БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям
_____ О.И.Чуприс
«12» июня 2019 г.

Регистрационный № УД-7694/уч.

ИНФОГРАФИКА

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности:

1-23 80 11 Коммуникации

Профилизация: Медиаисследования и социальная аналитика

2019 г.

Учебная программа составлена на основе: ОСВО 1-23 80 11-2019 и учебного плана Е23-083/уч. от 11.04.2019

СОСТАВИТЕЛЬ:

М. С, Фабрикант, доцент кафедры психологии факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета, кандидат психологических наук

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой психологии
(протокол № 12 от 27.06.2019);

Научно-методическим Советом БГУ

(протокол № 5 от 28.06.2019)

Заведующий кафедрой
психологии И. А. Фурманов

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Инфографика – современный подход к представлению данных с использованием средств конкретно-наглядного представления абстрактных понятий и количественных показателей. Инфографика широко используется в современных коммуникациях для привлечения внимания, поддержания интереса, упрощения передачи информации и формирования целостного образа в сознании целевой аудитории.

«Инфографика» – практико-ориентированная дисциплина, направленная на использование современных наглядных средств визуальной коммуникации для передачи информации о структурированных данных. Использование информации повышает интерес к материалам коммуникаций, делает их более понятными и доступными для широкой аудитории.

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины – подготовка специалиста в области коммуникаций, владеющего современными техниками разработки и использования инфографики.

Задачи учебной дисциплины:

1. изучить основные принципы разработки инфографики;
2. изучить приемы, техники и инструменты проектирования и продвижения инфографики;
3. изучить правила и приемы визуально сторителлинга.

Место учебной дисциплины в системе подготовки магистра.

Учебная дисциплина «Инфографика» относится к компоненту учреждений высшего образования и входит в модуль «Базы данных в социальных науках и визуализация информации».

Учебная дисциплина «Инфографика» читается во втором семестре и тесно связана с другими дисциплинами учебного плана, такими как «Социальная аналитика и методология качественных исследований», «Базы данных в социальных науках» и «Онлайн-исследования».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Инфографика» должно обеспечить формирование следующей **специализированной компетенции:**

СК-4. Уметь визуализировать полученную в ходе исследования информацию с помощью инфографики.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные принципы проектирования инфографики;
- особенности восприятия различных форматов и видов инфографики;
- основные способы практического применения инфографики;

уметь:

- проектировать различные форматы инфографики;
- проводить оценку качества материалов инфографики;

- корректировать материалы инфографики с использованием оперативной обратной связи;

владеть:

- навыками представления количественных данных посредством инфографики;
- техническими инструментами проектирования инфографики;
- навыками визуального сторителлинга.

Структура учебной дисциплины

Дисциплина изучается во 2 семестре. Всего на изучение учебной дисциплины «Инфографика» отведено 90 часов, в том числе 36 аудиторных часов, из них: лекции – 12 часов, практические занятия – 24 часа.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Понятие и общие принципы инфографики

Понятие инфографики. История возникновения и этапы трансформации инфографики. Основные области применения инфографики. Инфографика и визуализация данных. Инфографика и количественный анализ данных. Инфографика и математическая статистика.

Понятие и область применения визуальных метафор. Оценка качества инфографики: наглядность, прозрачность, информативность.

Тема 2. Этапы проектирования инфографики

Сбор данных для инфографики. Генерирование идей для визуально-метафорического представления данных. Первичная сравнительная оценка проектов. Проведение эмпирических исследований для оценки качества проектов инфографики.

Разработка инфографики. Основные технические средства и инструменты компьютерной разработки инфографики. Возможности и ограничения ПО Tableau.

Оценка эффективности разработанных материалов инфографики. Проведение эксперимента для изучения восприятия инфографики целевой аудиторией.

Тема 3. Основы визуального сторителлинга

Понятия сторителлинга, нарратива и нарративного анализа. Структура нарратива и особенности восприятия различных нарративных структур. Соотношение истории и сюжета. Понятие и основные характеристики «хорошего нарратива». Прототипические нарративные сюжеты и ходы.

Визуальное представление нарративов. Преобразование набора данных в историю. Визуальное представление времени истории и сюжета.

