

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

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
связей с общественностью, рекламы и дизайна

Тулупов В.В.
17.04.2025г

**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, доцент Тюрина Е.В.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

7. Рекомендована: НМС протокол №7 от 17 апреля 2025 г.

(наименование рекомендующей структуры, дата, номер протокола,

отметки о продлении вносятся вручную)

8. Учебный год: 2026-2027

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, проектов и мероприятий	ПК-1.4	Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий)	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 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
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 во сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	

				лидерства в коллективе.
--	--	--	--	-------------------------

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
			семестр 3
Контактная работа		4	4
в том числе:	лекции	-	-
	практические	-	-
	лабораторные	4	4
	курсовая работа		
Самостоятельная работа		64	64
в том числе: курсовая работа (проект)			
контроль		4	4
Промежуточная аттестация - зачет			
Итого:		72	72

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины
-----	---------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

			ны с помощью онлайн-курса, ЭУМК
1. Лекции -			
2. Практические занятия -			
3. Лабораторные занятия			
1	«Визуальный поворот» в современной медиакommunikации. Введение в медиавизуализацию	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 медивизуализации с точки зрения освоения языка визуального текста, его анализа для формирования компетенций по созданию визуального образа, эффективной визуальной медиакommunikации, комплицированности. Анализ визуальной повестки дня мировых и российских масс медиа. Тестирование проектов с позиций просьюмера.	-
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, программинг, 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 медиавизуализацию	-	-	0,5	8	8,5
2	Режиссура визуальной медиакommunikации. Визуальный сторителлинг	-	-	0,5	8	8,5
3	Актуальные форматы визуализации медиапродукта: фотография, типографика, инфографика, видео	-	-	0,5	8	8,5

4	Визуализация в мультимедийном проекте	-	-	0,5	8	8,5
5	Большие и открытые данные: особенности визуализации в медиа	-	-	0,5	8	8,5
6	Трансмедийный бренд: параметры создания и коммуникации	-	-	0,5	8	8,5
7	Визуализация в рекламе: эволюция форматов и сторителлинга. Data истории.	-	-	0,5	8	8,5
8	Презентация результатов визуализации проектов	-	-	0,5	8	8,5
	Контроль					4
	Итого:	-	-	4	64	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: https://www.youtube.com/watch?v=Z3Wl8CLsaow
6	Что такое сторителлинг — процесс построения, примеры, советы успеха [Электронный ресурс] – URL: https://infomarketing.su
7	Тренды в дизайне. Композиция и типографика. 2020-21 [Электронный ресурс] – URL: https://www.youtube.com/watch?v=tDvtqfBA2O0
8	Инфографика тренды 2019. Интервью с Андреем Скворцовым [Электронный ресурс] – URL: https://www.youtube.com/watch?v=8jxtuOcwWc

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

№ п/п	Ресурс
----------	--------

9	Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations. – <URL: http://www.advlab.ru >.
10	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – http // www.lib.vsu.ru/ .
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: http://www.mediascope.ru/
2	Визуализация [Электронный ресурс] – URL: http://www.gpntb.ru/libcom2018/docs/Sokolova.pdf
3	Визуальная журналистика – Карта знаний [Электронный ресурс] – URL: http://www.kartaslov.ru/карта-знаний/Визуальная журналистика

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 Acdm; 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 Acdm; OfficeSTD

2013 RUS OLP NL Acdmс; 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 медиакоммуникации. Введение в медиавизуализацию	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.4 Осуществляет создание коммуникационных продуктов с учетом современных информационных технологий (в том числе Интернет-технологий) ПК-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Реферат (доклад) Творческие задания Устный опрос Тест 1 Тест 2
2	Режиссура визуальной медиакоммуникации. Визуальный сторителлинг			
3	Актуальные форматы визуализации медиапродукта: фотографика, типографика, инфографика, видео			
4	Визуализация в мультимедийном проекте			
5	Большие и открытые			

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция (и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
	данные: особенности визуализации в медиа		ю, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	
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

- Формат, производный от высокого ..., распространенный в Древнем Риме, по размеру отличается от стандартного североамериканского формата letter примерно на 1 %
 - пятиугольника
 - восьмиугольника
 - полувосьмиугольника
- Первая версия такого стандартного знакового набора, известная как Unicode, была составлена в черновом варианте в конце ...
 - 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 концевой 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 (Gliph)
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, Н, I, К 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 септима
- 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

- с) Ле Корбюзье
30. ... называют шрифт с кегельными площадками разной ширины, в зависимости от необходимой ширины знаков
- а) Моноширинным
 - б) Разноширинным
 - с) Пропорциональным
 - д) Равноширинным

Тест 2
по основам мультимедиа и презентации результатов
визуализации проектов

1. Программа для создания презентаций?
 - а) Paint
 - б) Word
 - с) PowerPoint
 - д) Excel
2. Достоинством векторного изображения является:
 - а) большой объем файла
 - б) высокое качество изображения
 - с) нечувствительность к масштабированию
3. Устройства для вывода графической информации из компьютера?
(возможно несколько вариантов ответа)
 - а) Сканер
 - б) Цифровой фотоаппарат
 - с) Принтер
 - д) Монитор
 - е) Цифровой телевизор
4. Последовательность слайдов, содержащих мультимедийные объекты
 - а) презентация
 - б) макет
 - с) дизайн слайдов
5. Можно ли в PowerPoint создавать анимации?
 - а) можно
 - б) нельзя
6. Что относится к средствам мультимедиа:
 - а) анимация, текст, видео, мультимедийные программы
 - б) звук, колонки, графика
 - с) звук, текст, графика, изображения
 - д) видео, анимация, текст, звук, графика
7. Компьютерные презентации – это ...
 - а) последовательность шаблонов;
 - б) последовательность слайдов;
 - с) последовательность эффектов анимации.
8. С помощью графического редактора Paint можно
 - а) 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-инструментарии 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	1

	отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя.	
	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; выявлений 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 осознанности, понимания изученного	обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные, дает анализ	2
	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 зачета.

Перечень вопросов к зачету

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.

Критерии промежуточной аттестации

Зачтено	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей. В ответе могут быть допущены неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом в ходе ответа на дополнительные вопросы преподавателя. В ходе изучения дисциплины выполнил все практические задания и тесты.
Не зачтено	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не

	знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на дополнительные вопросы преподавателя. В ходе изучения дисциплины не выполнил необходимые практические задания и тесты.
--	---