

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

---

Рабочая программа дисциплины

**Тренды моды и дизайна**

|                                 |                                   |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| <i>Направление подготовки</i>   | Медиакоммуникации                 |
| <i>Код</i>                      | 42.03.05                          |
| <i>Направленность (профиль)</i> | Продюсирование цифрового контента |
| <i>Квалификация выпускника</i>  | Бакалавр                          |

Москва  
2025

**1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

| Группа компетенций | Категория компетенций | Код   |
|--------------------|-----------------------|-------|
| Профессиональные   | -                     | ПК-10 |

**2. Компетенции и индикаторы их достижения**

| Код компетенции | Формулировка компетенции                                                            | Индикаторы достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-10           | Способен применять современные технологии для создания и продвижения медиапродуктов | <p>ПК-10.1 Знает инструменты для анализа эффективности медиапродуктов и рекламных кампаний.</p> <p>ПК-10.2 Умение разрабатывать и производить различные типы медиаконтента.</p> <p>ПК-10.3 Умение оптимизировать медиапродукты для различных платформ и форматов.</p> <p>ПК-10.4 Умеет проводить исследование целевой аудитории и анализировать конкурентную среду.</p> <p>ПК-10.5 Владеет современными программами для редактирования и создания медиапродуктов.</p> |

**3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине**

**3.1 Описание планируемых результатов обучения по дисциплине**

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

| Дескрипторы по дисциплине | Знать                                                                | Уметь                                                     | Владеть                                                 |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Код компетенции           | ПК-10                                                                |                                                           |                                                         |
|                           | -принципы создания медиапродуктов<br>-современные методы продвижения | -разрабатывать и производить различные типы медиаконтента | -современными программами для редактирования и создания |

|  |                                                       |                                                                               |                                               |
|--|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
|  | медиапродуктов, включая SEO, SMM и контент-маркетинг. | -проводить исследование целевой аудитории и анализировать конкурентную среду. | медиапродуктов -навыками управления проектами |
|--|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|

#### 4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана ОПОП.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОП. Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Введение в профессию», «Техника речи», «История искусств», «Иностранный язык», «Деловые коммуникации», «Культурология».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: проектный, маркетинговый, организационный, технологический.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Продюсирование цифрового контента.

#### 5. Объем дисциплины

| Виды учебной работы                              |                                           | Формы обучения |         |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------|---------|
|                                                  |                                           | Очная          | Заочная |
| <b>Общая трудоемкость:</b> зачетные единицы/часы |                                           | 5/180          | 5/180   |
| <b>Контактная работа:</b>                        |                                           | 54             | 12      |
|                                                  | Занятия лекционного типа                  | 18             | 4       |
|                                                  | Занятия семинарского типа                 | 36             | 8       |
|                                                  | Промежуточная аттестация: зачет с оценкой | 0,15           | 4       |
| <b>Самостоятельная работа (СРС)</b>              |                                           | 125,85         | 164     |

**6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

| №<br>п/<br>п | Раздел/тема                        | Виды учебной работы (в часах)  |                                    |                                     |                      |                              |                         |                                   |
|--------------|------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|----------------------|------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
|              |                                    | Контактная работа              |                                    |                                     |                      |                              |                         | Самос<br>тоятел<br>ьная<br>работа |
|              |                                    | Занятия<br>лекционного<br>типа |                                    | Занятия семинарского<br>типа        |                      |                              |                         |                                   |
|              |                                    | Лекци<br>и                     | Иные<br>учебны<br>е<br>занят<br>ия | Практ<br>ически<br>е<br>заняти<br>я | Сем<br>и<br>нар<br>ы | Лабо<br>рато<br>рные<br>раб. | Ины<br>е<br>заня<br>тия |                                   |
| 1.           | Введение в визуальные коммуникации | 4                              |                                    | 8                                   |                      |                              |                         | 20,85                             |
| 2.           | Основы композиции                  | 2                              |                                    | 8                                   |                      |                              |                         | 21                                |
| 3.           | Концепция.                         | 4                              |                                    | 8                                   |                      |                              |                         | 21                                |

|    |                                                     |             |  |           |  |  |  |               |
|----|-----------------------------------------------------|-------------|--|-----------|--|--|--|---------------|
| 4. | Формирование образа.<br>Теория цвета<br>Инфографика | 4           |  | 4         |  |  |  | 21            |
| 5. | Брендинг и фирменный стиль                          | 2           |  | 4         |  |  |  | 21            |
| 6. | Стиль                                               | 2           |  | 4         |  |  |  | 21            |
|    | <b>Промежуточная аттестация</b>                     | <b>0,15</b> |  |           |  |  |  |               |
|    | <b>Итого</b>                                        | <b>18</b>   |  | <b>36</b> |  |  |  | <b>125,85</b> |

#### 6.1.2. Заочная форма обучения

| №<br>п/<br>п | Раздел/тема                                         | Виды учебной работы (в часах)  |                                    |                                     |                      |                              |                         |                                   |
|--------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|----------------------|------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
|              |                                                     | Контактная работа              |                                    |                                     |                      |                              |                         | Самос<br>тоятел<br>ьная<br>работа |
|              |                                                     | Занятия<br>лекционного<br>типа |                                    | Занятия семинарского<br>типа        |                      |                              |                         |                                   |
|              |                                                     | Лекци<br>и                     | Иные<br>учебны<br>е<br>занят<br>ия | Практ<br>ически<br>е<br>заняти<br>я | Сем<br>и<br>нар<br>ы | Лабо<br>рато<br>рные<br>раб. | Ины<br>е<br>заня<br>тия |                                   |
| 1.           | Введение в визуальные коммуникации                  | 2                              |                                    | 2                                   |                      |                              |                         | 28                                |
| 2.           | Основы композиции                                   |                                |                                    |                                     |                      |                              |                         | 28                                |
| 3.           | Концепция.                                          | 2                              |                                    | 1                                   |                      |                              |                         | 28                                |
| 4.           | Формирование образа.<br>Теория цвета<br>Инфографика |                                |                                    | 1                                   |                      |                              |                         | 28                                |
| 5.           | Брендинг и фирменный стиль                          |                                |                                    | 2                                   |                      |                              |                         | 26                                |
| 6.           | Стиль                                               |                                |                                    | 2                                   |                      |                              |                         | 26                                |
|              | Промежуточная аттестация                            | 4                              |                                    |                                     |                      |                              |                         |                                   |
|              | Итого                                               | 4                              |                                    | 8                                   |                      |                              |                         | 164                               |

