

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 09.06.2022 17:00:59  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a9850af18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

**Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.02.05 Художественные образы в коммуникациях**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование направления подготовки)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Связи с общественностью**

(наименование (специализация) ОП ВО)

**2022 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.02.05 «Художественные образы в коммуникациях» является формирование у студентов индикаторов компетенций – развитие визуальной и информационной культуры с целью личностного и профессионального самоопределения.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.02.05 «Художественные образы в коммуникациях» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философских контекстах.	УК-5.1. Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития;
		УК-5.2. Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;
		УК-5.3. Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения;
		УК-5.4. Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования;
		УК-5.5. Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий;
		УК-5.6. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

<b>Шифр</b>	<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)</b>
	отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

### **3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО**

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.05 «Художественные образы в коммуникациях» является дисциплиной по выбору и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений – дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2).

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.В.ДВ.02.05 «Художественные образы в коммуникациях».

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.02.05 «Художественные образы в коммуникациях» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

<b>Шифр</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины/модули, практики</b>	<b>Последующие дисциплины/модули, практики</b>
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	История, История рекламы и связей с общественностью, Политология	Иностранный язык, Русский язык как иностранный
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Литература	Копирайтинг в рекламе, История рекламы и связей с общественностью, Основы дизайна

### **4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ**

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.02.05 «Художественные образы в коммуникациях» составляет 3 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр						
		1	2	3	4	5	6	7
Контактная работа, ак.ч.	34		34					
Лекции (ЛК)	17		17					
Лабораторные работы (ЛР)	-		-					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	65		65					
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.	9		9					
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.		<b>108</b>					
	зач.ед.		<b>3</b>					

