

Белорусский государственный университет



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

А. В. Данильченко

2015 г.

Регистрационный № УД- 1134 /уч.

**ОСНОВЫ ВИЗУАЛЬНОГО ДИЗАЙНА**

Учебная программа учреждения высшего образования

по учебной дисциплине для специальности:

1-23 01 07 Информация и коммуникация

2015 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-23 01 07-2013 и учебного плана УВО № Е 23-199/уч. от 30.05.2013 г.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

И. П. Шибут, старший преподаватель кафедры технологий коммуникации  
Института журналистики Белорусского государственного университета

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой технологий коммуникации Института журналистики Белорусского  
государственного университета  
(протокол № 2 от 22.09.2015);

Учебно-методической комиссией Института журналистики Белорусского  
государственного университета  
(протокол № 2 от 21.10.2015)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине «Основы визуального дизайна» предназначена для студентов, обучающихся на первой ступени высшего образования по специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация.

**Цель учебной дисциплины** – ориентация будущих специалистов в оценке традиций и современных тенденций в теории и практике визуально-информационного дизайна, освещение возможностей современных мультимедийных технологий.

**Задачи учебной дисциплины:**

1. рассмотреть основные понятия и определения теории дизайна, основные материалы и инструменты дизайнера, фундаментальные принципы теории дизайна;
2. рассмотреть основные возможности поиска и размещения информации, предоставляемые глобальной сетью Интернет;
3. продемонстрировать способы организации и представления электронной информации, предоставляемые современными технологиями веб-дизайна;
4. изучить способы организации и представления электронной информации, предоставляемые современными технологиями веб-дизайна;
5. предоставить возможность для формирования индивидуального направления исследований и практической работы в сфере визуального дизайна каждому студенту.

**Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста по информации и коммуникации, связи с другими учебными дисциплинами.**

Место дисциплины специализации «Основы визуального дизайна» определяется предметом ее изучения.

Актуальность изучения учебной дисциплины «Основы визуального дизайна» обусловлена тем фактом, что вызвавшее серьезные трансформации во всех сферах современного общества развитие информационных и коммуникационных технологий не только кардинально изменило структуру, способы функционирования СМК и каналы распространения информации, но и привело к значительным трансформациям в самой профессии специалиста, работающего с информацией.

Учебная дисциплина «Основы визуального дизайна» играет важнейшую роль в профессиональной подготовке будущих специалистов по информации и коммуникации основывается на дисциплинах «Современные информационные технологии», «Мультимедийные технологии коммуникации», «Корпоративные медиа» и служит базой для восприятия и усвоения дисциплин: «Теория и практика рекламы», «Современные технологии массмедиа».

### **Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом.**

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

#### **знать:**

- основные понятия и определения теории дизайна;
- основные материалы и инструменты дизайнера;
- фундаментальные принципы теории дизайна;
- конвергентные форматы фиксации информации;
- основные возможности, предоставляемыми редакторами визуального проектирования при создании, оцифровке, обработке и преобразовании графической и текстовой информации.

#### **уметь:**

- проектировать, создавать, редактировать мультимедийную информацию;
- создавать гипертекст как нелинейный виртуальный документ и систему документов;
- владеть навыками работы с различными видами мультимедийной информации с помощью компьютера и других средств информационных и коммуникационных технологий;
- использовать современные технологии, методические приемы и процедуры разработки и продвижения мультимедиа-продуктов;
- использовать способы поиска, организации и размещения электронной информации, предоставляемые современными технологиями веб-дизайна.

#### **владеть:**

- навыками сбора информации в Интернете;
- технологиями количественного и качественного исследования;
- методами и средствами организации собственной информационной деятельности и планирования ее результатов.