### 6.2. Программа дисциплины, структурированная по разделам/темам

#### 6.2.1. Содержание лекционного курса

| №<br>п/п | Наименование темы<br>(раздела) дисциплины | Содержание лекционного занятия                                                                      |
|----------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | Введение в визуальные коммуникации        | Цели и задачи курса. Основные понятия                                                               |
| 2.       | Основы композиции                         | Принципы композиционного построения<br>Создание гармоничных композиций                              |
| 3.       | Концепция.                                | Основы типографики<br>Разработка концепции дизайн-проекта<br>Виды шрифтов и типографические правила |
| 4.       | Формирование образа.                      | Шрифт. Цвет, форма и шрифт как средства создания                                                    |

|    |                             |                                                                                                                                                                                                            |
|----|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Теория цвета<br>Инфографика | образа. Выбор шрифта для решения дизайн-задач.<br>Правила гармоничного сочетания цветов.<br>Психология восприятия цвета. Цветовые модели<br>Виды и принципы построения инфографики<br>Создание инфографики |
| 5. | Брендинг и фирменный стиль  | Составляющие фирменного стиля<br>Разбор кейсов                                                                                                                                                             |
| 6. | Стиль                       | Анализ существующих стилей в дизайне<br>Факторы, влияющие на формирование стиля                                                                                                                            |

#### 6.2.2. Содержание практических занятий

| №<br>п/п | Наименование темы<br>(раздела) дисциплины           | Содержание практического занятия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | Введение в визуальные коммуникации                  | Создание коллажей из изображений с использованием графических редакторов.<br>Анализ визуальных элементов успешных медиапроектов.<br>Разработка концепции визуального стиля для заданной темы.                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 2.       | Основы композиции                                   | Изучение основных принципов композиции: баланс, пропорции, контраст и т. д.<br>Практические упражнения по созданию композиций с использованием различных элементов дизайна.<br>Анализ и обсуждение примеров известных композиций в медиаконтенте.                                                                                                                                                                                                                                         |
| 3.       | Концепция.                                          | Разработка концепции медиапроекта на основе анализа целевой аудитории и целей коммуникации.<br>Создание мудбордов и макетов для визуализации концепции проекта.<br>Презентация и обсуждение разработанных концепций в группе.                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 4.       | Формирование образа.<br>Теория цвета<br>Инфографика | Изучение основных понятий теории цвета: оттенки, тон, насыщенность.<br>Практические задания по созданию цветовых палитр для медиапроектов.<br>Анализ использования цвета в моде и дизайне с помощью современных инструментов<br>Обзор основных видов инфографики и их функциональное назначение.<br>Создание информационных графиков и диаграмм с использованием специализированных онлайн-инструментов.<br>Разработка инфографических элементов для презентации модных трендов и стилей. |
| 5.       | Брендинг и фирменный стиль                          | Разработка логотипа и фирменного стиля для модного бренда или медиапроекта.<br>Практические упражнения по созданию визуальных элементов брендинга: цветовая схема, типографика, графические элементы.                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|    |       |                                                                                |
|----|-------|--------------------------------------------------------------------------------|
|    |       | Презентация и обсуждение разработанных брендинговых концепций в рамках группы. |
| 6. | Стиль |                                                                                |

### 6.2.3. Содержание самостоятельной работы

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины              | Содержание самостоятельной работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Введение в визуальные коммуникации                  | Работа с конспектом лекции. Работа с презентацией лекции. Обзор основных принципов визуальной коммуникации и их применение в моде и дизайне.<br>Практическое задание: анализ визуальных образцов коммуникации из мира моды и дизайна.                                                                                                |
| 2.    | Основы композиции                                   | Работа с конспектом лекции. Работа с презентацией лекции. Изучение основных принципов композиции и их роль в создании эффективных медиаконтентов.<br>Практические упражнения по созданию композиций с использованием различных элементов дизайна и стиля.<br>Обсуждение и анализ работ участников занятия.                           |
| 3.    | Концепция.                                          | Работа с конспектом лекции. Работа с презентацией лекции. Обсуждение концепции и ее значение в создании медиапроектов в области моды и дизайна.<br>Практическое занятие по разработке концепции для модного проекта или стилизации образа.<br>Презентация и обсуждение разработанных концепций и образов.                            |
| 4.    | Формирование образа.<br>Теория цвета<br>Инфографика | Работа с конспектом лекции. Работа с презентацией лекции. Введение в основы теории цвета и их применение в моде и дизайне.<br>Практические упражнения по созданию цветовых палитр и анализу их эмоционального воздействия.<br>Обсуждение использования цвета в модных трендах и культуре.                                            |
| 5.    | Брендинг и фирменный стиль                          | Работа с конспектом лекции. Работа с презентацией лекции. Введение в инфографику и ее роль в медиакоммуникациях.<br>Практические задания по созданию инфографических элементов для презентации модных трендов и стилей.<br>Обсуждение эффективности инфографики в контексте моды и дизайна.                                          |
| 6.    | Стиль                                               | Работа с конспектом лекции. Работа с презентацией лекции. Разбор концепций брендинга и фирменного стиля и их значимость для модных брендов и медиапроектов.<br>Практическое занятие по разработке логотипа и фирменного стиля для модного бренда или медиапроекта.<br>Презентация и обсуждение разработанных брендинговых концепций. |

## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

### 7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

| № п/п | Контролируемые разделы (темы)                       | Наименование оценочного средства                                                                                     |
|-------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Введение в визуальные коммуникации                  | Опрос, ситуационная задача, информационный проект, тестирование.                                                     |
| 2.    | Основы композиции                                   | Опрос, ситуационная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование.                                           |
| 3.    | Концепция                                           | Опрос, ситуационная задача, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование.                        |
| 4.    | Формирование образа.<br>Теория цвета<br>Инфографика | Опрос, ситуационная задача, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование. |
| 5.    | Брендинг и фирменный стиль                          | Опрос, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование.                                             |
| 6.    | Стиль                                               | Опрос, ситуационная задача, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование.                    |

### 7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

#### Типовые вопросы

1. Какие элементы визуальной коммуникации играют ключевую роль в индустрии?
2. Как визуальные коммуникации влияют на восприятие бренда моды?
3. Какие тенденции в визуальной коммуникации наблюдаются в современной индустрии?
4. Как модные бренды используют социальные медиа для визуальной коммуникации?
5. Какие средства визуальной коммуникации наиболее эффективны для привлечения внимания к модным продуктам?
6. Как визуальная коммуникация помогает формировать имидж персон?
7. Каким образом технологии влияют на визуальные коммуникации в мире?
8. Как визуальные коммуникации отличаются в разных культурных контекстах?

9. Какой эффект оказывают визуальные коммуникации на решение потребителей о покупке модных товаров?

10. Какие аспекты визуальной коммуникации наиболее важны для успешной модной кампании?

11. Какие средства визуальной коммуникации чаще всего используются в модных журналах?

12. Какие техники фотографии наиболее эффективны в съемке модных съемок?

13. Как визуальная коммуникация в моде влияет на стереотипы красоты и идеалы?

14. Какие виды визуальной коммуникации наиболее эффективны для презентации новых коллекций моды?

15. Как визуальные коммуникации помогают модным брендам создавать сообщества?

16. Как модные бренды используют визуальные коммуникации для передачи своих ценностей и миссии?

17. Каким образом визуальные коммуникации помогают модным брендам поддерживать связь с аудиторией?

18. Как визуальные коммуникации в моде отличаются в цифровой и печатной среде?

19. Какие тенденции в дизайне модных сайтов наблюдаются в настоящее время?

20. Как визуальная коммуникация в моде сочетается с другими аспектами брендинга?

21. Какие роли играют фотографии в визуальной коммуникации моды?

22. Как модные бренды используют видеоматериалы для визуальной коммуникации?

23. Как визуальная коммуникация в моде меняется в зависимости от возрастной категории аудитории?

24. Какие платформы социальных медиа наиболее популярны для визуальной коммуникации модных брендов?

25. Как модные бренды могут использовать визуальные коммуникации для поддержки различных общественных движений и инициатив?

26. Как визуальные коммуникации в моде могут быть использованы для создания эмоциональной связи с аудиторией?

27. Какие элементы визуальной коммуникации наиболее важны для создания эффективного магазина моды?

28. Каким образом модные бренды могут использовать визуальные коммуникации для повышения узнаваемости своего бренда?

29. Как визуальные коммуникации влияют на решения модных дизайнеров при создании новых коллекций?

30. Как модные бренды могут использовать визуальные коммуникации для решения проблем и вызовов в сфере устойчивой моды?

31. Какие аспекты визуальной коммуникации в моде наиболее важны для увеличения продаж?

32. Как визуальные коммуникации в моде могут влиять на самооценку и уверенность потребителей?

33. Как модные бренды могут использовать визуальные коммуникации для создания привлекательного имиджа работодателя?

34. Как визуальная коммуникация в моде помогает формировать тренды и влиять на потребительские предпочтения?

35. Каким образом модные бренды могут использовать визуальные коммуникации для поддержки местных и культурных инициатив?

36. Как модные бренды могут использовать визуальные коммуникации для привлечения внимания к вопросам социальной справедливости и равенства?



## **Темы исследовательских, информационных, творческих проектов**

*Подготовка исследовательских проектов по темам:*

1. Влияние цветовой палитры на эмоциональное восприятие бренда: анализ случаев из мира моды.
2. Роль типографики в формировании визуальной идентичности модного бренда.
3. Эволюция визуальных стилей в модном журнале: сравнительный анализ исторических и современных подходов.
4. Инновации в графическом дизайне и их влияние на визуальные коммуникации в мире моды.
5. Экологическая устойчивость в визуальных коммуникациях модной индустрии: практики и вызовы.
6. Визуальная коммуникация и эстетика устаревших и новых медиаплатформ: кейс-стади анализ.
7. Использование визуальных элементов в дизайне упаковки модных товаров: влияние на потребительское восприятие.
8. Визуальный дизайн в рекламных кампаниях модных брендов: эффективные стратегии и средства.
9. Кросс-культурные аспекты визуальной коммуникации в моде: адаптация медиаконтента для различных культурных аудиторий.
10. Роль визуальной коммуникации в формировании субкультур в мире моды: кейс-стади анализ.
11. Использование визуальных эффектов и технологий в создании модных рекламных роликов и видео.
12. Визуальная коммуникация в маркетинге моды: стратегии привлечения и удержания аудитории.
13. Интерактивные элементы в визуальной коммуникации модных брендов: эффективность и воздействие на потребителя.
14. Визуальная коммуникация и восприятие брендовых идентичностей: анализ случаев успешных и неудачных стратегий.
15. Влияние визуальных коммуникаций на формирование модных трендов: исследование влияния медиаплатформ и социальных сетей.

### *Информационный проект*

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Развитие технологий визуального дизайна и их влияние на модные медиакommunikации.
2. Анализ визуальных трендов в мире моды: исторический обзор и прогноз на будущее.
3. Эффективность использования графического контента в социальных сетях модных брендов.
4. Влияние дизайна упаковки на восприятие модных товаров: сравнительный анализ кейсов.
5. Интерактивный дизайн в модной рекламе: новые подходы к взаимодействию с аудиторией.
6. Роль визуального контента в формировании имиджа персонального бренда в индустрии моды.
7. Визуальное оформление магазинов и торговых центров: влияние на

потребительский опыт.

8. Использование визуальной коммуникации в цифровых и аналоговых журналах о моде: анализ эффективности.

9. Развитие инфографики в модных медиакоммуникациях: техники и средства визуализации данных.