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Введение в дисциплину	Тема 1.1. Теория художественного образа. Понятие художественного образа. Структура и элементы художественных образов. Специфика визуального медиатекста как носителя информации и смысла: особенности восприятия и интерпретации визуального знака. Семь слоев глубины восприятия художественного образа: собственно восприятие, внутренние ощущения, эмоции, интеллект, самоидентификация, душевная реверберация, духовная близость. Визуальная аксиология – фиксация и трансляция норм и ценностей в рекламной коммуникации. Визуальная антропология – философские, этнологические и социологические аспекты презентаций идентичности в рекламной коммуникации. Социальная значимость визуальных медиа в современной культуре. Медиа контекст формирования мировосприятия субъекта массовой коммуникации. Художественный образ как продукт культуры. Роль визуальной коммуникации в формировании дискурса и тезауруса современной культуры. Эволюция художественных образов в контексте развития культуры. Эволюция формального языка	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	визуальной коммуникации. Функции рекламной коммуникации в системе культуры.	
Раздел 2. Практика художественного образа в коммуникациях	<p>Тема 2.1. История художественных образов. Визуальная революция второй половины XIX в. И становление массовой культуры. Эволюции потребителя, структуры потребительского спроса и ее отражение в рекламной коммуникации. Художественно-эстетическая концепция стиля модерн и зарождение профессиональной рекламной коммуникации. Первая мировая война и осознание возможностей рекламы как инструмента социального моделирования. Модернизм и формирование языка дизайна для создания эффективного рекламного продукта. Художественные образы эпохи поп-арта. Зарождение концептуального проектирования, концептуальная идея и ее визуализация. Постмодернистский этап в развитии художественных образов и формирование принципов постмодернистского формообразования.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.2. Концептуальные модели художественных образов. Визуальное как первичный механизм трансляции культурных традиции и социальных норм. Проблема визуального в контексте критической теории современного (индустриального) общества. Концепции Т. Адорно, М. Хоркхаймера, В. Беньямина. Проблематика визуального в работах Р.Арнхейма и М. Фуко. Визуальная культура и проблема идеологии. Эффекты и риски визуальной культуры. Художественные образы как социальная компетентность. Вальтер Ландор – дизайнер и исследователь визуального потребления</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.3. Художественные образы в бизнесе и повседневной жизни. Место художественных образов в продуктах и практиках креативных индустрий. Язык художественного образа как совокупность знаковых систем. Основные принципы и методы анализа визуальных медиатекстов. Художественные образы в культурных индустриях и спорте. Художественные образы как инструмент успешного бизнеса. Художественные образы брендов и корпоративных стилей. Имидж делового человека как продукт и коммуникация. Художественные образы городского</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>пространства. Инновации светового дизайна в визуальной коммуникации социальных пространств. Художественные образы современного медиапространства. Художественные образы политтехнологий. Специфика инфографики в визуальных коммуникациях. Роль массовой культуры в формировании стандартов художественного образа. Агрессивная визуальная среда: факторы экспансии и методы противодействия</p>	
	<p>Тема 2.4. Прикладная семиотика.          Прикладная семиотика, развившаяся на стыке с теорией коммуникации, теорией кино, социологией («социосемиотика»), когнитивной психологией и «культурными исследованиями». Проблема интерпретации визуальных сообщений. Художественный образ как предмет семиотического анализа. Исследование семиотических механизмов массовой коммуникации.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.5. Методология разработки проектов для создания художественных образов в коммуникациях.          Тема и концепция в проектировании художественных образов. Разработка идеального конечного результата проекта (ИКР). Трансформация ИКР в описание продукта дизайнерского проекта. Планирование ресурсов, графика и контрольных точек проекта. Разработка технологической документации проекта с учетом технического задания, государственных стандартов. Критерии оценки дизайн-проекта как интеллектуального и творческого продукта. Оценка конкурентоспособности проекта для профессиональных выставок и конкурсов. Бюджет и оценка инвестиционной привлекательности проекта. Гранты и краудфандинг в проектах художественных образов. Оценка масштабируемости проекта. Организация работы по реализации проекта. Технологии поддержки и продвижения проекта. Этап завершения проекта: документирование, передача заказчику, постаудит проекта.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.6. Эскизное проектирование художественных образов.          Источники идей для проекта. Художественно-проектные идеи визуальных коммуникаций. Формирование образов, дизайнерских решений и</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	технологий исполнения идей разработчика. Проектирование элементов и связей художественного образа. Эстетика и прагматика художественного образа. Идентификационные стили, эргономика визуальных коммуникаций. Апробация дизайнерского решения и согласование проекта. Материалы и техника изготовления прототипа (модели, альбома). Компьютерная визуализация проекта.	
	Тема 2.7. Проектная разработка художественных образов в коммуникациях. Организация работы по реализации проекта. Тайминг, управление ресурсами и изменениями проекта. Разработка итоговой программы презентации проекта. Экспертиза и самооценка результатов проекта.	ЛК, СЗ

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М. Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 137 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219>
2. Ознобихина Н.А. Политическая и художественная коммуникации в современной России: учебное пособие: [16+] / Н. А. Ознобихина, П. В. Ушанов. – 3-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2017. – 268 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363619>

### *Дополнительная литература:*

1. Кондакова Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие / Ю. В. Кондакова; Уральский государственный архитектурно-художественный университет (УрГАХУ). – Екатеринбург: Архитектон, 2016. – 95 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455455>
2. Национальная культура в контексте социокультурных трансформаций / М. И. Веренич, Т. Е. Гриценко, Т. В. Карнажицкая [и др.] ; науч. ред. В. А. Максимович ; Национальная академия наук Беларуси, Институт философии. – Минск: Беларуская навука, 2021. – 458 с.: схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685916>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:



1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН  
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации  
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.02.05 «Художественные образы в коммуникациях» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций



Трубникова Н.В.