### **Информация об учебной дисциплине: общее количество часов, распределение аудиторного времени, формы аттестации.**

Курс	3
Семестр	6
Всего часов по дисциплине	108
Всего аудиторных часов по дисциплине	48
Лекции	10
Лабораторные занятия	34
УСР	4
Форма текущей аттестации	экзамен
Форма получения высшего образования	очная

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### **Тема 1. Методология дисциплины «Основы визуального дизайна»**

Предмет дисциплины «Основы визуального дизайна». Основы визуального дизайна как наука и учебная дисциплина. Междисциплинарный характер знания основ визуального дизайна в Интернете: технические, гуманитарные аспекты. Уровни исследования основ визуального дизайна: аппаратный, программный, коммуникационный. Место теории визуального дизайна в системе современной коммуникологии.

Предмет дисциплины «Основы визуального дизайна». Цели и задачи дисциплины. Структура дисциплины. Теоретическая и эмпирическая база. Система понятий и терминов. Методологические аспекты дисциплины.

### **Тема 2. Введение в мир компьютерных цифровых изображений**

Определение цифрового изображения. Коммерческое использование цифровых компьютерных изображений. Цифровые изображения в печатной продукции. Программное обеспечение для работы с цифровыми изображениями. Растровые программы. Пиксель. Векторные программы. Вектор. Программы рисования. Программы черчения. Программы верстки страниц. Программы редактирования изображений. Программы создания спецэффектов. Программы трехмерного моделирования и визуализации. Программные средства виртуальной реальности. Программы CAD и CAM. Мультимедиа. Программы презентаций.

### **Тема 3. Представление о цветовых концепциях**

Теория цвета, терминология. Цветовой диапазон, динамический диапазон, область воспринимаемых цветов (цветовое пространство). Два способа представления цветовых областей: в виде цветовых моделей, с помощью набора цветов (палитр). Аппаратно-зависимые цветовые модели. Цветовая модель RGB. Использование RGB-цветов. Цветовая модель CMYK. Использование CMYK-цветов. Перцепционные цветовые модели. Цветовые модели HSB, HSV, HSL. Использование HSB-цветов. Аппаратно-независимые цветовые модели. Модели CIE и LAB Color. Индексированный цвет. Использование spot-цветов. Управление цветами. Способы выбора цвета. Понятие цветового спектрального круга. Пересечение диапазонов цветов, описываемых разными моделями. Последствия несовпадения цветов в практических примерах и способы их устранения.

### **Тема 4. Основы информационного дизайна**

Критерии спешного дизайна: готовность экспериментировать, уверенность в видении предмета, признание факта, что эффективный дизайн — это процесс, а не конечный результат, повышенное внимание к деталям. Наиболее общие правила и подготовительные операции, как основа для реализации будущих проектов. Дизайн и «чужое творчество». Способы организации материала. Способы подготовки текстовой информации, сбор,

обработка графики. Общие правила и подготовительные операции, как основа реализации будущих проектов.

Интерактивность как определяющая характеристика Сети. Технические характеристики: доступность, дешевизна, отсутствие временных лимитов (круглосуточный доступ), беспрецедентные объемы информации, оперативность доставки информации, мгновенная обратная связь. Построение коммуникации любого уровня с отслеживанием пути информации. Выбор любого формата информации.

### **Тема 5. Инструменты дизайнера**

Пространственные отношения. Размер. Пропорции. Микропропорции. Размещение. Одноуровневые элементы. Разноуровневые элементы. Плотность. Плотность текста. Форма. Прямые. Прямоугольники. Круги и закругления. Кривые Безье. Беспорядочность. Цвет. Как устроен цвет. Восприятие цвета. Сочетаемость цветов. Текст и фон. Текстуры. Плоский цвет. Геометрические текстуры. Пиксельные текстуры. Фотографические текстуры. Материальные текстуры. Шрифт и текст. Элементы шрифта. Шрифты и время. Подбор шрифтов. Параметры набора. Цвет. Текст как текстура. Практические примеры использования инструментов в работах профессиональных дизайнеров.

### **Тема 6. Принципы дизайна**

Единство. Академический стиль. Баланс. Центр масс. Правило рычага. Контраст. Одномерный контраст. Многомерный контраст. Аспекты контраста. Динамика. Динамика явная. Динамика неявная. Нюансировка. Сравнительный анализ применения принципов дизайна на практических примерах работ современных профессиональных дизайнеров.

