащие искажения формы. Оп-арт и его значение для современного дизайна.

Тема 4. Виды композиционных построений, организация композиции.

Базовое понятие о композиции как об организующей структуре, изобразительной системы для выражения идеи. Основные виды композиционных построений: фронтальная композиция, объемная композиция, глубинно – пространственная. В рамках каждого вида композиции - приоритеты изобразительных средств и методов воздействия на зрителя.

Основной закон построения композиции: единства и соподчинения. Закон нюанса, контраста, тождества, - как выражение системы соподчинения. Равновесие – баланс изобразительных средств. Симметрия – как инвариативная система, относительно преобразований; виды симметрий. Геометрический и оптический центры композиции. Понятие асимметрии.

Тема 5. Графические средства и их изобразительные возможности.

«Рождение формы происходит от точки, передвижение которой дает линию, смещение линий строит плоскость, встреча плоскостей образует тело». Точка, линия, пятно – элементы организации плоскостной композиции. Анализ каждого средства с точки зрения изобразительных возможностей, психологии восприятия, эмоциональных, динамических характеристик.

Тема 6. Формальные средства графической композиции.

Пропорции, как средство гармонизации композиции. Определение пропорций, их значение для организации различных видов композиционных построений. Определение модуля, модульной системы, модульной сетки. «Золотое сечение», как метод гармонизации композиции. Значение пропорциональной группы в композиции. Масштаб, масштабность. Статика. Определение, характеристики, средства выражения. Виды статических композиций. Динамика. Определение, характеристики, средства выражения. Работа с направленной формой в композиции. Поворот формы, как средство организации динамической композиции.

Анализ формы: рассматриваются три основные формы: квадрат, треугольник, круг с точки зрения семантики, психологии восприятия, динамики формы и т.д., а также анализируются производные от базовых форм формообразования.

Тема 7. Организация ритмической композиции.

Временной масштаб композиции. Развитие сюжета в изобразительной системе. Многополосные печатные издания.

Пространственный масштаб композиции: открытая композиция, частично-ограниченная композиция, закрытая композиция. Общие черты и различия в построении композиционных систем. Применение различных видов композиционного построения, оправданность с точки зрения функциональности. Анализ полиграфической продукции с точки зрения масштаба композиционного построения.

Метрические композиционные системы. Понятие раппорта. Соподчинение (фон – элемент; элемент – элемент) в открытой композиции. Синкопа. Определение ритмической системы. Простые линейные ритмы (с использованием одного изобразительного средства), сложные линейные ритмы (система соподчинения 3-4-х изобразительных средств).

Тема 8. Стилизация биоформы.

Приемы стилизации формы в графическом дизайне: силуэтное, пятновое решение формы, линейное, линейно-пятновое; выявление заданных качеств объекта пластики формы, фактуры, декора. Анализ разных ракурсов, частей объекта, характеристик для наиболее выразительной стилизации.

Тема 9. Проектирование графического комплекса.

Проектируется системный графический комплекс, включающий разнообразные объекты проектной работы дизайнера. Выбор объектов проектирования зависит от темы работы. В рамках данного задания формируется концептуальное мышление, системное программирование визуальной идентификации во взаимосвязи с брендингом. Выполняется практическое задание по теме.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Дизайн в рекламе» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий семинарского типа:

- опросы;
- выполнение практических заданий.

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Задания по темам 1-3.

Задание №1. Создать эскизы для демонстрации:

- свойств произвольного и произвольного восприятия;
- иллюзий, порождаемых установкой;
- пространственных иллюзий.

Задание № 2. Создать эскизы для демонстрации:

- действия соотношения стимула и конфигурации;
- действия вербальных стимулов;
- сделать свободные вариации на темы авангардного искусства с ярко выраженными гештальтами.

Задание № 3. Создать эскизы для демонстрации действия гештальткатегорий:

- для демонстрации действия гештальткатегорий: вес и равновесие, очертание и форма (shape and form), развитие, пространство, движение;
- для демонстрации выразительности двойственных, неопределенных и/или искаженных форм.

Задание № 4. Провести формальный анализ двух объектов дизайна или рекламы с вычлениением гештальткатегорий и демонстрацией их действия. Возможен авторский анализ.

Задания по темам 4-8

Задание №5. Анализ формальной композиции

Цель работы: Выявить основные формальные средства построения композиции, проанализировать статические, динамические, пространственные, пропорциональные, тональные, линейные, пятновые, ритмические и т.д. системы построения композиции.

Задача:

Подобрать композицию заданного стиля выполнить копию работы;

Проанализировать, выполнив серию работ: линейно-пятновое состояние композиции; пространственные и пропорциональные количественные отношения работы; тоновое и цветовое решение работы; статические и динамические формы проявления образа.

Адаптировать формальную композицию на плоскость предмета, интерьера в пространство архитектурной среды города.