10. Создание визуальных идентичностей для модных брендов: процесс, стратегии и методы.

11. Роль арт-директора в модных медиакоммуникациях: функции, компетенции, ответственности.

12. Применение визуальных эффектов и спецэффектов в модных видеороликах и рекламе.

13. Эволюция дизайна модных выставок и показов: современные тренды и инновации.

14. Визуальная коммуникация в сфере устойчивой моды: стратегии и инструменты для привлечения внимания к экологическим и социальным инициативам.

15. Мультиплатформенный дизайн в медиакоммуникациях моды: адаптация контента для различных онлайн- и офлайн-платформ.

### *Творческое задание*

1. Создание концептуального постера для модного мероприятия или показа.
2. Разработка визуального брендинга для молодого дизайнера моды.
3. Дизайн рекламного баннера для модного магазина или бутика.
4. Создание эстетичного и информативного инфографического пособия о модных трендах.
5. Разработка визуального стиля для фэшн-блога или онлайн-журнала.
6. Создание серии модных иллюстраций, отражающих сезонные тренды.
7. Дизайн упаковки для новой линии модных аксессуаров или косметики.
8. Создание визуальной концепции для модного фотосета или эдиториала.
9. Разработка визуального сценария для видеоролика о новой коллекции моды.
10. Дизайн визуального ряда для витрины модного магазина.
11. Создание креативной модной кампании для социальных сетей.
12. Разработка визуальной идентичности для модного мероприятия или показа.
13. Создание визуальной концепции для модной выставки или инсталляции.
14. Дизайн модной коллекции, вдохновленной определенной эпохой или стилем.
15. Создание арт-проекта, объединяющего моду и другие виды искусства.
16. Разработка визуального ряда для магазинных полок с модной одеждой.
17. Дизайн визуального контента для лендинга новой модной коллекции.
18. Создание креативного модного каталога или книги.
19. Разработка визуального проекта для модного показа на открытом воздухе.
20. Дизайн визуальной концепции для рекламной кампании модного аксессуара.

### **Типовые тесты**

1. Какой цветовой контраст создается смешиванием красного и синего?
  - a) Монохромный
  - b) Аналогичный
  - c) Дополнительный
  - d) Комплементарный

2. Какой тип композиции характерен для модных журналов, где основной объект находится в центре кадра?

- a) Круговая
- b) Симметричная
- c) Асимметричная
- d) Центральная

3. Какой из следующих элементов дизайна наиболее эффективно привлекает внимание к рекламному баннеру?

- a) Маленький шрифт
- b) Монохромный фон
- c) Яркий цвет
- d) Минимальные детали

4. Какой тип графического изображения представляет собой графический элемент, используемый для представления числовой информации?

- a) Иконка
- b) Лого
- c) Инфографика
- d) Шаблон

5. Какой тип фона на изображении моды может создать наиболее выразительный контраст с одеждой?

- a) Яркий
- b) Темный
- c) Нейтральный
- d) Белый

6. Какой из следующих инструментов широко используется в модном дизайне для создания векторной графики?

- a) Adobe Photoshop
- b) Adobe InDesign
- c) Adobe Illustrator
- d) CorelDRAW

7. Какая функция гарантирует, что элементы дизайна размещаются с равными промежутками между ними?

- a) Выравнивание
- b) Пропорции
- c) Конструкция
- d) Графика

8. Какой тип шрифта наиболее читаемый для использования в заголовках?

- a) Курсив
- b) Полужирный
- c) Капитель
- d) Обычный

9. Какой аспект визуальной коммуникации наиболее эффективен для привлечения внимания на афише мероприятия?

- a) Размер шрифта
- b) Цвет фона
- c) Графический элемент
- d) Типографика

10. Какой из следующих форматов графических изображений подходит для сохранения изображений с прозрачным фоном?

- a) JPG
- b) GIF
- c) BMP
- d) PNG

11. Какой элемент визуальной коммуникации наиболее эффективно передает настроение изображения?

- a) Фон
- b) Цвет
- c) Текст
- d) Форма

12. Какой тип композиции предполагает равномерное распределение объектов по всей поверхности изображения?

- a) Симметричная
- b) Асимметричная
- c) Радиальная
- d) Мозаичная

13. Какой из следующих инструментов обеспечивает наиболее гладкое изменение размера изображения без потери качества?

- a) Изменение размера в Photoshop
- b) Изменение размера в Illustrator
- c) Изменение размера в InDesign
- d) Изменение размера в CorelDRAW

14. Какой тип шрифта наиболее подходит для длительного чтения текста?

- a) Санс-сериф
- b) Сериф
- c) Моноширинный
- d) Рукописный

15. Какой тип композиции наиболее часто используется в модных фотосессиях, чтобы создать динамичный образ?

- a) Симметричная
- b) Асимметричная
- c) Радиальная
- d) Диагональная

16. Какой элемент визуального дизайна может использоваться для подчеркивания важности информации?

- a) Яркий цвет
- b) Крупный шрифт

- c) Мелкий шрифт
- d) Неяркий цвет

17. Какая техника композиции предполагает использование линий, ведущих взгляд зрителя к определенному объекту на изображении?

- a) Симметрия
- b) Ритм
- c) Динамизм
- d) Направление

18. Какой из следующих элементов дизайна чаще всего используется для передачи атмосферы или эмоций на изображении?

- a) Цвет
- b) Текстура
- c) Типографика
- d) Форма

19. Какой из следующих факторов является важным для подбора цветовой палитры в модных медиакommunikациях?

- a) Вкусы дизайнера
- b) Тренды сезона
- c) Психология цвета
- d) Размер файла

20. Какой элемент визуальной коммуникации чаще всего используется для подчеркивания главной идеи или сообщения?

- a) Иконка
- b) Лого
- c) Текст
- d) Фотография

21. Какой из следующих форматов файлов поддерживает наложение прозрачности для изображений?

- a) JPEG
- b) PNG
- c) TIFF
- d) BMP

22. Какой из этих элементов визуального дизайна может быть использован для создания ощущения движения на изображении?