### **Тема 7. Дизайн веб-сайтов. Классификация сайтов**

Технологические особенности веб-дизайна. Четыре способа классификации сайтов. Первый способ классификации веб-сайтов (public, extranet, intranet). Второй способ классификации веб-сайтов (статические, интерактивные). Третий способ классификации веб-сайтов (категории веб-сайтов). Четвертый способ классификации веб-сайтов (типология веб-сайтов).

Устройство сайтов. Модели логической организации сайта. Информационная архитектура сайта: линейная, древовидная, иерархическая. Распределение материала. Примеры практического использования логической организации сайтов различных тематик.

### **Тема 8. Процесс веб-дизайна**

Первая фаза базового процесса веб-дизайна: выяснение, уточнение, планирование. Цель пребывания клиента в Сети, аудитория сайта с ее потребностями и онлайн-возможности, сетевые аспекты отрасли клиента и его конкурентов. Профилирование пользователей.

Подготовка документации по проекту. Составление эксплуатационного опроса, расширенного технического опросного листа, подготовка креативного брифа, создание плана сайта. Процесс веб-дизайна: цели и проблемы (этап выяснения), аудитория, контрольный список задач этапа выяснения, подготовка креативного брифа. План сайта. Анализ фазы дизайна. Реализация бета-сайта.

### **Тема 9. Организация информации в Интернете**

Специфика информации в Интернете. Особенности фиксации информации в Интернете. Интернет-гипертекст и мультимедиа. Идеи ассоциативного структурирования информации человеком. Концепция работы с компьютерными текстами. Гипертекст как ассоциативная/нелинейная система организации информации для процесса авторского творчества. Понятия гиперссылки, трансвключения. Концепции гипертекста. Разработка идей гипертекста.

Компьютерный гипертекст и интернет-гипертекст. Гипертекст как конвергентная система единиц различных знаковых систем. Интернет-гипертекст как виртуальный условно-вербальный текст. Интернет-гипертекст как текстуальная парадигма сотворчества автора и читателя. Гипертекст как коммуникативный процесс. Гипертекст как мультимедийный продукт. Гипертекст как нелинейный виртуальный документ и система документов.

Типология гипертекста. Авторский (изначальный) и читательский (конечный) гипертекст. Особенности типов гипертекста. Юзабилити и параметры эффективности гипертекста.

### **Тема 10. Понятие мультимедийной фиксации информации в Интернете.**

Гипермедиа как способ фиксации информации в Интернете и форма коммуникации. Типология видов и форм мультимедийной информации в Интернете. Статическая и динамическая информация. Аудиоинформация. Видеоинформация. Конвергенция форматов фиксации информации.

Гипертекст как новая форма фиксации институциональной информации. Институциональный автор гипертекста и читатель как соавторы. Чтение гипертекста как процесс создания нового текста. Равноправие и коллаборация в создании текста автора и читателя как фактор доверия к тексту.

Гипертекст как средство создания комплицированности. Технологии инкорпорирования и их реализация в тексте.

Качественная оценка интернет-гипертекста: коммуникационный, технологический аспекты. Понятие юзабилити. Параметры оценки интернет-гипертекста (по Я. Нильсену).

### **Тема 11. Интернет-ресурс как объект и среда коммуникации**

Понятие интернет-ресурса. Электронная почта и иные средства обмена сообщениями. Внутренняя и внешняя почта: контент, функции, особенности. Информация электронной почты как сообщение связей с общественностью.

Рассылки электронной почты. Виды рассылок. Рассылки в системе коммуникации связей с общественностью. Спам-рассылки в практике интернет-коммуникации связей с общественностью и рекламы.

Сайт как институциональный ресурс связей с общественностью и рекламы. Типы сайтов. Особенности коммуникации интранет-сайта. Виды интернет-сайтов: информационный, коммуникационный, интегральный. Сайт как корпоративная база знаний. Интернет-сайт и формирование корпоративной системы ценностей. Управление корпоративной системой ценностей. Внутренние корпоративные издания. Внешние сайты. Экстранет-сайты. Личные ресурсы. Социальные сети. Виртуальные миры. Виртуальные игры.

