

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное**  
**учреждение высшего образования**  
**«Тульский государственный университет»**

Институт горного дела и строительства  
Кафедра «Городское строительство, архитектура и дизайн»

Утверждено на заседании кафедры ГСАиД  
« 28 » 01 2021 г., протокол № 6

Заведующий кафедрой ГСАиД  
\_\_\_\_\_ К.А. Головин

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**  
**К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ СТУДЕНТОВ**  
по дисциплине (модулю)  
**«Коммуникационный дизайн»**

**основной профессиональной образовательной программы**  
высшего образования – программы бакалавриата

по направлению подготовки  
54.03.01 Дизайн

с направленностью (профилем)  
Промышленный дизайн

Форма обучения: очно-заочная

Идентификационный номер образовательной программы: 540301-03-21

Тула – 2021

**Разработчик(и) методических указаний**

Кошелева Алла Александровна, проф. каф. ГСАиД, д-р техн. наук, доц.

---

*(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)*



---

*(подпись)*

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

**Цели** освоения дисциплины (модуля):

- освоение знаний, умений и навыков в области современного коммуникационного дизайна; повышение квалификации и мастерства в области проектирования коммуникаций в широком диапазоне проблем дизайна;
- развитие компетенций обучающегося в области проектирования визуальных коммуникаций и графических комплексов различного целевого и функционального назначения;
- раскрытие вопросов информационного взаимодействия между людьми, осуществляемое с помощью зрительно воспринимаемых образов, визуальных коммуникаций, информационно-издательской и рекламной деятельности, в сфере общественных и личных отношений;
- повышение мастерства в области создания информационной адекватности, структурности сообщения, образности и ряда других приемов, позволяющих создать дизайн индивидуального образа.

**Задачами** освоения дисциплины (модуля) являются:

- изучение истории и современных средств визуальных коммуникаций;
- приобретение навыков разработки знаковой идентификации;
- определение роли коммуникаций как ведущих в мультисенсорной среде современного социального пространства;
- знакомство с перцептивными возможностями человека, психологическими и физиологическими особенностями восприятия;
- создание типологии художественно-образных решений;
- приобретение знаний в области использования цвета, графики, текста, видео при проектировании объектов визуальных коммуникаций.

## 2. Содержание самостоятельной работы обучающегося

### Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Виды и формы самостоятельной работы
<b>3 семестр</b>	
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Подготовка реферата и презентации
3	Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение
4	Самостоятельное изучение дополнительного материала
<b>4 семестр</b>	
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Подготовка реферата
3	Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение

### **3 Теоретические сведения.**

#### **3 семестр.**

#### **Подготовка реферата и презентации**

Реферат выполняется на одну из предложенных тем:

1. Технологии коммуникации.
2. Дизайн в системе средств массовых коммуникаций.
3. Средства и задачи коммуникации.
4. Аспекты современного восприятия визуальной информации.
5. Классификация средств визуальной коммуникации.
6. Визуальный язык современной визуальной коммуникации.
7. Правовая основа средств визуальной коммуникации.
8. Основы семиотики.
9. Организационная функция коммуникативного дизайна.
10. Проектные технологии и инструменты коммуникационного дизайна

Презентация включает 10-20 слайдов, раскрывающих тему реферата.

#### **4 семестр.**

#### **Подготовка реферата и презентации**

Реферат выполняется на одну из предложенных тем:

1. Типы брендов культурной институции.
2. Этапы визуального исследования.
3. Системы идентификации бренда.
4. Аудитория и идентификация бренда.
5. Механизмы восприятия бренда.
6. Жизненный цикл коммуникативной среды.
7. Стратегический брендинг.
8. Составляющие визуального маркетинга.
9. Типы личности и визуальное восприятие.
10. Инфографика как средство коммуникации.

Презентация включает 10-20 слайдов, раскрывающих тему реферата.

#### **Основные требования к реферату**

Объем работы - не менее 15 страниц машинописного текста (Шрифт *Times New Roman* №14, интервал – полуторный); презентация – 10-20 слайдов.

Печатать следует на одной стороне листа формата А4 (210 x 297 мм).

Поля страницы: левое 3 см, правое 1,5 см, нижнее 2 см, верхнее 2 см.