- a) Ритм
- b) Симметрия
- c) Текстура
- d) Контраст

23. Какой тип шрифта наиболее подходит для использования в модных логотипах?

- a) Санс-сериф
- b) Сериф
- c) Капиталь
- d) Моноширинный

24. Какой из следующих элементов дизайна наиболее эффективен для создания визуальной гармонии на странице магазинного каталога?

- a) Разнообразие цветов
- b) Многослойность текста
- c) Отсутствие отступов
- d) Однородные шрифты

25. Какой фактор дизайна влияет на то, как зритель воспринимает размер и форму объектов на изображении?

- a) Пропорции
- b) Конструкция
- c) Цветовая схема
- d) Текстура

26. Какой из этих элементов дизайна наиболее эффективен для создания точек фокусировки на изображении?

- a) Одинаковая яркость
- b) Монохромный фон
- c) Крупный размер
- d) Сплошная текстура

27. Какой элемент дизайна отвечает за равномерное распределение визуального веса на изображении?

- a) Пропорции
- b) Баланс
- c) Ритм
- d) Контраст

28. Какой фактор визуального дизайна может использоваться для передачи атмосферы на изображении?

- a) Типографика
- b) Цвет
- c) Текстура
- d) Форма

29. Какой элемент дизайна может использоваться для выделения ключевых слов в тексте?

- a) Курсив
- b) Подчеркивание
- c) Большой размер
- d) Насыщенный цвет

### **7.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция как новые медиа- или коммуникационные продукты);

2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

### **1. Требование к теоретическому устному ответу**

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

*Критерии оценивания:* последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

### **2. Творческие задания**

*Эссе* – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

*Критерии оценивания* - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате

рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка «хорошо» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции.

Оценка «удовлетворительно» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если не выполнены никакие требования.

### **3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)**

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

*Критерии оценивания* – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

### **4. Интерактивные задания**

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

*Критерии оценивания* – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.



Оценка «*отлично*» ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

## **5. Комплексное проблемно-аналитическое задание**

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

*Критерий оценивания* - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **6. Исследовательский проект**

*Исследовательский проект* – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц; 14 шрифт, 1,5 интервал).

*Критерии оценивания* - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив

дальнейшего исследования.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **7. Информационный проект (презентация):**

*Информационный проект* – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

*Критерии оценивания* - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

## **8. Дискуссионные процедуры**

*Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции* являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

– лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не

обязательно достигая общего мнения;

– смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;

– смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

*Критерии оценивания* – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

## **9. Тестирование**

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

*Критерии оценивания* – правильный ответ на вопрос.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий.

Оценка «*хорошо*» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий.

## **10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)**

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

*Критерии оценивания:* последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные

формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

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

### *8.1. Основная учебная литература*

1. Ульяновский, А. В. Прагматические коммуникации: одержимые и эпатажные от Telegram до YouTube: учебное пособие / А. В. Ульяновский. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 127 с. — ISBN 978-5-4497-1737-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122171.html>

2. Ульяновский, А. В. Мифодизайн: учебное пособие / А. В. Ульяновский. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 460 с. — ISBN 978-5-4497-0770-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101353.html>

3. Хмелев, А. В. Дизайн в СМИ: теория и практика: учебный практикум / А. В. Хмелев. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 80 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102118.html>

### *8.2. Дополнительная учебная литература:*

1. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87990.html>

2. Ульяновский, А. В. Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев: учебное пособие / А. В. Ульяновский. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 350 с. — ISBN 978-5-4497-0072-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101352.html>

### *8.3. Периодические издания*

1. Федеральный портал «Российское образование». <http://www.edu.ru/>
2. World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. ISSN 2307-1605. <http://worldofmedia.ru/>

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Информационно-коммуникационные технологии в образовании: федеральный образовательный портал <http://ict.edu.ru/>
3. Интернет-университет информационных технологий (ИНТУИТ.ру) <http://www.intuit.ru/>
4. Федеральный портал «Российское образование». <http://www.edu.ru/>
5. Электронная библиотечная система «Консультант студента». <http://www.studentlibrary.ru/>
6. Сайт Информационного агентства РБК – Официальный сайт [Электронный ресурс]. –

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;

внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;

выполнение самостоятельных практических работ;

подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.

Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.

Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

1. Microsoft Windows Server;
  2. Семейство ОС Microsoft Windows;
  3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
  4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
  5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);
  6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>
- Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

**12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

### **13.Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины.**

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

#### **13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:**

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

#### **13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения**

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

#### **13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)**

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.



**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Тренды моды и дизайна**

|                                 |                                   |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| <i>Направление подготовки</i>   | Медиакоммуникации                 |
| <i>Код</i>                      | 42.03.05                          |
| <i>Направленность (профиль)</i> | Продюсирование цифрового контента |
| <i>Квалификация выпускника</i>  | бакалавр                          |

**1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

| Группа компетенций | Категория компетенций | Код   |
|--------------------|-----------------------|-------|
| Профессиональные   | -                     | ПК-10 |

**2. Компетенции и индикаторы их достижения**

| Код компетенции | Формулировка компетенции                                                            | Индикаторы достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-10           | Способен применять современные технологии для создания и продвижения медиапродуктов | <p>ПК-10.1 Знает инструменты для анализа эффективности медиапродуктов и рекламных кампаний.</p> <p>ПК-10.2 Умение разрабатывать и производить различные типы медиаконтента.</p> <p>ПК-10.3 Умение оптимизировать медиапродукты для различных платформ и форматов.</p> <p>ПК-10.4 Умеет проводить исследование целевой аудитории и анализировать конкурентную среду.</p> <p>ПК-10.5 Владеет современными программами для редактирования и создания медиапродуктов.</p> |

**3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине**

**3.1 Описание планируемых результатов обучения по дисциплине**

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

| Дескрипторы по дисциплине | Знать                                                                | Уметь                                                     | Владеть                                                 |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Код компетенции           | ПК-10                                                                |                                                           |                                                         |
|                           | -принципы создания медиапродуктов<br>-современные методы продвижения | -разрабатывать и производить различные типы медиаконтента | -современными программами для редактирования и создания |

|  |                                                       |                                                                               |                                               |
|--|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
|  | медиапродуктов, включая SEO, SMM и контент-маркетинг. | -проводить исследование целевой аудитории и анализировать конкурентную среду. | медиапродуктов -навыками управления проектами |
|--|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|

