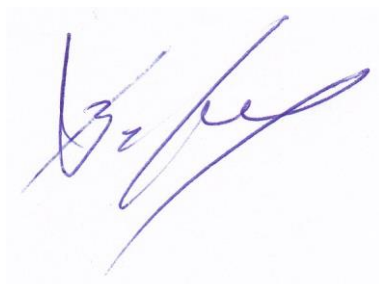


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой  
связей с общественностью, рекламы и дизайна



д.ф.н., проф. Тулупов В.В.  
26.05.2022г

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.ДВ.02.02. Визуализация проекта**

*Код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом*

**1. Код и наименование направления подготовки/специальности:**

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

**2. Профиль подготовки/специализация: «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации»**

**3. Квалификация выпускника: бакалавр**

**4. Форма обучения: заочная**

**5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: связей с общественностью, рекламы и дизайна**

**6. Составители программы: канд.филол.наук Маслов А.С.**

*(ФИО, ученая степень, ученое звание)*

**7. Рекомендована: НМС протокол №8 от 19 мая 2022 г.**

---

*(наименование рекомендующей структуры, дата, номер протокола,*

---

*отметки о продлении вносятся вручную)*

**8. Учебный год: 2023-2024**

**Семестр(ы): 4**

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины

**Цель:** обеспечить формирование компетенций и индивидуального творческого стиля в сфере визуальной репрезентации информации различных типов для создания эффективных медийных продуктов.

Компетенции формируются на базе критического и визуального мышления, которые определяют усвоение студентом навыков визуальной медиаграмотности, визуальной культуры, технологий анализа и создания визуальных медиапродуктов, обеспечивающих продуктивную коммуникацию медиа с целевой аудиторией. Данные компетенции становятся доминирующими в условиях «визуального поворота» в коммуникации.

В ходе курса студенты будут искать ответ на вопрос о том, как технологии определяют параметры современной визуализации в медиа: от фото до big data проектов.

### Задачи:

- освоение основ критического и визуального мышления;
- изучение базовых постулатов визуальной медиаграмотности и медийной культуры;
- изучение теоретико-методологических оснований медиавизуалистики (visual media studies); ключевых стратегий работы с различными типами информации для разных целевых аудиторий медиа;
- знакомство с передовыми практиками создания визуальных медийных продуктов: рисунка, фото, шрифтов, инфографики, в том числе динамической, видео, визуализации big&open data, картографических data проектов, мультимедиа и трансмедиа, новейших форматов цифровой рекламы;
- получение практических навыков визуализации информации с эффективным визуальным сторителлингом: скетчинга, фотографии, типографики, коллажа, data визуализации;
- изучение принципов создания инновационных форматов визуализации в высшей школе – цифрового портфолио студента;
- освоение оригинальных исследовательских подходов к работе с научными текстами в сфере медиа – создание визуального ридера.

## 10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

«Визуализация проекта» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, блока 1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Данная учебная дисциплина связана с рядом дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата: «Техника и технология средств массовой коммуникации», «Компьютерные технологии», «Технологии медиатворчества», «Управление медиапроектами» и др.

Дисциплина «Визуализация проекта» изучается в рамках медиавизуалистики - нового направления медиаисследований.

## 11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

### ПК-1.4; ПК-2.2

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний,	ПК-1.4	Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных	Знать: основы визуализации в медиа, основания визуальной культуры, ключевые положения медиавизуалистики, характеристики и особенности прочтения визуальных текстов и их восприятия массовой аудиторией; параметры визуального сторителлинга; актуальные техники визуализации

	проектов и мероприятий		информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)	от скетчинга до data art; базовые характеристики peer-to-peer обсуждения визуальных проектов; Уметь: применять базовые навыки визуального мышления в исследовательской и практической работе, использовать навыки медиавизуалистики при мониторинге и анализе медиа, анализировать визуальные тексты медиа, доказывать преимущества определенных визуальных решений, создавать визуальные медиапродукты в индивидуальном стиле, корректно применять полученные знания с позиций профессиональной этики; Владеть:: базовыми навыками создания эффективного визуального медийного текста/проекта/продукта, основанного на продуктивных композиционных и технологических решениях, навыками создания скетча, фотографии, авторских шрифтов, визуализации больших данных, навыками применения научно-исследовательских методов в реализации визуальных проектов; навыками продуктивной работы и лидерства в коллективе.
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.2	Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.** (в соответствии с учебным планом) — 2 ЗЕТ / 72 час.