Задание №6. Линейная ритмическая композиция

Цель работы: Сформировать понятия по метрическим и ритмическим системам построения композиции. Определить значение количественных характеристик в метре. В

ритмических системах выявить закономерность изменения изобразительных характеристик относительно образа.

Задача:

На заданной литературной основе (стихотворение или проза) выполнить линейную ритмическую композицию ограниченными графическими средствами.

Создать композицию в рамках модуля (разворота) и в рамках линейной ритмической системы (многополосного нетиражного издания).

Выразить ритмом и графическими средствами идею автора, заданный образ, особенности характера, драматургию повествования.

Задание №7. Стилизация биоформы

Цель работы: Выявить пути и методы создания изображения в графическом дизайне на основе сужения информации, доведения объекта до знаковой формы.

Задача:

Выполнить академические зарисовки животного в разных ракурсах, поворотах и фазах движения.

На основе зарисовок выполнить стилизацию силуэтную, линейную, линейно-пятновую, фактурную, декоративную, пространственную, тоновую.

Создать знаки на основе линейных эскизов, пятновых и декоративных.

Задание по теме 9. Графический комплекс визуальной идентификации.

Цель: Формирование стратегического дизайн-мышления для объединения разнообразных носителей в единую коммуникационную систему идентификаторов бренда.

Состав проектной работы:

1. Исследовательская часть на основании проектного задания (брифа)
2. Анализ ценностей бренда;
3. Проектирование инсайта, визуального образа коммуникации;
4. Проектирование графических констант стиля: знака, цвета, подбор шрифтов;
5. Анализ целевой аудитории;
6. Проектирование объектов-носителей стиля;
7. Проектирование рекламных материалов;
8. Проектирование методических рекомендаций по пользованию стилем;
9. Подача проекта.

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	1 этап (код этапа ПК - 13.1)	Способность анализировать процессы деятельности организации в выбранной сфере, проводить описание конкретных приемов коммуникационных мероприятий., коммуникационные аспекты работы организации, описания техник организации

			коммуникационных мероприятий
ПК 16	Способность осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	2 этап (код этапа ПК -16.2) –	Способность самостоятельно искать, извлекать, систематизировать, анализировать и отбирать необходимую для решения профессиональных задач информацию, организовывать, преобразовывать, сохранять и передавать её с целью осуществления всех этапов рекламной продукции

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
1 этап (код этапа ПК -13.1)	Способен анализировать процессы деятельности организации Способен понимать коммуникационную структуру организации Определять основные коммуникационные техники организации	Студент в состоянии описать конкретные приемы мероприятий Студент понимает процессы, которые проходят в организации Студент применяет навыки по организации специальных событий
2 этап (код этапа ПК -16.2)	Способен отбирать и изучать нужную информацию Составляет план создания рекламной продукции	Студент использует различную информацию для создания рекламной продукции Описывает этапы и алгоритм создания рекламной продукции

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Зачет проводится в форме подведения итогов выполнения учебной нагрузки по дисциплине, включая выполнение предусмотренных рабочей программой дисциплины заданий. На зачете представляются результаты выполнения задания по теме 9.

4.2.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Задание по теме 9. Графический комплекс визуальной идентификации.

Цель: Формирование стратегического дизайн-мышления для объединения разнообразных носителей в единую коммуникационную систему идентификаторов бренда.

Состав проектной работы:

1. Исследовательская часть на основании проектного задания (брифа)
2. Анализ ценностей бренда;
3. Проектирование инсайта, визуального образа коммуникации;

4. Проектирование графических констант стиля: знака, цвета, подбор шрифтов;
5. Анализ целевой аудитории;
6. Проектирование объектов-носителей стиля;
7. Проектирование рекламных материалов;
8. Проектирование методических рекомендаций по пользованию стилем;
9. Подача проекта.

Шкала оценивания.

Сумма баллов	Вид оцениваемой работы	Содержание оцениваемой работы /задание	Макс. балл
100 баллов	Посещение занятий	Уменьшение баллов в пропорции к пропущенным занятиям	15
	Практические задания	1 балл за каждое выполненное задание (кроме задания по теме 9)	20
	Задание по теме 9		65

Соответствие набранных баллов оценке

Набранные баллы	Оценка
85-100 баллов	Зачет (Отлично)
70-84 баллов	Зачет (Хорошо)
50-69 баллов	Зачет (Удовлетворительно)
49 баллов и ниже	Незачет (Неудовлетворительно)

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:

«зачет» - положительный результат,

«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

Баллы за соответствующие компоненты работы над дизайн-проектом в сфере визуальных коммуникаций выставляются следующим образом:

- Необходимым условием оценки дизайн-проекта является наличие всех структурных и содержательных компонентов; решение о допуске представленных дизайн-проектов к получению оценки принимается преподавателем на основе экспертного суждения;
- Оценка дизайн-проекта проводится с привлечением группы штатных преподавателей кафедры дизайна на семестровом просмотре экспертным методом;
- Задание выполнено полностью, с соблюдением всех принципов композиции, дизайн-мышления, комбинаторики и академических правил по соответствующему разделу – максимальный балл (5);
- За каждую допущенную академическую ошибку максимальный балл снижается на 1 балл.