Наименование БУП

Подпись

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующая кафедрой рекламы и бизнес-коммуникаций



Трубникова Н.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

**Кафедра Рекламы и бизнес-коммуникаций**

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г., протокол № \_\_\_\_

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Н.В. Трубникова

(подпись)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**Наименование дисциплины**

**Художественные образы в коммуникациях**

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

*Специализация «Управление связями с общественностью»*

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине Художественные образы в коммуникациях

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Код индикаторов контролируемых компетенций	Контролируемый раздел дисциплины	Контролируемая тема дисциплины	ФОСы (формы контроля уровня освоения ООП)			Зачет с оценкой	Баллы темы	Баллы раздела
			Аудиторная работа		Самостоятельная работа			
			Работа на семинарах	Конспектирование лекций	Написание рефератов	Итоговая ат.		
УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6; ОПК-3.1; ОПК-3.2	Раздел 1. Введение в дисциплину	Тема 1.1. Теория художественного образа	3	2	2	2	9	9
УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6; ОПК-3.1; ОПК-3.2	Раздел 2. Практика художественного образа в коммуникациях	Тема 2.1. История художественных образов	3	2	4	4	13	91
		Тема 2.2. Концептуальные модели художественных образов.	3	2	4	4	13	
		Тема 2.3. Художественные образы в бизнесе и повседневной жизни	3	2	4	4	13	

		Тема 2.4. Прикладная семиотика	3	2	4	4	13	
		Тема 2.5. Методология разработки проектов для создания художественных образов в коммуникациях.	3	2	4	4	13	
		Тема 2.6. Эскизное проектирование художественных образов.	3	2	4	4	13	
		Тема 2.7. Проектная разработка художественных образов в коммуникациях.	3	2	4	4	13	
			24	16	30	30	100	100

## Условия прохождения курса и получения оценки за зачет с оценкой

Оценки по дисциплине «Художественные образы в коммуникациях» выставляются по **100 балльной шкале**. Система оценок является накопительной.

Уровень освоения студентами дисциплины, в целом, соответствует оценкам по традиционной шкале оценок и по шкале ECTS (A(5+); B(5); C(4); D(3+); E(3); FX(2+); F(2)).

Соответствие систем оценок (используемых ранее оценок итоговой академической успеваемости, оценок ECTS и балльно-рейтинговой системы оценок текущей успеваемости).

Баллы БРС	Традиционные оценки РФ	Оценки ECTS
95 – 100	Отлично – 5	A (5+)
86 – 94		B (5)
69 – 85	Хорошо – 4	C (4)
61 – 68	Удовлетворительно – 3	D (3+)
51 – 60		E (3)
31 – 50	Неудовлетворительно – 2	FX (2+)
0 – 30		F (2)
51 - 100	Зачет	Passed

**Положительными оценками**, при получении которых курс засчитывается обучаемому в качестве пройденного, являются оценки А, В, С, D и Е.

1. Раздел дисциплины «Художественные образы в коммуникациях» считается освоенным, если студент набрал более 50 % от возможного числа баллов по этому разделу.

2. Студент не может быть аттестован по дисциплине, если он не освоил все темы и разделы дисциплины, указанные в сводной оценочной таблице дисциплины.

3. По решению преподавателя и с согласия студентов, не освоивших отдельные разделы (темы) изучаемой дисциплины, в течение учебного семестра могут быть повторно проведены мероприятия текущего контроля успеваемости или выданы дополнительные учебные задания по этим темам или разделам. При этом студентам за данную работу засчитывается минимально возможный положительный балл (51 % от максимального балла).

4. При выполнении студентом дополнительных учебных заданий или повторного прохождения мероприятий текущего контроля полученные им баллы засчитываются за конкретные темы. Итоговая сумма баллов не может превышать максимального количества баллов, установленного по данным темам (в соответствии с приказом Ректора № 564 от 20.06.2013). По решению преподавателя предыдущие баллы, полученные студентом по учебным заданиям, могут быть аннулированы.

5. График проведения мероприятий текущего контроля успеваемости формируется в соответствии с календарным планом курса. Студенты обязаны сдавать все задания в сроки, установленные преподавателем.

6. Время, которое отводится студенту на выполнение мероприятий текущего контроля успеваемости, устанавливается преподавателем.

7. Использование источников (в том числе конспектов лекций) во время выполнения контрольных мероприятий не разрешается

8. Отсрочка в прохождении мероприятий текущего контроля успеваемости считается уважительной только в случае болезни студента, что подтверждается наличием у него медицинской справки, заверенной круглой печатью в поликлинике № 25, предоставляемой преподавателю не позднее двух недель после выздоровления. В этом случае выполнение контрольных мероприятий осуществляется после выздоровления студента в срок, назначенный преподавателем. В противном случае, отсутствие студента на контрольном мероприятии признается не уважительным.