## **Тема 12. Разработка информационного и мультимедийного наполнения**

Разработка концепции ресурса в соответствии с выбранной тематикой. Разработка логической структуры ресурса. Подготовка текстов заданной тематики. Название страниц. Написание заголовков. Удобочитаемость. Подготовка справочной информации для заданной тематики. Подготовка мультимедиа, рисунков и фотографий, анимации, видео, звукозаписи, трехмерной графики.

## **Тема 13. Возможности пакета Adobe для работы с веб-графикой**

Использование линеек, направляющих, smart-направляющих. Создание навигационной панели с кнопками перехода. Добавление ссылок к кнопкам перехода. Создание ссылок с использованием слоев, инструментов, выделений. Создание ролловер-эффектов для предложенного изображения. Создание удаленных ролловер-эффектов.

## **Тема 14. Создание макета шаблона веб-страницы**

Специфика текстов медиа в Интернете. Типология гипертекстов интернет-СМК.

Подготовка изображения. Разбиение изображения на фрагменты по направляющим с помощью инструмента Slice (Фрагмент). Работа с картой изображения. Оптимизация фрагментов изображения, создание URL-ссылок, создание и сохранение макета страницы.

## **Тема 15. Разметка макета. Определение общей структуры документа. Работа с объектами**

Анализ макета и выбор типа верстки. Разметка макета, выделение основных блоков и определение общей структуры документа.

Модификация макета в соответствии с задачей, подготовка необходимых графических изображений. Подготовка пользовательских стилей, переопределение HTML-тегов.

Создание физической структуры ресурса в соответствии с разработанной логической структурой. Работа с информационным наполнением. Создание

страниц, применение к страницам разработанного макета. Заполнение полей для ввода названий страниц. Заполнение служебных полей alt-текстами. Написание заголовков. Удобочитаемость. Требования и подготовка к размещению мультимедиа (рисунки и фотографии, анимация, видео, звукозаписи, трехмерная графика).

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов внеаудит. УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Аудиторн. контрол. УСП		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Методология дисциплины «Основы визуального дизайна»	2			2			Активная лекция Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
2	Введение в мир компьютерных цифровых изображений	2			2			Активная лекция Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
3	Представление о цветовых концепциях	2			2			Активная лекция Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
4	Основы информационного дизайна				2			Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
5	Инструменты дизайнера	2			2			Активная лекция Обсуждение, опрос
6	Принципы дизайна	2			2			Активная лекция Обсуждение, опрос
7	Дизайн веб-сайтов. Классификация сайтов				2			Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
8	Процесс веб-дизайна				2			Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
9	Организация информации				2			Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах

	в Интернете						группах
10	Понятие мультимедийной фиксации информации в Интернете			2			Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах.
11	Интернет-ресурс как объект и среда коммуникации			2			Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
12	Разработка информационного и мультимедийного наполнения			4		2	Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах. <b>Подготовка эссе</b>
13	Возможности пакета Adobe для работы с веб-графикой			2			Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
14	Создание макета шаблона веб-страницы			2			Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
15	Разметка макета. Определение общей структуры документа. Работа с объектами			4	2		Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах. <b>Подготовка реферата</b>
	<b>ВСЕГО:</b>	<b>10</b>		<b>34</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>экзамен</b>

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Перечень основной литературы

1. Компьютерная графика: учеб.-метод. пособие / И. П. Шибут [и др. ]; под ред. С. И. Максимова. – Минск: РИВШ, 2015. 122 с. ISBN 978-985-500-440-1.
2. *Шибут, И.П.* Программное обеспечение мультимедийных технологий [Электронный ресурс]: основы компьютерной графики и анимации: учеб.-метод. пособие для студентов гуманитар. спец. / И. П. Шибут, В. Н. Курбацкий, В. М. Шульганова. – Минск: БГУ, 2011.
3. *Шибут, И. П.* Информационный менеджмент в веб-пространстве [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для студентов гуманитар. спец. / И. П. Шибут, С. Н. Гринчук. – Минск : БГУ, 2014. 180 с. – 1 электронный оптический диск. ISBN 978-985-518-960-3.
4. *Шибут, И. П.* Мультимедийные технологии коммуникации [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс / И. П. Шибут. – Минск : БГУ, 2014. 146 с.