**Форма промежуточной аттестации**(зачет/экзамен) *зачет*

### 13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость	
		Всего	По семестрам
Контактная работа		8	8
в том числе:	лекции		
	практические		
	лабораторные	8	8
	курсовая работа		
Самостоятельная работа		60	60
в том числе: курсовая работа (проект)			
контроль		4	4
Промежуточная аттестация - экзамен			
Итого:		72	72

#### 13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
<b>1. Лекции -</b>			
<b>2. Практические занятия -</b>			
<b>3. Лабораторные занятия</b>			

1	«Визуальный поворот» в современной медиакommunikации. Введение в медиавизуалистику	Анализ современного состояния медиакommunikации в мире и в России в условиях «визуального поворота», когда визуализация становится определяющим фактором эффективности (редизайн ведущих мировых и российских СМИ, новые форматы журнализма – дата журнализм, журнализм виртуальной реальности, фиджитал реклама, мультимедийные проекты). Базовые теоретико-методологическими параметрами нового направления медивизуалистики с точки зрения освоения языка визуального текста, его анализа для формирования компетенций по созданию визуального образа, эффективной визуальной медиакommunikации, комплициности. Анализ визуальной повестки дня мировых и российских масс медиа. Тестирование проектов с позиций продюмера.	-
2	Режиссура визуальной медиакommunikации. Визуальный сторителлинг	Визуализация в современной медиакommunikации как комплексный интеграционный процесс. Широкий спектр форматов медиакommunikации. Основы визуального сторителлинга на примерах скетчинга, фотографии, статической и динамической инфографики, документального видео, дата проектов с учетом технологических особенностей визуальных образов. Апробация концепций сторителлинга в практических работах.	-
3	Актуальные форматы визуализации медиапродукта: фотография, типографика, инфографика, видео	Комплексный характер современного визуального медийного продукта. Требования к специалисту в области визуализации медиапроектов: компетенции в сфере создания фото, использования шрифтов, различных форматов инфографики, видео. Развитие индивидуального авторского стиля и оригинального видения «режиссера» визуальной истории. Работа с фотографией (освоение жанра портрета в свободном жанре, цифрового портрета для конкретной целевой аудитории). Формирование индивидуального видения героя визуальной истории. Базовые положения типографики, ее новейшие ресурсы. Выработка индивидуального стиля, умение интегрировать различные изобразительные элементы в одной визуальной истории (разработка индивидуального образа с помощью шрифта). Статические и динамические инфографические истории.	-
4	Визуализация в мультимедийном проекте	Режиссура мультимедийной истории. Базовые понятия: мультимедийный кадр, монтаж (4 модели), планирование мультимедийной истории, выбор мультимедийного формата, проверка цельности плана, освоение алгоритма создания мультимедийного проекта и мультимедийное кураторство. Пошаговый анализ работы над проектом. Современный инструментарий мультимедийного проекта. Изучение лучших зарубежных и отечественных практик с позиций поиска индивидуального видения проблематики проекта.	-
5	Большие и открытые данные: особенности визуализации в медиа	Цифровизация. Формирование новых форматов проектов, новых жанров масс медиа: дата журнализма и журнализма виртуальной реальности. Визуализация в новейших проектах. Формирование визуальных образов. Базовые принципы сторителлинга, вовлечения аудитории в	-