Тема 4. Инфографика в массмедиа

Область применения инфографики в массмедиа. Возможности и ограничения инфографики для различного медиаконтента. Адаптация материалов инфографики к особенностям восприятия различных целевых аудиторий. Статичная и динамичная инфографика в современных медиа. Известные примеры использования инфографики в массмедиа в прошлом и настоящем.

Тема 5. Инфографика в рекламе, PR и паблисити

Особенности использования инфорафики как формата рекламных сообщений. Техники визуального побуждения к действию. Формирование идентификации, мотивации, самодистанцирования. Когнитивные эвристики в инфографике. Применение инфографики для оптимизации и повышения предсказуемости эффектов рекламных сообщений.

Тема 6. Инфографика во внутренних корпоративных коммуникациях

Форматы внутрикорпоративных коммуникаций. Использование инфографики в горизонтальных коммуникациях. Составление резюме, конспектов совещаний и портфолио посредством инфографики. Использование инфографики для передачи информации о содержании нормативных правовых актов и внутрикорпоративных инструкций. Возможности и риски использования элементов инфографики в вертикальных внутрикорпоративных коммуникациях.

Тема 7. Инфографика в публичных презентациях

Подбор визуального сопровождения устной презентации. Адаптация инфографики к особенностям восприятия аудитории при непосредственном межличностном общении. Риски использования инфографики в публичных выступлениях перед широкой аудиторией и пути их преодоления. Приемы и техники использования инфографики для презентации проектов.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Понятие и общие принципы инфографики	2	2					коллоквиум
2	Этапы проектирования инфографики	2	2					коллоквиум
3	Основы визуального сторителлинга	2	4					решение задач
4	Инфографика в массмедиа	2	4					разрешение казусов
5	Инфографика в рекламе, PR и паблисити	2	4					проект
6	Инфографика во внутренних корпоративных коммуникациях	1	4					проект
7	Инфографика в публичных презентациях	1	4					проект

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Беляев, Н. А. Визуализация данных: инфографика как инструмент маркетинга / Н. А. Беляев // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2015. – №9(4). – С. 125-130.
2. Визуальный поворот в массовых коммуникациях: коллектив. моногр. / С. И. Симакова, С. С. Распопова, Е. В. Выровцева; под ред. С. И. Симаковой. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2017. – 112 с.
3. Войтов, А. Г. Наглядность, визуалистика, инфографика системного анализа / А. Г. Войтов. – М.: Дашков и К, 2019. – 212 с.
4. Золотова, Е. С. Инфографика как способ повышения эффективности деловых интернет-СМИ / Е. С. Золотова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – № 4 (144). – С. 27-32.

Перечень дополнительной литературы

1. Dunlap, J.C. Getting graphic about infographics: design lessons learned from popular infographics / J. C. Dunlap, P. R. Lowenthal, P.R. // Journal of Visual Literacy. – 2016. – №35(1). – P.42-59.
2. Lee, E.J. Effects of infographics on news elaboration, acquisition, and evaluation: Prior knowledge and issue involvement as moderators / E. J. Lee, Y. W. Kim// New media & society . – 2016. – №18 (8). – P.1579-1598.
3. Mendenhall, S. Designing Research: Using Infographics to Teach Design Thinking. Composition / S. Mendenhall, S. Summers. // Journal of Global Literacies. Technologies and Emerging Pedagogies. – 2015. – №3 (1). P. 359-371.
4. Otten, J. J. Infographics and public policy: using data visualization to convey complex information / J. J. Otten, K. Cheng, A. Drewnowski. // Health Affairs. – 2015. – №34(11). – P. 1901-1907.
5. Pierce, T. J.. *Visual Storytelling: An Illustrated Reader / T. J.* Pierce, R. G. Van Cleave. – Oxford: Oxford University Press, 2016. – 528 p.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

Формой текущей аттестации по дисциплине «Инфографика» учебным планом предусмотрен зачет.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний студента, дающая возможность проследить и оценить динамику

процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

Формирование оценки за текущую успеваемость:

- коллоквиум – 20 %;
- решение задач – 20 %;
- разрешение казусов – 20 %;
- проект – 40%;

Рейтинговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и зачетной оценки с учетом их весовых коэффициентов Вес оценка по текущей успеваемости составляет 50 %, зачетная оценка – 50 %.