### Перечень дополнительной литературы

5. Визуально-семантические средства современной медиаиндустрии : материалы Респ. науч.-практ. конф., 20–21 марта 2015 г., Минск / редкол.: С.В. Дубовик (отв. ред.) [и др.]. – Минск : Изд. центр БГУ, 2015. – 208 с.
6. Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования – 2008. Часть I: Новые медиа и новые сервисы: маркетинг, трафик, мобильная связь / сборник кафедры новых медиа и теории коммуникации под ред. И. Засурского. – М., 2008.
7. *Шибут, И. П., Шибут, Е. А.* Сайт кафедры силами студентов: создание, наполнение, продвижение, профессиональная мотивация / И. П. Шибут, Е. А. Шибут // Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса современного университета: материалы Международной интернет-конференции. – Минск: БГУ, 2013.
8. *Шибут, И. П.* К вопросу о подготовке специалистов в сфере корпоративной коммуникации: сайт кафедры силами студентов // Применение новых технологий в образовании: материалы XXV Международной научной конференции. – г. Москва, г. Троицк, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tmo.ito.edu.ru/2014/section/230/94299/>
9. *Шибут И. П.* Социальные медиа: взаимодействие коммуникатора с аудиторией // Мультимедийная журналистика Евразии-2014: интегративные медиапроекты, медийная коммуникация и информационализм в условиях интеллектуализации общества Востока и Запада: материалы VIII международной научно-практической конференции. – Казань: Казан. Федер. ун-т, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/107549>
10. *Шибут, И. П.* Интерактивная коммуникация кафедры со студентами в социальных медиа в контексте нарастающей мультимедийности // Мультимедийная журналистика Евразии-2015: медиатизация социально-

культурного пространства и медиакратия в условиях новой медиареальности Востока и Запада. Евразия молодая-2015: материалы IX международной научно-практической конференции. – Казань: Казан. Федер. ун-т, 2015, 10-11 декабря 2015 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/123677>.

### **Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности**

В перечень средств диагностики результатов учебной деятельности по факультативной дисциплине «Основы визуального дизайна» входят:

- активная лекция,
- обсуждение в группе,
- опрос,
- групповая дискуссия,
- работа в малых группах,
- подготовка эссе,
- подготовка реферата,
- проверка индивидуальных изданий,
- экзамен.

Рекомендуемыми средствами диагностики могут выступать устные и письменные опросы, задания практической направленности.

### **Примерный перечень заданий управляемой самостоятельной работы**

1. Одним из заданий управляемой самостоятельной работы является *подготовка эссе* по одному из предложенных текстов.

Эссе – это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Предложенные тексты носят дискуссионный характер и отражают точку зрения своих авторов, которая может не совпадать с точкой зрения студента - позиция автора эссе может значительно отличаться от позиции автора обсуждаемого текста. Оценивается не согласие с автором текста, а качество, полнота, связность аргументации собственной позиции.

Объем работы не должен превышать 5 страниц формата А4, рекомендуемый шрифт - Times New Roman, кегль 14.

#### *Структура работы*

*Введение* обозначает намерения автора и общий контекст, необходимый для понимания и последующего изложения. Преподаватель должен понять, о

чем вы пишете (или о чем не пишете) и чего следует ждать от текста. Как правило, заканчивается введение тезисом или тезисами.

В каждом абзаце *основной* части обычно обсуждается фрагмент тезиса, сформулированного во введении. В совокупности абзацы основной части должны полностью раскрыть заявленный автором тезис. Абзацы должны быть логически связаны между собой.

*Заключению* достаточно посвятить последний абзац. Заключительный абзац должен подводить итог работе, содержать решение обсуждаемой проблемы, рекомендации или прогноз.