### 3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

| Шкала оценивания | Индикаторы достижения | Показатели оценивания результатов обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОТЛИЧНО          | Знает:                | - студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы,<br>- на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.                                                                                                                                                                                    |
|                  | Умеет:                | - студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                  | Владеет:              | - студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;<br>При решении продемонстрировал навыки<br>- выделения главного,<br>- связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов,<br>- изложения мыслей в логической последовательности,<br>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии. |
| ХОРОШО           | Знает:                | - студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы,<br>- затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.                                                                                                                                                                                                         |
|                  | Умеет:                | - студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.                                                                                                                                                                                                                             |
|                  | Владеет:              | - студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;<br>При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков<br>- выделения главного,                                                                                                                                                                                                                                         |

|                     |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     |          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- изложения мыслей в логической последовательности.</li> <li>- связки теоретических положений с требованиями руководящих документов,</li> <li>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО   | Знает:   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении;</li> <li>- показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы;</li> <li>- слабо аргументирует научные положения;</li> <li>- практически не способен сформулировать выводы и обобщения;</li> <li>- частично владеет системой понятий.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                         |
|                     | Умеет:   | - студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                     | Владеет: | <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;</li> </ul> При решении продемонстрировал недостаточность навыков <ul style="list-style-type: none"> <li>- выделения главного,</li> <li>- изложения мыслей в логической последовательности.</li> <li>- связки теоретических положений с требованиями руководящих документов,</li> <li>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.</li> </ul> |
| НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО | Знает:   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент не усвоил значительной части материала;</li> <li>- не может аргументировать научные положения;</li> <li>- не формулирует квалифицированных выводов и обобщений;</li> <li>- не владеет системой понятий.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                     | Умеет:   | студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                     | Владеет: | не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

**4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине**

#### **Тесты**

1. Что такое векторная графика?

А) Графика, созданная с использованием пикселей

Б) Графика, основанная на математических уравнениях

- В) Графика, использующая 3D-моделирование
  - Г) Графика, созданная вручную
2. Какой принцип дизайна обеспечивает удобство чтения и восприятия информации?
- А) Контраст
  - Б) Баланс
  - В) Иерархия
  - Г) Единообразие
3. Что означает термин "типографика"?
- А) Искусство рисования
  - Б) Искусство расстановки света в фотографии
  - В) Искусство управления цветом
  - Г) Искусство оформления текста
4. Какой инструмент используется для создания макетов в графическом дизайне?
- А) Adobe Illustrator
  - Б) Adobe Photoshop
  - В) Adobe InDesign
  - Г) Adobe After Effects
5. Что такое "мудборд"?
- А) Доска для рисования
  - Б) Доска для записи идей
  - В) Визуальное представление концепции дизайна
  - Г) Инструмент для создания прототипов
6. Как называется процесс создания единого визуального стиля для бренда?
- А) Брендинг
  - Б) Маркетинг
  - В) Ребрендинг
  - Г) Позиционирование
7. Что такое "грид" в графическом дизайне?
- А) Сетка для выравнивания элементов
  - Б) Инструмент для рисования
  - В) Стилль иллюстрации
  - Г) Техника печати
8. Какой элемент не относится к основам композиции в дизайне?
- А) Линия
  - Б) Форма
  - В) Текстура
  - Г) Синтаксис
9. Что такое "кернинг"?
- А) Процесс выбора шрифтов
  - Б) Регулировка расстояния между символами
  - В) Создание логотипов
  - Г) Разработка иконок
10. Какой термин описывает использование фотографий в графическом дизайне?
- А) Фотомонтаж

Б) Фотоиллюстрация

В) Фотография

Г) Фотошоп

11. Какой цветовой моделью чаще всего пользуются в веб-дизайне?

А) CMYK

Б) RGB

В) PMS

Г) HEX

12. Что такое "логотип"?

А) Графический символ компании

Б) Текстовый документ с описанием бренда

В) Инструкция по применению фирменного стиля

Г) Дизайн упаковки продукта

13. Как называется процесс оптимизации изображений для ускорения загрузки веб-страниц?

А) Компрессия

Б) Рендеринг

В) Кэширование

Г) Хостинг

14. Что означает аббревиатура "UI" в дизайне?

А) User Interaction (Взаимодействие пользователя)

Б) User Interface (Интерфейс пользователя)

В) Unique Identity (Уникальная идентичность)

Г) Universal Integration (Универсальная интеграция)

15. Что такое "UX-дизайн"?

А) Дизайн пользовательских экспериментов

Б) Дизайн пользовательского опыта

В) Дизайн уникальных экспозиций

Г) Дизайн универсальных экстрактов

16. Какой формат файла предпочтительнее для веб-графики с прозрачным фоном?

А) JPEG

Б) TIFF

В) GIF

Г) PNG

17. Что такое "фирменный стиль"?

А) Стиль руководства компании

Б) Визуальные элементы, идентифицирующие бренд

В) Стиль общения с клиентами

Г) Стиль оформления офиса

18. Какой элемент является ключевым в создании эффективной рекламы?

А) Цвет

Б) Шрифт

В) Слоган

Г) Логотип

19. Что такое "респонсивный дизайн"?

- А) Дизайн, который реагирует на поведение пользователя
- Б) Дизайн, который адаптируется под разные устройства
- В) Дизайн, который отвечает на запросы клиентов
- Г) Дизайн, который изменяется в зависимости от времени суток

20. Как называется процесс создания иллюстраций для цифровых медиа?

- А) Скетчинг
- Б) Пейнтинг
- В) Дигитал-арт
- Г) Граффити

21. Какой инструмент используется для создания интерактивных прототипов веб-сайтов?