9. Студент допускается к итоговому контролю знаний с любым количеством баллов, набранных в семестре, но при условии, что у студента имеется теоретическая возможность получить за весь курс не менее 31 балла.

10. По результатам итогового контроля знаний (зачета с оценкой) студент может набрать максимально 30 баллов.

11. Если в итоге за семестр студент получил менее 31 балла, то ему выставляется оценка F и студент должен повторить эту дисциплину в установленном порядке. Если же в итоге студент получил 31-50 баллов, т. е. FX, то студенту разрешается добор необходимого (до 51) количества баллов путем повторного одноразового выполнения предусмотренных контрольных мероприятий, при этом по усмотрению преподавателя аннулируются соответствующие предыдущие результаты.

12. Ликвидация задолженностей проводится в период, установленный деканатом ИМЭБ.

### **Контроль знаний и компетенций студента**

Описание балльно-рейтинговой системы.

Всего 100 баллов

Работа на семинарах - 24 балла

Конспектирование лекций – 16 баллов

Написание реферата – 30 баллов

Итоговая аттестация – 30 баллов

### **Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

#### **Работа на семинарах**

Согласно учебному плану на семинарские занятия отводится 17 аудиторных часов, в течение которых запланировано 8 семинаров. На каждом семинарском занятии студент может набрать 3 балла за активное участие в семинаре, т.е. максимум за все семинары 24 балла.

## Темы семинаров:

Тема 1. Теория художественного образа.

Тема 2. История художественных образов.

Тема 3. Концептуальные модели художественных образов.

Тема 4. Художественные образы в бизнесе и повседневной жизни.

Тема 5. Прикладная семиотика.

Тема 6. Методология разработки проектов для создания художественных образов в коммуникациях.

Тема 7. Эскизное проектирование художественных образов.

Тема 8. Проектная разработка художественных образов в коммуникациях.

## Критерии оценки выполнения заданий на семинарах

Баллы	Критерий оценки
0	Обучающийся не принял участия в работе на занятии
1	Чтобы обучающийся принял участие в работе на занятии его нужно несколько раз пригласить. Дополнительно объяснить задание и правила.
2	Обучающийся участвует в работе на занятии, но не проявляет заинтересованности. Не готов подвести «сухой остаток» задания и участвовать в обсуждении итогов.
3	Активно участвует в работе на занятии: добровольно работает по правилам, объясняет их, если кому-то не понятно, задает вопросы, если ему что-то не понятно. Активно вовлечен в процесс. Готов подвести «сухой остаток» выполненных заданий.

## Конспектирование лекций

Согласно учебному плану на лекционные занятия отводится 17 аудиторных часов, на которых освещается 8 тем лекций. За конспектирование каждой лекции студент может набрать два балла, т.е. максимум за все конспекты 16 баллов.

## Критерии оценки конспекта

Техническая оценка	Адекватность фиксации материала	1 балл
Оценка содержания	Все ли тезисы отражены в конспекте	2 балла

## Написание реферата

Одной из форм самостоятельной работы является написание реферата, в зависимости от качества которого студент может набрать 30 баллов.

## Темы рефератов

1. Сравнительный анализ исследований художественных образов визуальных коммуникаций в научных теориях прошлого и настоящего.
2. Дизайн и художественные образы пешеходных улиц.
3. Айдентика городской навигации.
4. Разработка дизайна навигации экскурсионных маршрутов.
5. Комплексное продвижение экологической тропы средствами художественных образов.
6. История создания и потенциал научных плакатов в культурно-просветительской деятельности.
7. Художественные образы в развитии физкультуры и спорта.
8. Художественные образы в индустрии большого спорта.
9. Художественные образы социальных плакатов.
10. Исследование различий восприятия элементов художественных образов.
11. Художественные образы в проектировании медийного пространства.
12. Архетипы и цвет в проектировании художественных образов (на примере...)
13. Бизнес-стиль в системе художественные образов
14. Проектирование художественных образов на открытом воздухе.
15. Ландшафтный дизайн как системные художественные образы.
16. Художественные образы в программах благоустройства города.
17. Исследование качества художественного образа (на примере...)
18. История и культурные коды стритарта как художественного образа.
19. Топонимика и художественные образы городских пространств.
20. Сенсорный дисбаланс и художественные образы северных городов.