#### *Критерии оценки*

1. сформулированная авторская позиция (тезисы);
2. позиция подкреплена аргументами и доказательствами;
3. продемонстрировано видение разных позиций;
4. факты отделены от мнений;
5. тема раскрыта полностью;
6. текст структурирован и логичен;
7. приводятся точные ссылки на обсуждаемый текст.

2. Основным видом задания управляемой самостоятельной работы является **подготовка реферата** по одной из предложенных тем.

Объем работы не должен превышать 5 страниц формата А4, рекомендуемый шрифт – TimesNewRoman, кегль 14.

#### *Структура работы*

*Введение* обозначает намерения автора и общий контекст, необходимый для понимания и последующего изложения. Преподаватель должен понять, о чем вы пишете (или о чем не пишете) и чего следует ждать от текста. Как правило, заканчивается введение тезисом или тезисами.

В каждом абзаце *основной* части обычно обсуждается фрагмент тезиса, сформулированного во введении. В совокупности абзацы основной части должны полностью раскрыть заявленный автором тезис. Абзацы должны быть логически связаны между собой.

*Заключению* достаточно посвятить последний абзац. Заключительный абзац должен подводить итог работе, содержать решение обсуждаемой проблемы, рекомендации или прогноз.

#### *Критерии оценки*

1. сформулированная авторская позиция (тезисы);
2. позиция подкреплена аргументами и доказательствами;
3. тема раскрыта полностью;
4. текст структурирован и логичен;
5. приводятся практические примеры.

### **Примерный список тем рефератов для выполнения контролируемой самостоятельной работы**

1. Специфика информации в Интернете. Особенности фиксации информации в Интернете.
2. Понятие мультимедиа.
3. Понятие интернет-гипертекста.
4. Интерактивность как определяющая коммуникационная характеристика интернет-коммуникации.
5. Виртуальность как условие реализации коммуникации в Интернете. Форматы реализации виртуальности.
6. Гипермедиа как способ фиксации информации в Интернете и форма коммуникации.
7. Типология видов и форм мультимедийной информации в Интернете.
8. Понятие конвергентной коммуникации. Конвергентная коммуникация в Интернете. Характеристики, виды, типы, формы.
9. Понятие контентной конвергенции. Характеристики, особенности, тенденции развития.
10. Понятие аудитории Интернета. Эволюция характеристик, особенности.
11. Аудитория как субъект интернет-коммуникации.
12. «Виртуальные» и реальные личности в Интернете.
13. Коммуникационные предпочтения аудитории в Интернете.
14. Категоризация аудитории Интернета. Уровни, типы, виды аудитории в Интернете.
15. Понятие целевой аудитории. Специфика коммуникации с целевой аудиторией.
16. Характеристики и специфика социальных сетей.
17. Контент-менеджмент и комьюнити-менеджмент в социальных сетях.
18. Измерение эффективности коммуникации в социальной сети.
19. Понятие интернет-кампании. Типология интернет-кампаний.
20. Роль визуальной коммуникации в интернет-кампании.
21. Медиакоммуникация в Интернете. Характеристики, особенности. Понятие интернет-медиа. Характеристики, функции. Типология медиа в Интернете.
22. Современные социальные системы и требования к личности. Профессиональная компетентность.
23. Визуально-коммуникативная интернет-компетентность как комплекс знаний и навыков.
24. Источники приобретения визуально-коммуникативной интернет-компетентности.

#### **Примерный перечень вопросов к экзамену**

1. Социально-экономические предпосылки появления Интернета.
2. Технические предпосылки появления Интернета.
3. Уровни исследования Интернета: аппаратный, программный, коммуникационный.
4. Печать, радиовещание, телевидение, Интернет: коммуникационные характеристики и коммуникационные парадигмы.