Примерная тематика практических занятий

Занятие № 1. Понятие и общие принципы инфографики

Занятие № 2. Этапы проектирования инфографики

Занятие № 3. Основы визуального сторителлинга

Занятие № 4. Инфографика в массмедиа

Занятие № 5. Инфографика в рекламе, PR и паблисити

Занятие № 6. Инфографика во внутренних корпоративных коммуникациях

Занятие № 7. Инфографика в публичных презентациях

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины (эвристический, проективный, практико-ориентированный)

При организации образовательного процесса используется **метод проектного обучения**, который предполагает:

- способ организации учебной деятельности студентов, развивающий актуальные для учебной и профессиональной деятельности навыки планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание собственного продукта;

- приобретение навыков для решения исследовательских, творческих, социальных, предпринимательских и коммуникационных задач.

Также при организации образовательного процесса используется ***практико-ориентированный подход,*** который предполагает***:***

- освоение содержание образования через решения практических задач;
- приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
- ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
- использованию процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Для организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Инфографика» в распоряжение учащихся предоставляются учебные и учебно-методические материалы:

- учебная программа;
- учебные издания для теоретического изучения дисциплины;
- методические указания к семинарским занятиям;
- методические рекомендации для выполнения коллоквиума;
- образцы инфографики;
- материалы с примерами использования инфографики в массмедиа;
- список основной литературы и дополнительной;
- перечень информационных ресурсов.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Понятие инфографики.
2. История возникновения и этапы трансформации инфографики.
3. Основные области применения инфографики.
4. Инфографика и визуализация данных. Инфографика и количественный анализ данных. Инфографика и математическая статистика.
5. Понятие и область применения визуальных метафор.
6. Оценка качества инфографики: наглядность, прозрачность, информативность.
7. Сбор данных для инфографики.
8. Генерирование идей для визуально-метафорического представления данных. Первичная сравнительная оценка проектов.
9. Проведение эмпирических исследований для оценки качества проектов инфографики.
10. Разработка инфографики.

11. Основные технические средства и инструменты компьютерной разработки инфографики. Возможности и ограничения ПО Tableau.
12. Оценка эффективности разработанных материалов инфографики.
13. Проведение эксперимента для изучения восприятия инфографики целевой аудиторией.
14. Понятия сторителлинга, нарратива и нарративного анализа.
15. Структура нарратива и особенности восприятия различных нарративных структур. Соотношение истории и сюжета.
16. Понятие и основные характеристики «хорошего нарратива».
17. Прототипические нарративные сюжеты и ходы.
18. Визуальное представление нарративов.
19. Преобразование набора данных в историю.
20. Визуальное представление времени истории и сюжета.
21. Область применения инфографики в массмедиа.
22. Возможности и ограничения инфографики для различного медиаконтента.
23. Адаптация материалов инфографики к особенностям восприятия различных целевых аудиторий.
24. Статичная и динамичная инфографика в современных медиа.
25. Известные примеры использования инфографики в массмедиа в прошлом и настоящем.
26. Особенности использования инфорафики как формата рекламных сообщений.
27. Техники визуального побуждения к действию. Формирование идентификации, мотивации, самодистанцирования.
28. Когнитивные эвристики в инфографике.
29. Применение инфографики для оптимизации и повышения предсказуемости эффектов рекламных сообщений.
30. Форматы внутрикорпоративных коммуникаций. Использование инфографики в горизонтальных коммуникациях.
31. Составление резюме, конспектов совещаний и портфолио посредством инфографики.
32. Использование инфографики для передачи информации о содержании нормативных правовых актов и внутрикорпоративных инструкций.
33. Возможности и риски использования элементов инфографики в вертикальных внутрикорпоративных коммуникациях.
34. Подбор визуального сопровождения устной презентации.
35. Адаптация инфографики к особенностям восприятия аудитории при непосредственном межличностном общении.
36. Риски использования инфографики в публичных выступлениях перед широкой аудиторией и пути их преодоления.
37. Приемы и техники использования инфографики для презентации проектов.

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)
1. Анализ данных социальных исследований в SPSS	Кафедра социальной коммуникации	Нет изменений	Изменений не требуется, протокол № 12 от 27.06.2019
2. Стратегии публичной коммуникации	Кафедра социальной коммуникации	Нет изменений	Изменений не требуется, протокол № 12 от 27.06.2019

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

на _____/_____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры психологии (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой _____ И. А. Фурманов

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета _____ В. Ф. Гигин