- А) Adobe Photoshop
- Б) Sketch
- В) Adobe XD
- Г) Microsoft Paint

22. Что такое "макет" в контексте графического дизайна?

- А) набросок дизайна продукта
- Б) Конечный продукт дизайна
- В) Презентация дизайн-проекта
- Г) Визуальное представление дизайн-концепции

23. Как называется процесс улучшения визуального восприятия текста на веб-странице?

- А) Оптимизация
- Б) Визуализация
- В) Типографика
- Г) Форматирование

24. Что такое "иконография" в дизайне?

- А) Искусство создания иконок
- Б) Искусство описания изображений
- В) Искусство использования символов
- Г) Искусство рисования портретов

25. Какой элемент дизайна помогает управлять вниманием пользователя на веб-странице?

- А) Цвет
- Б) Шрифт
- В) Макет
- Г) Анимация

26. Что такое "брендбук"?

- А) Книга отзывов о бренде
- Б) Руководство по фирменному стилю
- В) Каталог продукции бренда
- Г) История бренда

27. Какой термин описывает минималистичный дизайн без лишних деталей?

- А) Арт-деко
- Б) Гранж
- В) Флэт-дизайн

Г) Ретро

28. Что такое "мобильный первый" (mobile-first) подход в дизайне?

А) Дизайн, созданный специально для мобильных устройств

Б) Дизайн, который сначала тестируется на мобильных устройствах

В) Дизайн, оптимизированный для мобильных приложений

Г) Дизайн, который учитывает мобильные тренды

29. Что такое "визуальная иерархия" в дизайне?

А) Последовательность восприятия визуальных элементов

Б) Система ранжирования дизайнеров в компании

В) История развития визуальных стилей

Г) Классификация графических элементов

30. Какой формат изображения лучше всего подходит для сохранения сложных графических проектов с множеством слоёв?

А) PNG

Б) JPEG

В) PSD

Г) GIF

### **Примерный список вопросов**

1. Какие элементы визуальной коммуникации играют ключевую роль в индустрии?
2. Как визуальные коммуникации влияют на восприятие бренда моды?
3. Какие тенденции в визуальной коммуникации наблюдаются в современной индустрии?
4. Как модные бренды используют социальные медиа для визуальной коммуникации?
5. Какие средства визуальной коммуникации наиболее эффективны для привлечения внимания к модным продуктам?
6. Как визуальная коммуникация помогает формировать имидж персон?
7. Каким образом технологии влияют на визуальные коммуникации в мире?
8. Как визуальные коммуникации отличаются в разных культурных контекстах?
9. Какой эффект оказывают визуальные коммуникации на решение потребителей о покупке модных товаров?
10. Какие аспекты визуальной коммуникации наиболее важны для успешной модной кампании?
11. Какие средства визуальной коммуникации чаще всего используются в модных журналах?
12. Какие техники фотографии наиболее эффективны в съемке модных съемок?
13. Как визуальная коммуникация в моде влияет на стереотипы красоты и идеалы?
14. Какие виды визуальной коммуникации наиболее эффективны для презентации новых коллекций моды?
15. Как визуальные коммуникации помогают модным брендам создавать сообщества?
16. Как модные бренды используют визуальные коммуникации для передачи своих ценностей и миссии?
17. Каким образом визуальные коммуникации помогают модным брендам поддерживать связь с аудиторией?
18. Как визуальные коммуникации в моде отличаются в цифровой и печатной среде?



19. Какие тенденции в дизайне модных сайтов наблюдаются в настоящее время?
20. Как визуальная коммуникация в моде сочетается с другими аспектами брендинга?
21. Какие роли играют фотографии в визуальной коммуникации моды?
22. Как модные бренды используют видеоматериалы для визуальной коммуникации?
23. Как визуальная коммуникация в моде меняется в зависимости от возрастной категории аудитории?
24. Какие платформы социальных медиа наиболее популярны для визуальной коммуникации модных брендов?
25. Как модные бренды могут использовать визуальные коммуникации для поддержки различных общественных движений и инициатив?
26. Как визуальные коммуникации в моде могут быть использованы для создания эмоциональной связи с аудиторией?
27. Какие элементы визуальной коммуникации наиболее важны для создания эффективного магазина моды?
28. Каким образом модные бренды могут использовать визуальные коммуникации для повышения узнаваемости своего бренда?
29. Как визуальные коммуникации влияют на решения модных дизайнеров при создании новых коллекций?
30. Как модные бренды могут использовать визуальные коммуникации для решения проблем и вызовов в сфере устойчивой моды?
31. Какие аспекты визуальной коммуникации в моде наиболее важны для увеличения продаж?
32. Как визуальные коммуникации в моде могут влиять на самооценку и уверенность потребителей?
33. Как модные бренды могут использовать визуальные коммуникации для создания привлекательного имиджа работодателя?
34. Как визуальная коммуникация в моде помогает формировать тренды и влиять на потребительские предпочтения?
35. Каким образом модные бренды могут использовать визуальные коммуникации для поддержки местных и культурных инициатив?
36. Как модные бренды могут использовать визуальные коммуникации для привлечения внимания к вопросам социальной справедливости и равенства?

### **Темы исследовательских, информационных, творческих проектов**

*Подготовка исследовательских проектов по темам:*

1. Влияние цветовой палитры на эмоциональное восприятие бренда: анализ случаев из мира моды.
2. Роль типографики в формировании визуальной идентичности модного бренда.
3. Эволюция визуальных стилей в модном журнале: сравнительный анализ исторических и современных подходов.
4. Инновации в графическом дизайне и их влияние на визуальные коммуникации в мире моды.
5. Экологическая устойчивость в визуальных коммуникациях модной индустрии: практики и вызовы.
6. Визуальная коммуникация и эстетика устаревших и новых медиаплатформ: кейс-стади анализ.
7. Использование визуальных элементов в дизайне упаковки модных товаров: влияние на потребительское восприятие.

8. Визуальный дизайн в рекламных кампаниях модных брендов: эффективные стратегии и средства.

9. Кросс-культурные аспекты визуальной коммуникации в моде: адаптация медиаконтента для различных культурных аудиторий.