Текст печатается через 1,5 интервала, красная строка 1,25 см. Шрифт: Times New Roman, размер шрифта 14 пт, без переносов. Формат абзацев – «Без интервала», выравнивание – «По ширине».

Страницы работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всей работе. Номер проставляется внизу страницы справа, размер шрифта 10 пт. Титульный лист включается в общую нумерацию, но номер страницы на нём не проставляется. Иллюстрации, таблицы, графики, расположенные на отдельных листах, включаются в общую нумерацию страниц.

Основная часть работы состоит из разделов, подразделов, глав, параграфов, пунктов и подпунктов. Они нумеруются (кроме введения, заключения, списков литературы, приложений) арабскими цифрами.

Пример оформления содержания:

1.....№  
1.1.....№  
1.1.1.....№  
1.1.1.1.....№

Количество иллюстраций должно быть достаточным для пояснения излагаемого материала. Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, диаграммы, рисунки, таблицы) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице, если в указанном месте они не помещаются. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе. Иллюстрации следует нумеровать арабскими цифрами сквозной порядковой нумерацией в пределах всей работы. Если в работе только одна иллюстрация, она не нумеруется. Иллюстрации могут быть расположены как по тексту работы (возможно ближе к соответствующим частям текста), так и в конце его. Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения, например: Рисунок А.3. Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например: Рисунок 1.1.

В тексте работы не допускается:

- применять обороты разговорной речи, профессионализмы;
- применять для одного и того же понятия различные научные термины;
- применять иностранные слова и термины при наличии равнозначных слов и терминов в русском языке;
- применять произвольные словообразования;
- применять сокращения слов, кроме установленных правилами

орфографии русского языка или определённых в рамках самой работы.

Реферат включает: введение, основную часть, заключение, список литературы.

Введение является вступительной частью, в которой освещается актуальность выбранной темы, определяются предмет, объект и методы исследования, формулируются цели и задачи. Объем введения – 1-2 листа печатного текста.

В основной части раскрывается тема работы, в которой излагаются теоретические аспекты проблемы, практические исследования по указанной теме.

Теоретическая часть работы выполняется на основе изучения литературных источников, справочной документации, данных статистической отчетности, содержит характеристику теоретических вопросов, анализ точек зрения на выбранную тему, представленных в литературе, обзор и систематизацию отдельных мнений и положений отечественных и зарубежных авторов. В процессе изучения литературных источников по исследуемой проблеме важен анализ сходства и различия теоретических положений, мнений разных авторов, их критический анализ и обоснование точки зрения автора.

В практической части работы исследуются прикладные аспекты поставленной проблемы. Анализ и обработку информации следует проводить с помощью современных методов, результатом чего должны стать аргументированные выводы автора с оценкой существующего положения по выбранной проблеме.

В заключении приводятся основные итоги и выводы исследования, даются характеристика и оценка реального состояния проблемы, отмечаются вопросы, требующие для своего решения дальнейших углубленных исследований. При формулировании выводов поощряется самостоятельность суждений и оценок. Объем заключения составляет 1-2 листа печатного текста.

Работа может содержать приложения, которые оформляются как продолжение основного текста работы на последующих ее страницах (в конце работы).

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение» и иметь содержательный заголовок. Если в работе несколько приложений, то их нумеруют последовательно арабскими цифрами.

#### **4 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

## 4.1 Основная литература

1. Проектирование в графическом дизайне: учебник для вузов / С.А.Васин [и др.]; под ред. С.А.Васина. — М. : Машиностроение-1, 2007. — 320с.
2. Годин, А.М. Брендинг: учеб. пособие / А.М.Годин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Дашков и К, 2006. — 424с.
3. Евсеев, Д. А. Web-дизайн в примерах и задачах: учебное пособие / Д. А. Евсеев, В. В. Трофимов. - Москва: КноРус, 2016. - 263 с. - ISBN 978-5-406-04803-0. - Текст электронный // ЭБС «Book.ru»: [сайт]. — URL: <https://www.book.ru/book/918599> (дата обращения: 20.04.2017). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
4. Зуляр Ю.А. Массовые коммуникации в рекламе: Учебник для вузов. Оттиск, 2006. — 405 с.
5. Кенинг Т. Психология рекламы. Ее современное состояние и практическое значение. М., 1925. С. 56-59, 110
6. Люшер М. Сигналы личности. Ролевые игры и их мотивы. Воронеж, 1993. С. 25-28
7. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. — 464 с. (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»). УДК 316 ББК 60.55 М15