		коммуникацию. Работа со статистикой, программирование, data science. Основы визуализации открытых данных. Анализ кейсов дата журнализма, immersive virtual reality журнализма "The New York Times", арт-проектов. Базовые навыки визуализации открытых данных.	
6	Трансмедийный бренд: параметры создания и коммуникации	Умение работать в форматах трансмедийного сторителлинга как требование сегодняшнего дня. Умение создавать сюжеты, которые направляют аудиторию к различным медиа. Производство контента для различных площадок, формирующего общее поле визуальной истории. Особенности формирования трансмедийной истории. Формирование трансмедийного сторителлинга и базовых характеристик трансмедийного бренда в медиа.	-
7	Визуализация в рекламе: эволюция форматов и сторителлинга. Data истории.	Новые герои, сюжеты, структура историй как результат новейших технологий и рекламных форматов. Классические сюжеты: от печатной, наружной до видеорекламы. Идентификация базовых параметров сторителлинга в различных медийных форматах. Типология актуальных форматов рекламы. Работа с рекламным контентом. Креатив в нативной рекламе. Применение data как основа для уникального формата рекламы с точным попаданием в целевую аудиторию. Создание новых параметров визуализации и визуальных историй в интегрированных проектах.	-
8	Презентация результатов визуализации проектов	Сборники визуальных ридеров, цифровых портфолио, цифровых выставок работ. Правила подготовки презентации. Программы презентации. Выработка концепции проекта, ее апробация и итоговая презентация.	-

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	«Визуальный поворот» в современной медиакommunikации. Введение в медиавизуалистику	-	-	1	7	8
2	Режиссура визуальной медиакommunikации. Визуальный сторителлинг	-	-	1	9	10
3	Актуальные форматы визуализации медиапродукта: фотография, типографика, инфографика, видео	-	-	1	9	10
4	Визуализация в мультимедийном проекте	-	-	1	7	8
5	Большие и открытые данные: особенности визуализации в медиа	-	-	1	9	10
6	Трансмедийный бренд: параметры создания и	-	-	1	9	10

	коммуникации					
7	Визуализация в рекламе: эволюция форматов и сторителлинга. Data истории.	-	-	1	7	8
8	Презентация результатов визуализации проектов	-	-	1	7	8
	контроль					4
	Итого:	-	-	8	60	72

#### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

*Самостоятельная работа во время аудиторных занятий направлена на выполнение контрольной и стимулирующей функций.*

*Выполнение контрольных заданий позволяет оценить уровень освоения студентами материалов курса.*

*Решение ситуационных задач позволяет обучить студентов навыкам эффективного использования методов творческого мышления, оценить умение студентов применять на практике теоретические знания. В данном случае группа студентов занимается решением проблемы, основанной на реальной информации, например, тестированием конкретных проектов с позиций просьюмера.*

*Внеаудиторная самостоятельная работа:*

*Закрепление и углубление изученного материала (работа с учебными пособиями с последующим выполнением контрольных заданий);*

*Изучение актуальной информации по заданным темам с последующей подготовкой творческого задания (студенты учатся использовать информацию из профессиональных СМИ и электронных источников).*

*Проективный метод (привлечение внешних организаций для презентации проблемной ситуации и выполнения части контрольно-консультационных функций).*

#### 15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа: учебник для вузов/ И. В. Кирия, А. А. Новикова // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — 423 с.
2	Кожемякин Е. А. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Е.А. Кожемякин // М.: ИНФРА - М, 2019. — 189 с.
3	Рузанова О. В. Трансмедиа: модель разборки / О.В. Рузанова // Издательские решения, 2017 – 136 с.
4	Сальникова Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова. – Москва : Прогресс-Традиция, 2017. – 578 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
5	Родькин П. «Гельветика» завтрашнего дня, перспективы развития шрифтового дизайна и типографики / П. Родькин, 2018 [Электронный ресурс] – URL: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Z3WI8CLsaow">https://www.youtube.com/watch?v=Z3WI8CLsaow</a>
6	Что такое сторителлинг — процесс построения, примеры, советы успеха [Электронный ресурс] – URL: <a href="https://infomarketing.su">https://infomarketing.su</a>
7	Тренды в дизайне. Композиция и типографика. 2020-21 [Электронный ресурс] – URL: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=tDvtqfBA2O0">https://www.youtube.com/watch?v=tDvtqfBA2O0</a>
8	Инфографика тренды 2019. Интервью с Андреем Скворцовым [Электронный ресурс] –

URL: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=8jxtuOcwWc">https://www.youtube.com/watch?v=8jxtuOcwWc</a>
--

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

№ п/п	Ресурс
9	Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations. – <URL: <a href="http://www.advlab.ru">http://www.advlab.ru</a> >.
10	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http // www.lib.vsu.ru/</a> .
11	ЭБС Издательства "Лань"

**16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы** (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных), курсовых работ и др.)