10. Роль визуальной коммуникации в формировании субкультур в мире моды: кейс-стади анализ.

11. Использование визуальных эффектов и технологий в создании модных рекламных роликов и видео.

12. Визуальная коммуникация в маркетинге моды: стратегии привлечения и удержания аудитории.

13. Интерактивные элементы в визуальной коммуникации модных брендов: эффективность и воздействие на потребителя.

14. Визуальная коммуникация и восприятие брендовых идентичностей: анализ случаев успешных и неудачных стратегий.

15. Влияние визуальных коммуникаций на формирование модных трендов: исследование влияния медиаплатформ и социальных сетей.

### *Информационный проект*

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Развитие технологий визуального дизайна и их влияние на модные медиакommunikации.

2. Анализ визуальных трендов в мире моды: исторический обзор и прогноз на будущее.

3. Эффективность использования графического контента в социальных сетях модных брендов.

4. Влияние дизайна упаковки на восприятие модных товаров: сравнительный анализ кейсов.

5. Интерактивный дизайн в модной рекламе: новые подходы к взаимодействию с аудиторией.

6. Роль визуального контента в формировании имиджа персонального бренда в индустрии моды.

7. Визуальное оформление магазинов и торговых центров: влияние на потребительский опыт.

8. Использование визуальной коммуникации в цифровых и аналоговых журналах о моде: анализ эффективности.

9. Развитие инфографики в модных медиакommunikациях: техники и средства визуализации данных.

10. Создание визуальных идентичностей для модных брендов: процесс, стратегии и методы.

11. Роль арт-директора в модных медиакommunikациях: функции, компетенции, ответственности.

12. Применение визуальных эффектов и спецэффектов в модных видеороликах и рекламе.

13. Эволюция дизайна модных выставок и показов: современные тренды и инновации.

14. Визуальная коммуникация в сфере устойчивой моды: стратегии и инструменты для привлечения внимания к экологическим и социальным инициативам.

15. Мультиплатформенный дизайн в медиакommunikациях моды: адаптация контента для различных онлайн- и офлайн-платформ.

### *Творческое задание*

1. Создание концептуального постера для модного мероприятия или показа.
2. Разработка визуального брендинга для молодого дизайнера моды.
3. Дизайн рекламного баннера для модного магазина или бутика.
4. Создание эстетичного и информативного инфографического пособия о модных трендах.
5. Разработка визуального стиля для фэшн-блога или онлайн-журнала.
6. Создание серии модных иллюстраций, отражающих сезонные тренды.
7. Дизайн упаковки для новой линии модных аксессуаров или косметики.
8. Создание визуальной концепции для модного фотосета или эдиториала.
9. Разработка визуального сценария для видеоролика о новой коллекции моды.
10. Дизайн визуального ряда для витрины модного магазина.
11. Создание креативной модной кампании для социальных сетей.
12. Разработка визуальной идентичности для модного мероприятия или показа.
13. Создание визуальной концепции для модной выставки или инсталляции.
14. Дизайн модной коллекции, вдохновленной определенной эпохой или стилем.
15. Создание арт-проекта, объединяющего моду и другие виды искусства.
16. Разработка визуального ряда для магазинных полок с модной одеждой.
17. Дизайн визуального контента для лендинга новой модной коллекции.
18. Создание креативного модного каталога или книги.
19. Разработка визуального проекта для модного показа на открытом воздухе.
20. Дизайн визуальной концепции для рекламной кампании модного аксессуара.

### **Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации:**

1. Опишите, как векторная графика отличается от растровой и в каких случаях её предпочтительно использовать.
2. Какие основные принципы баланса в дизайне вы знаете и как они влияют на восприятие композиции?
3. Чем типографика важна для графического дизайна и какие основные правила её использования?
4. Объясните концепцию инклюзивного дизайна и приведите примеры, как он может быть реализован в цифровых продуктах.
5. В чём заключается роль грида при создании дизайн-макетов и какие преимущества он предоставляет?
6. Как перспектива используется в графическом дизайне для создания иллюзии глубины?
7. Определите понятие кернинга и его значение для читаемости текста.
8. Какие форматы файлов предпочтительны для веб-изображений и почему?
9. Что такое мудборд и как он используется в процессе разработки дизайна?
10. Какие стили смещения в дизайне вы знаете и как они могут быть применены в современных медиа?

11. Какие существуют методы создания глубины и объема в плоском дизайне?
12. Объясните, как цветовая теория влияет на визуальное восприятие дизайна.
13. Какие факторы необходимо учитывать при выборе шрифта для веб-сайта?
14. В чем разница между маргинальным и паддинговым пространством в веб-дизайне?
15. Какие принципы следует учитывать при создании логотипа?
16. Каким образом мобильный дизайн отличается от десктопного?
17. Что такое прототипирование и какова его роль в процессе дизайна?
18. Какие инструменты и техники используются для тестирования юзабилити дизайна?
19. Объясните, какие задачи решает дизайнер интерфейсов и какие навыки для этого необходимы.
20. Какие тенденции в графическом дизайне вы считаете наиболее важными на данный момент и почему?
21. Какие техники можно использовать для создания эффективного визуального иерархии в дизайне?
22. Объясните, как принципы композиции влияют на создание эффективных рекламных материалов.
23. Какие существуют подходы к созданию адаптивного дизайна для различных устройств?
24. В чем заключается значение брендинга в графическом дизайне и какие элементы он включает?
25. Какие методы оценки эффективности дизайна вы знаете?
26. Объясните, какие задачи выполняет дизайн упаковки и как он влияет на потребительское поведение.
27. Какие основные тренды в дизайне интерфейсов вы наблюдаете в настоящее время?
28. Какие инструменты используются для создания анимации в графическом дизайне?
29. Объясните, какие факторы влияют на выбор цветовой палитры для проекта.
30. Какие принципы следует учитывать при создании инфографики?

## **5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций**

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;
- ситуационные задания;

- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

### **Опросы по вынесенным на обсуждение темам**

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

### **Решение заданий (кейс-методы)**

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно, либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременным разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

### **Решение заданий в тестовой форме**

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.