## Критерии оценки качества реферата

Критерии оценки введения:	наличие обоснования актуальности темы, присутствие сформулированных цели и задач работы, наличие краткой характеристики первоисточников.	1-10 балла
Критерии оценки основной части	структурирование материала по разделам, параграфам, абзацам; - наличие заголовков к частям текста и их соответствие содержанию; проблемность и разносторонность в изложении материала; выделение в тексте основных понятий и терминов, их толкование; наличие примеров, иллюстрирующих теоретические положения	1-12 баллов
Критерии оценки заключения:	наличие выводов по результатам анализа	1-8 балла



## Итоговая аттестация (зачет с оценкой)

В качестве итоговой аттестации планируется тестирование студентов, включающее 15 тестовых заданий.

### Примеры тестовых заданий

1. Чтобы изображение точно соответствовало понятию «знака», структура его организации должна строго отвечать фундаментальным требованиям
  - а. (!) автономности и различимости
  - б. (!) запоминаемости и визуальной активности
  - в. креативности и эстетичности
  - г. инновационности и фотогеничности
  
2. Знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, предметов, явлений на которые он указывает, чаще всего в схематическом виде
  - а. индекс
  - б. (!) пиктограмма
  - в. символ
  - г. абстракт
  
3. Формальные, конструктивные, функциональные отношения между визуальными элементами системы представляют \_\_\_\_\_ связь.
  - а. логическую
  - б. косвенную
  - в. (!) тектоническую
  - г. рациональную
  
4. Наука о знаках и коммуникативных знаковых системах, используемых в процессе общения
  - а. логистика
  - б. ономастика
  - в. (!) семиотика
  - г. тектоника
  
5. Доминирующие образные характеристики этого знака можно перенести на словесные элементы логотипа
  - а. иконического знака
  - б. (!) абстрактного знака
  - в. пиктографического знака
  
6. При формировании дресс-кода сотрудников проекта ключевым решением является
  - а. оптимизация затрат на администрирование
  - б. уникальность образа сотрудников
  - в. соответствие правилам международного бизнес-стиля
  - г. (!) соответствие визуальному стилю проекта

7. Художественные образы для психологической коррекции средствами искусства и творчества

- а. пленэр
- б. (!) арт-терапия
- в. клаузура
- г. креативная индустрия

8. Вид проектной деятельности, с помощью которой производится проверка практических навыков студентов при решении архитектурной или дизайнерской задачи

- а. скетчинг
- б. эскиз
- в. анаморфоза
- г. (!) клаузура

9. Наименование внешних цветовых особенностей колорита, характеристика «оптической» закономерности, которая объединяет основные цветовые оттенки произведения

- а. абстракция
- б. (!) гамма
- в. лигатура
- г. палитра

10. Наука адаптации интерьеров, архитектурных и ландшафтных, а также графических стилистических форм под конкретного человека, его психологические особенности и потребности

- а. семиотика
- б. гештальт-психология
- в. (!) психо-дизайн
- г. бихевиоризм

### **Критерии оценки ответов студентов на тестировании**

За каждый правильный ответ получает 2 балла. Максимум, который может набрать студент по итогам тестирования – 30 баллов

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

#### **Разработчики:**

К.ф.н., доц.

Рекламы и бизнес-коммуникаций

**Е.А. Кузнецова**

#### **Руководитель программы**

Канд.фил.наук, доцент, зав. кафедрой

Рекламы и бизнес-коммуникаций

**Н.В. Трубникова**

**Заведующий кафедрой**

**Рекламы и бизнес-коммуникаций**



**Н.В. Трубникова**