№ п/п	Источник
1	Электронный научный журнал «Медиаскоп» [Электронный ресурс] – URL: <a href="http://www.mediascope.ru/">http://www.mediascope.ru/</a>
2	Визуализация [Электронный ресурс] – URL: <a href="http://www.qpntb.ru/libcom2018/docs/Sokolova.pdf">http://www.qpntb.ru/libcom2018/docs/Sokolova.pdf</a>
3	Визуальная журналистика – Карта знаний [Электронный ресурс] – URL: <a href="http://www.kartaslov.ru/карта-знаний/Визуальная_журналистика">http://www.kartaslov.ru/карта-знаний/Визуальная журналистика</a>

**17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение:**

При реализации дисциплины используются информационные технологии, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы:

Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ([http // www.lib.vsu.ru/](http://www.lib.vsu.ru/)).

Электронный учебно-методический комплекс «Рекламный текст» – (<https://moodle.vsu.ru/course/view.php?id=3006>).

**18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

Фотостудия. Доска, проектор, экран, ПК, фототехника. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244\*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdmc; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; Университетская лицензия на программный комплекс для ЭВМ – MathWorks Total Academic Headcount – 25 ; СПС «ГАРАНТ- Образование».

Аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; переносной ноутбук 15\*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244\*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.)

**19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций**

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1	«Визуальный поворот» в современной медиакommunikации. Введение в медиавизуалистику	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)	Реферат (доклад) Творческие задания Устный опрос Тест 1 Тест 2
2	Режиссура визуальной медиакommunikации. Визуальный сторителлинг			
3	Актуальные форматы визуализации медиaproдyкта: фотография, типографика, инфoграфия, видео			
4	Визуализация в мyльтимедийном проекте	ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	
5	Большие и открытые данные: особенности визуализации в медиа			
6	Трансмедийный бренд: параметры создания и коммуникации			
7	Визуализация в рекламе: эволюция форматов и сторителлинга. Data истории.			
8	Презентация результатов визуализации проектов			
Промежуточная аттестация форма контроля - зачет				Вопросы к зачету

## 20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

### 20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

#### Тест 1 по типографике

1. Формат, производный от высокого ..., распространенный в Древнем Риме, по размеру отличается от стандартного североамериканского формата letter примерно на 1 %
  - a) пятиугольника
  - b) восьмиугольника
  - c) полувосьмиугольника
2. Первая версия такого стандартного знакового набора, известная как Unicode, была составлена в черновом варианте в конце ...
  - a) 1970-х гг.