5. Организация информации в Интернете.
6. Виртуальность как условие реализации коммуникации в Интернете.
7. Виртуализация как характеристика современных каналов коммуникации.
8. Эволюция сетевых виртуальных каналов коммуникации.
9. Новейшие коммуникативные технологии и формы коммуникативных практик.
10. Программы рисования. Программы черчения. Программы верстки страниц. Программы редактирования изображений. Программы создания спецэффектов. Программы трехмерного моделирования и визуализации.
11. Общие правила и подготовительные операции реализации проекта. Использование принципов дизайна при подготовке проекта.
12. Материалы и инструменты дизайнера. Размер. Факторы, влияющие на восприятие размера.
13. Материалы и инструменты дизайнера. Пропорция.
14. Материалы и инструменты дизайнера. Размещение. Плотность.
15. Материалы и инструменты дизайнера. Форма. Прямые и прямоугольники. Круги и закругления. Кривые Безье. Бесформенность.
16. Материалы и инструменты дизайнера. Цвет. Как устроен цвет. Цветовой круг.
17. Материалы и инструменты дизайнера. Восприятие цвета. Сочетаемость цветов.
18. Материалы и инструменты дизайнера. Текстуры.
19. Материалы и инструменты дизайнера. Шрифт и текст. Терминология.
20. Материалы и инструменты дизайнера. Параметры набора. Подбор шрифтов.
21. Принципы дизайна. Единство.
22. Принципы дизайна. Баланс.
23. Принципы дизайна. Контраст.
24. Принципы дизайна. Динамика.
25. Принципы дизайна. Ньюансировка.
26. Технологические особенности веб-дизайна.
27. Первый способ классификации веб-сайтов (public, extranet, intranet).
28. Второй способ классификации веб-сайтов (статические, интерактивные).
29. Третий способ классификации веб-сайтов (категории веб-сайтов).
30. Четвертый способ классификации веб-сайтов (типология веб-сайтов).
31. Модели логической организации сайта. Линейная организация. Решетка.
32. Модели логической организации сайта. Иерархия. Паутина.
33. Процесс веб-дизайна: цели и проблемы (этап выяснения).
34. Процесс веб-дизайна: аудитория.
35. Процесс веб-дизайна: контрольный список задач этапа выяснения.
36. Процесс веб-дизайна: подготовка креативного брифа
37. Процесс веб-дизайна. План сайта.
38. Процесс веб-дизайна. Анализ фазы дизайна.
39. Процесс веб-дизайна. Реализация бета-сайта.
40. Разработка информационного наполнения. Создание текстов.

41. Разработка информационного наполнения. Названия страниц. Написание заголовков.
42. Разработка информационного наполнения. Удобочитаемость.
43. Разработка информационного наполнения. Мультимедиа (рисунки и фотографии, анимация).
44. Разработка информационного наполнения. Мультимедиа (видео, звукозаписи).
45. Разработка информационного наполнения. Мультимедиа (трехмерная графика).
46. Выбор редактора (HTML или WYSIWYG). Основы HTML и структура кода. Программы и методы работы с цветом на сайте.

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Современные информационные технологии	Технологий коммуникации	Предложений нет	Замечаний нет. Прот. № 2 от 22.09.2015
Мультимедийные технологии коммуникации	Технологий коммуникации	Предложений нет	Замечаний нет. Прот. № 2 от 22.09.2015
Корпоративные медиа	Технологий коммуникации	Предложений нет	Замечаний нет. Прот. № 2 от 22.09.2015
Теория и практика рекламы	Технологий коммуникации	Предложений нет	Замечаний нет. Прот. № 2 от 22.09.2015
Современные технологии массмедиа	Технологий коммуникации	Предложений нет	Замечаний нет. Прот. № 2 от 22.09.2015

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО  
на \_\_\_\_ / \_\_\_\_ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры технологий коммуникации (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 201\_ г.)

Заведующий кафедрой  
канд. философ. наук, доц. \_\_\_\_\_  
(ученая степень, ученое звание) (подпись)

И.В. Сидорская\_  
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
канд. филол. наук, доц. \_\_\_\_\_  
(ученая степень, ученое звание) (подпись)

С.В. Дубовик  
(И.О.Фамилия)