## 4.2 Дополнительная литература

1. Персикова, Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учеб. пособие для вузов / Т.Н.Персикова. — М. : Логос, 2007. — 224с.
2. Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход : учеб. пособие / ред.-сост. Д.Я.Райгородский. — Самара : БАХРАХ-М, 2007. — 752с
3. Василик, М.А. Основы теории коммуникации: учебник для вузов / М.А.Василик [и др.]; под ред. М.А.Василика. — М. : Гардарики, 2006. — 615с.
4. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции : учеб. пособие для вузов / Г.П.Бакулев. — М. : Аспект-Пресс, 2005. — 176с.
5. Федотова, Л.В. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов / Л.В.Федотова. — СПб.[и др.] : Питер, 2003. — 400с.
6. Вовк, О.В. Энциклопедия знаков и символов / О.В.Вовк. — М.: Вече, 2007. — 528с
7. Семенов, В.Б. Товарный знак: битва со смыслами. Технологии создания логотипов / В.Б.Семенов. — М.[и др.] : Питер, 2005. — 256с.
8. Правовая охрана и использование изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, товарных знаков, знаков обслуживания, наименований мест происхождения товаров, программ для ЭВМ, топологий ИМС, баз данных : Собр. законодательных и нормативных правовых актов. — М. : Ось-89, 2004. — 480с.

9. Литвинов, О.В. Маркировка товаров в России и за рубежом. Азбука знаков : практическое руководство / О.В.Литвинов .— М. : Стандарты и качество, 2003 .— 208с.
10. Барулин, А.Н. Основания семиотики. Знаки, знаковые системы, коммуникации. Ч.1. Базовые понятия. Эволюционная теория происхождения языка / А.Н.Барулин .— М. : Изд-во Спорт и Культура-2000, 2002 .— 464с.
11. Барулин, А.Н. Основания семиотики. Знаки, знаковые системы, коммуникации. Ч.2. Краткая предыстория и история семиотики (до Фреге, Пирса и Соссюра) / А.Н.Барулин .— М. : Изд-во Спорт и Культура-2000, 2002 .— 402с.
12. Почепцов, Г.Г. Русская семиотика: идеи и методы, персоналии, история / Г.Г.Почепцов .— М. : Рефл-бук; Ваклер, 2001 .— 768с.
13. Сурина, М.О. Цвет и символ в искусстве, дизайне и архитектуре : Учеб. пособие для вузов / М.О.Сурина .— М.; Ростов-н/Д : ИЦ "МарТ", 2003 .— 288с.
14. Бахарев, И.Е. Товарный знак / И.Е.Бахарев. — М. : Промграфика, 2004 .— 240с.

#### **4.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. ЭБС : [http://library.tsu.tula.ru/ellibraries/all\\_news.htm](http://library.tsu.tula.ru/ellibraries/all_news.htm)
2. Электронный читальный зал “БИБЛИОТЕХ” : учебники авторов ТулГУ по всем дисциплинам.- Режим доступа: <https://tsutula.bibliotech.ru/>, по паролю.- Загл. С экрана
3. ЭБС *IPRBooks* универсальная базовая коллекция изданий.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>, по паролю.- .- Загл. с экрана
4. Научная Электронная Библиотека *eLibrary* – библиотека электронной периодики, режим доступа: <http://elibrary.ru/> , по паролю.- Загл. с экрана.
5. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: портал [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://window.edu.ru.> - Загл. с экрана.
6. Барташевич А.А., Трофимов С.П. Конструирование мебели. Учебник. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://bookfi.org/book/594627>
7. Чернилевский Д.В. Детали машин и основы конструирования. Учебник для вузов. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/114378> :
8. БиблиоРоссика. <http://www.bibliorossica.com/index.html>
9. ЭБС: [http://www.labstend.ru/site/index/uch\\_tech/index\\_full.php?mode=full&id=377](http://www.labstend.ru/site/index/uch_tech/index_full.php?mode=full&id=377) &id cat=160