- b) 1980-х гг.
  - c) 1990-х гг.
3. В промежутке между надписями Древнего Рима и временем Гутенберга в формах европейских букв произошло много изменений, появилось узкое прописное письмо ...
- a) «рустика»
  - b) «гаральд»
  - c) «дидон»
4. ... – вариант концевое элемента в виде утолщения на конце дополнительного или соединительного штриха, обычно округлой формы
- a) Капля (Drop)
  - b) Диакритический знак (Diacritics)
  - c) Дуга (Arc)
  - d) Глиф (Glyph)
5. ... шрифты – шрифты, предназначенные для набора сплошных текстов, которые наиболее консервативны в отношении формы
- a) Акцидентные
  - b) Текстовые
  - c) Выделительные
6. ... система – это система измерений, принятая в типографике, с помощью которой определяют размеры наборного шрифта и пробельных элементов внутри наборной полосы
7. Согласно принципам типографики, необходимо ...
- a) оформлять страницу и полосу набора так, чтобы подчеркнуть и раскрыть все элементы, все связи между элементами и все логические нюансы текста
  - b) внешнюю логику типографики отделять от внутренней логики текста
  - c) уделять внимание даже незначительным деталям
8. Характерной чертой статического шрифта является ...
- a) наличие ассиметричных скруглённых засечек
  - b) небольшой контраст основных и соединительных штрихов
  - c) большой контраст основных и соединительных штрихов
9. ..., изобретенный в 1880-х годах Оттмаром Мергенталером и с годами сильно модифицированный, представляет собой некий гибрид литейного аппарата, пишущей машинки, торгового автомата и обратной лопаты
10. ... – это симметричное отношение, построенное из ассиметричных частей
11. Сердцевина типографики – ...
- a) каллиграфия
  - b) письмо
  - c) леттеринг
  - d) графема
12. ... – цифровой шрифт, состоящий только из прописных букв, однако включающий множество глифов для разных знаков, в котором есть четыре формы Т, по три формы Е, F, R, по две формы А, С, G, H, I, K и много других знаков
- a) Zapf Renaissance
  - b) Sophia Мэтью Картера
  - c) Poetica
13. Основной целью ... является не только передача информации, но и достижение пластического или декоративного эффекта
- a) наборного шрифта
  - b) каллиграфии
  - c) леттеринга
14. Шрифт для Web-сайтов, руководств или книг на компактных дисках и видеопрезентаций должен иметь трекинг ... для печати
- a) больший, чем у шрифта, предназначенного
  - b) равный шрифту, предназначенному
  - c) меньший, чем у шрифта, предназначенного
15. ... обычно используется для того, чтобы устранить проблему пробелов, вызванную сменой кегля шрифта (особенно у очень мелкого и очень крупного шрифтов)
- a) Трекинг
  - b) Кернинг

- c) Полуапрош
16. Типографы Ренессанса, как правило, пользовались страницами, соответствующими ... большой и малой сексте
- a) уменьшенной квинте
  - b) большой и малой септимае
  - c) увеличенной кварте
17. Типографика была радикально реформирована между ... путем коммерческого воссоздания исторических шрифтовых форм
- a) 1910 и 1930 гг.
  - b) 1930 и 1960 гг.
  - c) 1920 и 1950 гг.
18. Интерлиньяж – это расстояние ...
- a) между базовыми линиями соседних строк
  - b) от базовой линии одной строки до верхнего края строчных следующей за ней, визуальное – белый промежуток между соседними строками
  - c) между словами в тексте
19. ... шрифты называют декоративными, используют в крупных кеглях, их главная задача – привлечь внимание читателя
- a) Текстовые
  - b) Акцидентные
  - c) Выделительные
20. Примерно до ... контраст шрифта определялся техническими возможностями печати
- a) XVIII в.
  - b) XIX в.
  - c) XX в.
21. Самые ранние из сохранившихся графических форм букв – это высеченные на камне ... прописные буквы
- a) египетские
  - b) китайские
  - c) греческие
22. ... шрифты – акцидентные шрифты, сохраняющие привычный рисунок и укладывающиеся в рамки классификации, принятой для текстовых шрифтов
- a) Предметные
  - b) Вариационные
  - c) Имитационные
23. ... шрифта помогает глазу двигаться по строке за счёт открытости формы знаков и поворота осей симметрии относительно вертикали
- a) Динамика
  - b) Динамичность
  - c) Статичность
24. Приведенные на рисунках шрифты ... .. – примеры ... шрифта
- a) предметного
  - b) имитационного
  - c) комбинированного
  - d) вариационного
25. Засечка – это ...
- a) короткий штрих или расширение на конце основного или дополнительного, обычно перпендикулярный к нему
  - b) след одного движения руки, вооружённой пишущим инструментом
  - c) воображаемая линия, на которой «стоят» знаки, проходящая по нижнему краю прямых знаков без учета свисаний и выносных элементов
26. ... шкала – это заранее упорядоченный набор гармонических пропорций, мерная линейка, чьи единицы неделимы и неодинаковы по размеру
27. Расширенный алфавит ASCII, который в настоящее время используется повсеместно, состоит из ... знаков
- a) семибитных
  - b) десятибитных
  - c) восьмибитных