Здесь и далее «Академическая ошибка» означает несоблюдение принципов композиции, дизайна и дизайн-мышления (пропорции, масштаба, эргономичности, ритмичности и т.д.).

Для выставления итоговой оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система. Набранные за каждую работу баллы приводятся к максимальному баллу по данному виду работ. Баллы распределяются между посещаемостью, теоретической частью (тестами по темам), самостоятельной работой и работой над дизайн-проектом, выполнением учебных заданий.

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

Оценка выполненных практических заданий и дизайн-проекта (задания по теме 9) осуществляется преподавателем экспертным путем, с возможностью привлечения в качестве экспертов сотрудников кафедры и внешних экспертов.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Настоящая дисциплина формирует у студентов комплекс компетенций, обеспечивающих применение технологий дизайна в сфере рекламы и связей с общественностью.

Для успешного освоения дисциплины студентам необходимо:

- Заранее определить основные носители коммуникационной информации;
- Определить бюджет проекта (задания 9) и организацию, в которой будет происходить изготовление проекта (задания 9);
- В случае необходимости изготовления штучной продукции либо привлечения к его реализации других студентов / внешних партнеров или экспертов определить данные ограничения на как можно более ранней стадии и приступить к их поиску;
- Оформить все необходимые документы по проекту (заданию 9);
- Еженедельно представлять курирующему преподавателю текущие результаты работы над проектом (заданием 9).

Задания для текущего контроля и промежуточной аттестации, практические задания известны с первого занятия, поэтому рекомендуется заранее ознакомиться с их содержанием и приступить к выполнению самостоятельно, что облегчит их выполнение и позволит оптимизировать время на их выполнение.

Указания по выполнению проекта (задания к теме 9).

Выполняется как часть системной разработки средств визуальной коммуникации, графических комплексов, фирменных стилей предприятий и организаций различных отраслей народного хозяйства. В задание включается проектирование предметной и визуально-информационной среды с помощью разнообразных коммуникативных средств, обеспечивающих необходимую наглядную связь между людьми, между человеком и предметом потребления.

Возможные объекты проектирования: промышленные объединения, агропромышленные комплексы, коммерческие структуры всех видов; государственные комитеты, министерства и ведомства, акционерные общества, частные предприятия; научные учреждения, общественные и культурные организации; различные творческие объединения, издательства; учебные, спортивные, детские и другие заведения; юбилеи, акции и празднества и т.д.

Методические указания:

Дальнейшее совершенствование и углубление накопленных знаний и навыков на примерах конкретной и приближённой к реальной тематике, работе индивидуальных творческих наклонностей обучаемого. Проявление свободного владения проектными методами и профессиональным мышлением в разработке сложных комплексных заданий. Выполнение преддипломного проекта показывает уровень подготовленности студента к самостоятельному решению задач дипломной работы.

Проект должен содержать разработку основных элементов фирменного стиля (товарный знак, фирменный шрифт, фирменная цветовая гамма, фирменный блок, модульная сетка); пакет деловой документации; рекламную продукцию (по выбору студента).

Состав проектных материалов:

Графическая часть, содержащая рекламную подачу элементов проекта с выходом в рельеф и объём (М 1÷1, в материале).

Макеты элементов проекта (М 1÷1, в материале).

Пояснительная записка к заданию: «Фирменный стиль _____», включающая аналоги и их анализ, подробное обоснование концепции проекта (объём текста не более 20 страниц, общий объём – не более 40 страниц).

Вопросы для самоподготовки

1. Психология восприятия как часть когнитивной психологии
2. Ощущение и восприятие. Общие черты и различия.
3. Свойства восприятия и его виды
4. Роль установки в восприятии.
5. Связь зрения, осязания и кинестетических ощущений. «Оптические» и «тактильные» ценности.
6. Психология восприятия и ее значение в работе дизайнера
7. Бытовой и терминологический смысл слова Gestalt.
8. Значение гештальтпсихологии для анализа художественной формы.
9. Стимул и конфигурация. Восприятие как суждение.
10. Параллели между гештальтпсихологией и авангардным искусством.
11. Значение слухового восприятия для формирования перцептивной установки зрительного восприятия.
12. Связь восприятия звука и цвета.
13. Восприятие времени, пространства и движения.

**Организация деятельности
студента по видам учебных занятий**

Вид учебных занятий

Организация деятельности студента

Практические занятия

На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники.

Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре

должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.

Презентация позволяет иллюстрировать основные положения доклада и делать приведённые в выступлении примеры наглядными. Она не должна полностью воспроизводить текст выступления. По правилам, информация, приведённая устно, не должна полностью копироваться на слайдах.

Выделяют множество разнообразных видов презентаций. Основными являются: конспект выступления; таблица; схемы и графики; тестирование; слайд-шоу; модульный доклад; и т.п.

Иллюстративный материал должен быть достаточным, но не чрезмерным, и не иметь развлекательный, игровой характер. Анимированный рисунок в качестве украшения отвлекает внимание

Практические рекомендации при подготовке презентации:

1. Используйте не более 2 типов шрифтов.
2. Оптимальное количество строк не более 7.
3. Количество символов в строке не более 40 (в том числе пробелы).
4. Использование заглавных и строчных букв облегчает чтение и распознавание слов. Использование цвета, больших букв, усиление жирности, курсивный шрифт помогают выделить главное.
5. Лучше читается шрифт без засечек (например, Arial). Оптимальные шрифты (заголовок – 24-32; подзаголовок – 2-24; основной текст – 18-24; подписи данных – 20-2)
6. Старайтесь использовать простые, короткие предложения: чем лаконичнее текст, тем выше концентрация внимания на ключевых словах).

Презентация не должна требовать подключения к Internet и выполнять сторонние приложения (например, анимационные ролики, которые требуют установки кодеков и др.).

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1.Основная литература.

Таблица 2.

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Выготский, Л.С.	Психология искусства	Лань	2013		http://e.lanbook.com/books/element.ph

						p?pll_id=35308
2	Фомина А.Н.	Педагогическая психология	Вузовское образование	2014		http://www.iprbookshop.ru/19532
3	Сурова Н.Ю.	Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление	ЮНИТИ-ДАНА	2015		http://www.iprbookshop.ru/34501
4	Арнхейм Р.	Искусство и визуальное восприятие	Архитектура -С	2012	10	Арнхейм Р.
5	Ломов С.П., Аманжолов С.А.	Цветоведение	Владос	2014	6	Ломов С.П., Аманжолов С.А.
6	Кузнецов П.А.	Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие	Издательство "Дашков и К"	2016		https://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/70573?category_pk=1039#book_name

6.2. Дополнительная литература.

Таблица 3.

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Зеленов, Л.А	История и философия науки	ФЛИНТА	2011		http://e.lanbook.com/books/element.php?pll_id=20097
2	М.С. Кухта	Промышленный дизайн	Томский политехнический университет	2013		http://www.iprbookshop.ru/34704
3	Розета Мус	Управление проектом в сфере графического дизайна	Альпина Паблишер	2013		http://www.iprbookshop.ru/22828
4	Фетисов А.В.	Управление культурами	Дело	2011		http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/51120.html

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. Не предусмотрено.

6.4. Нормативные правовые документы.
Не предусмотрено.

6.5. Интернет-ресурсы.

- Сайт о творчестве AdMe <http://www.adme.ru/>
- Интернет-издание о креативных индустриях LAM <http://www.lookatme.ru/>
- Интернет-сообщество о дизайне Novate <http://www.novate.ru/>
- Интернет-журнал Культурология.РФ <http://www.kulturologia.ru/>
- Социальный интернет-сервис Pinterest <http://ru.pinterest.com/>
- Сайт по искусству и гуманитарным наукам Colossal <http://www.thisiscolossal.com/>
- Интернет-журнал Designboom <http://www.designboom.com/>
- Интернет-журнал Dee Zeen <http://www.deezen.com/>

6.6. Иные источники.
Не предусмотрено.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Аудитории с ровным дневным светом с посадочными местами по количеству студентов в группе (горизонтальная поверхность), оборудованные компьютером, экраном и проектором.

Специализированного оснащения для выполнения практических заданий не требуется. Все практические задания выполняются в стандартных аудиториях при условии оснащения их персональными компьютерами (ноутбуками) с программным обеспечением Adobe или аналогом (например, GIMP 2).

Для реализации дисциплины необходимо следующее материально-техническое и программное обеспечение, включающее аудитории, программное обеспечение, технические средства:

- Аудитории со столами по количеству студентов, оборудованные экраном и проектором (допускается использование переносной/мобильной техники);
- Учебные студии с ровным дневным светом и высокими потолками, оборудованные мольбертами и табуретами, софитами (для проработки графических элементов ручными средствами);
- Программы пакета Adobe Creative Suite или аналог (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, QuarkXPress, PageMaker и их аналоги).;
- Персональные компьютеры на 15 студентов;
- Программное обеспечение Microsoft Word или аналог;
- MS PowerPoint или аналогичный редактор презентаций (допускается наличие в компьютерных классах при предоставлении доступа студентам по предварительному запросу);