

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

---

УТВЕРЖДЕНО  
решением ученого совета ННГУ

протокол от  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Рабочая программа дисциплины**

Дизайн средств массовой информации

---

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность  
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы  
Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

---

Форма обучения  
очная, заочная

---

Нижний Новгород

2022 год

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.08, Дизайн средств массовой информации, относится к части ОПОП направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, формируемой участниками образовательных отношений.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
<i>ПКО-1: Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия</i>	<p><i>ПКО-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</i></p> <p><i>ПКО-1.3: Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</i></p>	<p><i>ПКО-1.2: Знать историю развития дизайна печатных и электронных СМИ.</i></p> <p><i>Уметь использовать находящиеся в свободном доступе банки данных для создания информационного продукта в сфере массовых коммуникаций (шрифты, фотографии).</i></p> <p><i>Владеть навыками грамотного построения графической композиции информационного продукта в сфере массовых коммуникаций.</i></p> <p><i>ПКО-1.3: Знать тенденции развития современного информационного дизайна.</i></p> <p><i>Уметь выдавать грамотное техническое задание дизайнеру информационного продукта при формировании корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</i></p> <p><i>Владеть навыками создания системы визуальной идентичности печатного/электронного СМИ.</i></p>	<i>Вопросы к зачету/ экзамену по темам дисциплины, доклад, практические задания, тест</i>
<i>ПКР-9: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</i>	<i>ПКР-9.2: Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</i>	<p><i>ПКР-9.2: Знать критерии эффективности информационного дизайна в сфере массовых коммуникаций.</i></p> <p><i>Уметь создавать концепцию оригинал-макета для для</i></p>	<i>Вопросы к зачету/ экзамену по темам дисциплины, доклад, практические задания, тест</i>

		печатных и электронных СМИ в графическом редакторе. Владеть приемами макетирования и верстки многостраничных печатных СМИ и web-страниц.	
--	--	---	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1. Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа)</b>	<b>64</b>	<b>18</b>
- занятия лекционного типа	32	10
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	32	8
- КСР	3	2
<b>самостоятельная работа</b>	<b>113</b>	<b>187</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>36</b> зачет (7 семестр), экзамен (8 семестр)	<b>9</b> экзамен

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе									
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них								Самостоятельная работа обучающегося, часы	
	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Занятия лабораторного типа		Всего		очная	заочная		
	очная	заочная	очная	заочная	очная	заочная	очная	заочная			очная	заочная
Роль дизайна в сфере массовых коммуникаций. Проблема адресности дизайн-проекта.	14	22	2	1	2	1			4	2	10	20

Дизайн как визуальный коммуникатор. Средства выразительности в графическом дизайне.	16	22	4	1	2	1			6	2	10	20
<b>Типографика.</b> Шрифт в типографике. Компьютерные шрифты.	19	24	4	1	2	1			6	2	13	22
<b>Шрифт.</b> Шрифт в дизайне СМИ и рекламы. Психология восприятия шрифта. Акцидентные шрифты.	19	24	4	1	2	1			6	2	13	22
<b>Дизайн печатных СМИ.</b> Дизайн многостраничника. Стиль и законы газетного оформления. Особенности иллюстрационной верстки.	39	39	6	2	10	2			16	4	23	35
<b>Инфографика.</b> Эффективность инфографики. Инфографика в печатных изданиях.	32	36	6	2	4	1			10	3	22	33
<b>Дизайн электронных СМИ.</b> Теледизайн и телеинфографика. Web-дизайн.	38	38	6	2	10	1			16	3	22	35
Аттестация	36	9										
КСР	3	2							3	2		
Итого	216	216	32	10	32	8	0	0	67	20	113	187

Практические занятия (семинарские занятия /лабораторные работы) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает:

Выполнение практического задания №1: создание макета обложки и разворотов журнала в графическом редакторе Scribus;

выполнение практического задания №2: создание макета web-страницы (интерактивное портфолио) в графическом редакторе Scribus.

На проведение практических занятий (семинарских занятий /лабораторных работ) в форме практической подготовки отводится 16/4 ч.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП:

Создание и продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.

- компетенций:

ПКО-1

Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия;

## ПКР-9

Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках: занятий семинарского типа.

### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный ресурс Scribus (графический редактор) код доступа

<http://www.softportal.com/software-19313-scribus.html>

-электронный ресурс <http://blog.romashin-design.com>

### 5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

#### 5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность	При решении стандартных задач не	Продемонстрированы основные умения.	Продемонстрированы все основные умения.	Продемонстрированы все основные умения.	Продемонстрированы все основные умения.	Продемонстрированы все основные умения.