28. Характерной чертой динамического шрифта является ...
- a) закрытая форма знаков
  - b) наличие ассиметричных скруглённых засечек
  - c) вертикальная ось овалов
29. «Каждый член последовательности является суммой двух предыдущих» – правило ...
- a) Иоганна Гутенберга
  - b) Леонардо Фибоначчи
  - c) Ле Корбюзье
30. ... называют шрифт с кегельными площадками разной ширины, в зависимости от необходимой ширины знаков
- a) Моноширинным
  - b) Разноширинным
  - c) Пропорциональным
  - d) Равноширинным

## Тест 2

### по основам мультимедиа и презентации результатов визуализации проектов

1. Программа для создания презентаций?
- a) Paint
  - b) Word
  - c) PowerPoint
  - d) Excel
2. Достоинством векторного изображения является:
- a) большой объем файла
  - b) высокое качество изображения
  - c) нечувствительность к масштабированию
3. Устройства для вывода графической информации из компьютера? (возможно несколько вариантов ответа)
- a) Сканер
  - b) Цифровой фотоаппарат
  - c) Принтер
  - d) Монитор
  - e) Цифровой телевизор
4. Последовательность слайдов, содержащих мультимедийные объекты
- a) презентация
  - b) макет
  - c) дизайн слайдов
5. Можно ли в PowerPoint создавать анимации?
- a) можно
  - b) нельзя
6. Что относится к средствам мультимедиа:
- a) анимация, текст, видео, мультимедийные программы
  - b) звук, колонки, графика
  - c) звук, текст, графика, изображения
  - d) видео, анимация, текст, звук, графика
7. Компьютерные презентации – это ...
- a) последовательность шаблонов;
  - b) последовательность слайдов;
  - c) последовательность эффектов анимации.
8. С помощью графического редактора Paint можно
- a) создавать и редактировать простые графические изображения
  - b) редактировать вид и начертание текстовой информации
  - c) настраивать анимацию графических объектов
  - d) создавать и редактировать графики, диаграммы
9. Устройство для ввода звука в компьютер?
- a) Звуковые колонки.
  - b) Web камера

- c) Микрофон
  - d) Сканер
10. Редактирование текста представляет собой:
- a) процедуру сохранения текста на диске в виде текстового файла
  - b) процедуру считывания с внешнего запоминающего устройства
  - c) процесс внесения изменений в имеющийся текст
  - d) процесс передачи текстовой информации по компьютерной сети
11. Устройство для вывода звука из компьютера?
- a) Звуковые колонки.
  - b) Микрофон
  - c) Web камера
  - d) Сканер
12. В процессе демонстрации презентации может ли пользователь изменять эффекты анимации?
- a) нет
  - b) да
13. Наименьшим элементом изображения на графическом дисплее является:
- a) курсор
  - b) символ
  - c) пиксель
14. Процедура форматирования текста предусматривает:
- a) отмену предыдущей операции, совершенной над текстом
  - b) удаление текста
  - c) запись текста в буфер
  - d) автоматическое расположение текста в соответствии с определенными правилами
15. Выбрать устройства ввода и вывода звуковой информации
- a) ввод – колонки, вывод – наушники
  - b) ввод – микрофон, вывод – наушники

### **Творческие задания**

Творческое задание № 1: Создание познавательного изображения для научного издания. Темы на выбор: экология, география, цифровые технологии.

Творческое задание № 2: Иллюстрирование журнальных обложек.

Творческое задание № 3: Создание рекламной и коммерческой иллюстрации.

Творческое задание № 4: Создание инфографического объекта на заданную тему. Ход работы: поиск и анализ аналогов; выбор данных для визуализации; выбор средств визуализации; выбор композиционного, стилевого, цветового и шрифтового решения; разработка итогового решения.

Творческое задание № 5: Создание мультимедийных иллюстраций для настольной игры с возможностью их демонстрации в дополненной реальности (создание персонажей, создание электронного книжного издания).

Творческое задание № 6: Подборка визуального контента. Сделать подборку различных видов визуального контента социальной рекламы (фотографии, иллюстрации и другие векторные изображения, видео, инфографика, диаграммы и графика, типографика). Проанализировать подобранные примеры.

Творческое задание № 7: Анализ материалов, созданных с помощью инфографики. Проанализировать и описать выданный пример применения инфографики, как средства визуализации данных: тип инфографики, виды инфографики, необходимость, точность использования выбранных средств для решения проблемы, цвет, композиция, стиль, шрифтовое решение.

Творческое задание № 8: Создание мультимедийного ролика с элементами инфографики Создать мультимедийный (публицистический с элементами аналитики) лонгрид на тему «Хочу быть журналистом!». Инфографика должна быть создана участниками на основе самостоятельно собранного материала опросов старшеклассников. Студенты вправе использовать специализированные онлайн-сервисы для создания инфографики, создания и редактирования изображений, редактирования аудио, фото и видео.

### **Перечень тем для рефератов (докладов)**

1. Новые формы представления информационного материала в СМИ.
2. Классификации визуальных элементов информации
3. Разновидности визуального контента в печатных СМИ и издательских проектах.
4. Редакторская концепция издания. Проблема анализа концепции издания с точки зрения текстового, визуального, мультимедийного формата представления материала
5. Периодизация метода визуализации информации в российской печати. Характеристика этапов развития
6. Современный медиатекст в эстетике и стилистике графического дизайна и веб-дизайна.
7. Креолизованный текст
8. Факторы, определяющие концепцию современного издания, медиатекста
9. Распространенные элементы-инструменты визуализации: графические символы, фотоизображения, рисунки, типографика. Принципы функционирования.
10. Укрупненные типологические единицы визуализации: репрезентации медийной информации, видео, анимация, карты, принтскрины, облако тегов. Принципы функционирования
11. Тематические принципы функционирования инфографики.
12. Инфографика как продукт графического дизайна в СМИ.
13. Инфографика как основной инструмент визуализации информации в СМИ
14. Главные формы инфографики и методы их функционирования.
15. Типичные недостатки / ошибки, возникающие при разработке издательского проекта при выборе инструментов визуализации
16. Базовые элементы визуализации интернет-СМИ: видеоряд, видеосюжеты и фотография. Принципы и методы их функционирования при разработке концепции издательского проекта .
17. Базовые элементы инфографики интернет-СМИ: структурированные таблицы и списки, диаграммы, графики и таймлайны. Принципы и методы их функционирования при разработке концепции издательского проекта
18. Контент-инфографика: мультимедийные истории, лонгриды, интерактивные карты
19. Графический дизайн в интернет-СМИ через призму концепции издательского проекта
20. Авторское право: источники изображений для инфографики, обзор ресурсов готовых изображений.

### **Перечень вопросов для устного опроса**

1. Выразительные средства создания иллюстрации.
2. Графические техники создания журнальной иллюстрации.
3. Графические материалы создания иллюстрации.
4. Тренды в современной журнальной иллюстрации.
5. Понятие «условности» художественного образа.
6. Техника «коллаж» в иллюстрации.
7. Цифровые графические техники создания иллюстрации.
8. Сюжетно-композиционный центр в иллюстрации.
9. Этапы создания иллюстрации (разработка художественного образа).
10. Приемы использования шрифта в качестве иллюстрации.
11. Преимущества и недостатки использования фотографии в иллюстрировании.
12. Прием кадрирования изображения.
13. Фотография в иллюстрации.
14. Приемы осуществления творческого поиска и проработка проектной идеи.
15. Стилистическое единство заголовка и изображения.
16. Композиционные приемы гармонизации взаимодействия заголовка и иллюстрации.

17. История развития инфографики, особенности, значение, преимущества
18. Законы восприятия
19. Принципы создания инфографики. Типы инфографики
20. Виды инфографики по формату представления. Виды инфографики по способу представления.
21. Роль текстовой информации в инфографике. Шрифты, правила использования.
22. Роль цвета, колористика. Сервисы для подбора и генерации цветовых сочетаний. Композиция, общие правила.
23. Эскизирование.
24. Видеоинфографика (понятие, примеры).
25. Интерактивная инфографика (понятие, примеры).
26. Анимированная инфографика (понятие, примеры).
27. Тренды в инфографике. Этапы создания инфографики. Сервисы, с помощью которых можно создать инфографику.
28. Аналитика, умение анализировать инфографические объекты.
29. Особенности выбора данных непосредственно для визуализации.
30. Способы создания инфографических объектов (программы, сервисы, готовые наборы, шаблоны).

### Критерии оценивания устных ответов и рефератов (докладов)

Критерии	Показатели	Баллы
Полнота, системность, прочность знаний	Изложение полученных знаний в устной, письменной или графической форме, полное, в системе, в соответствии с требованиями учебной программы; допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентами	3
	Изложение полученных знаний в устной, письменной и графической форме, полное, в системе, в соответствии с требованиями учебной программы; допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентами после указания преподавателя на них.	2
	Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего программного материала; допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя.	1
	Изложение учебного материала неполное, бессистемное, что препятствует усвоению последующей учебной информации; существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя.	0
Обобщенность знаний	Выделение существенных признаков изученного с помощью операций анализа и синтеза; выявление причинно-следственных связей; формулировка выводов и обобщений; свободное оперирование известными фактами и сведениями с использованием сведений из других предметов	3
	Выделение существенных признаков изученного с помощью операций анализа и синтеза; выявление причинно-следственных связей; формулировка выводов и обобщений, в которых могут быть отдельные несущественные ошибки; подтверждение изученного известными фактами и сведениями	2
	Затруднения при выполнении существенных признаков изученного, при выявлении причинно-следственных связей и формулировке выводов	1
	Бессистемное выделение случайных признаков изученного; неумение производить простейшие операции анализа и синтеза; делать обобщения, выводы	0
Степень	обнаруживает понимание материала, может обосновать свои	2

осознанности, понимания изученного	суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные, дает анализ	
	обнаруживает понимание материала, но не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения или привести свои примеры	1
	нет понимания материала	0
Четкость и грамотность речи	излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка	1
	излагает материал непоследовательно, нормы литературного языка не выдержаны	0
Ответы на вопросы по реферату (докладу)	Четко и грамотно отвечает на вопросы	1
	Затрудняется ответить или отвечает не правильно на поставленный вопрос	0

## 20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств в форме экзамена.

### Перечень вопросов к экзамену

1. Визуализация в медиакommunikации: основные особенности в XXI веке.
2. Визуализация: подходы к изучению в гуманитарных науках.
3. «Визуальный поворот» и современная медиавизуалистика.
4. Визуальное мышление: базовые параметры.
5. Визуальная грамотность в медиакommunikации.
6. Визуальная культура vs. визуальная грамотность.
7. Визуальный текст.
8. Цифровой визуальный текст.
9. Визуальный сторителлинг (на примере различных медиа).
10. Визуальная история масс медиа.
11. Визуализация в современных медиа: визуальная журналистика.
12. Визуализация в современных медиа: новые жанры (дата журнализм, журнализм виртуальной реальности).
13. Визуализация в массмедиа: инструментарий и навыки журналиста.
14. Аудитория новых медиа: особенности визуального вовлечения.
15. Новые и экспериментальные форматы масс медиа.
16. Режиссура мультимедийной истории.
17. Мультимедийные лонгриды как новый медиаформат.
18. Скетчинг: особенности сторителлинга.
19. Фотографика: особенности коммуникативных стратегий.
20. Типографика в XXI веке.
21. Инфографика: типология, функции.
22. Динамическая инфографика.
23. Визуализация открытых данных: картография.
24. Визуализация больших данных: особенности медийного дата проекта.
25. Арт-визуализация больших данных.