	ость оценить наличие умений вследствие отказа обучающег оса от ответа	продемонст рированы основные умения.  Имели место грубые ошибки.	Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	умения, решены все основные задачи с отдельными несуществе нными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом . Невозможн ость оценить наличие навыков вследствие отказа обучающег оса от ответа	При решении стандартны х задач не продемонст рированы базовые навыки.  Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальн ый набор навыков для решения стандартны х задач с некоторыми недочетами	Продемонстр ированы базовые навыки  при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстр ированы базовые навыки  при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продемонст рированы навыки  при решении нестандартн ых задач без ошибок и недочетов.	Продемонст рирован творческий подход к решению нестандартн ых задач

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно»,

		ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

## 5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения

(согласно оценочным средствам табл.2)

### Контрольные вопросы, выносимые на зачет/экзамен

<i>Вопросы</i>	<i>Код формируемой компетенции</i>
1 Роль дизайна в сфере массовых коммуникаций. Дизайн как гармонизирующая деятельность.	ПКО-1
2 Типология СМИ.	ПКО-1, ПКР-9
3 Требования визуальной журналистики.	ПКР-9
4 Определение и краткая история графического дизайна.	ПКО-1
5 Разновидности графического дизайна.	ПКО-1
6 Средства художественной выразительности в графическом дизайне.	ПКО-1, ПКР-9
7 Понятие типографики. Задачи типографики как профессиональной деятельности.	ПКО-1, ПКР-9
8 Определения шрифтов.	ПКО-1
9 Типографский шрифт. Понятия «гарнитура», «кегель», «курсив», «интерлиньяж», «кернинг», «базовая линия», «выносной элемент».	ПКО-1, ПКР-9
10 Компьютерные шрифты.	ПКО-1, ПКР-9
11 Наборные, заголовочные и акцидентные шрифты. Контрастность и характер начертания шрифтов.	ПКО-1, ПКР-9
12 Типология печатных СМИ.	ПКО-1
13 Основные виды верстки.	ПКО-1, ПКР-9
14 История журнального дизайна.	ПКО-1
15 Основные средства организации ритмической структуры листа в многостраничном печатном издании (элементы связи).	ПКО-1
16 Формат издания. Обрезной формат. Взаимоотношения между страницами в развороте многостраничного печатного издания.	ПКО-1, ПКР-9
17 Простейшая структура журнального контента. Параллельный контент.	ПКР-9

18 Макет разворота. Принципиальная композиционная схема издания. Визуальное соединение страниц/ разворотов: элементы, принципы.	<i>ПКР-9</i>
19 Классическая и модернистская верстка: базовые принципы организации пространства печатного листа.	<i>ПКО-1, ПКР-9</i>
20 Модульная сетка в многостраничном издании. Равномерная и прогрессивная сетка Р.П. Лозе.	<i>ПКО-1, ПКР-9</i>
21 Поля в многостраничном издании. Их значение. Канон Van de Graaf Яна Чихольда.	<i>ПКО-1, ПКР-9</i>
22 Визуализация речи в верстке: перекрестное интервью.	<i>ПКР-9</i>
23 Визуализация речи в верстке. Оформление интервью: фото.	<i>ПКР-9</i>
24 Правила использования шрифтов в печатном издании.	<i>ПКО-1, ПКР-9</i>
25 Визуализация речи в верстке: заголовок. Расположение на странице, выбор шрифта и кегля шрифта. Прагматический подход к созданию заголовка.	<i>ПКР-9</i>
26 Вводка (преамбула) и выноска: определения, варианты расположения на странице.	<i>ПКР-9</i>
27 Основные правила верстки. Закон 120%. Отбивка. Абзацный отступ. Переносы и кавычки. Колонтитул.	<i>ПКР-9</i>
28 Основные правила верстки. Выключка шрифтового блока: виды, правила применения.	<i>ПКР-9</i>
29 Ошибки непрофессиональной верстки: «дыры», «пилы», глухая верстка, «мусорная» верстка.	<i>ПКР-9</i>
30 Дизайн обложки журнала: различные подходы и популярные приемы создания. Требования к фону.	<i>ПКО-1, ПКР-9</i>
31 Логотип издания: определение, стилистика, правила создания и расположения на обложке.	<i>ПКО-1, ПКР-9</i>
32 Взаимодействие портрета и логотипа издания.	<i>ПКР-9</i>
33 Цветовая палитра издания. Цветовая гамма. Цветовая модель.	<i>ПКО-1, ПКР-9</i>
34 Основные виды иллюстрационной верстки.	<i>ПКР-9</i>
35 Штриховые и тоновые иллюстрации.	<i>ПКР-9</i>
36 Современные тенденции дизайна печатных и электронных СМИ.	<i>ПКО-1</i>
37 Понятие инфографики. Виды инфографики.	<i>ПКО-1</i>
38 Эффективность инфографики. Этапы создания инфографики.	<i>ПКО-1, ПКР-9</i>

39 Инфографические обманы.	<i>ПКО-1, ПКР-9</i>
40 Создание качественной инфографики: основные требования.	<i>ПКО-1, ПКР-9</i>
41 Использование «иконических знаков» в обыденной жизни.	<i>ПКО-1</i>
42 Инфографика как средство популяризации печатных СМИ.	<i>ПКО-1</i>
43 Использование инфографики для решения специфических задач.	<i>ПКР-9</i>
44 Инфографика телевизионных передач и заставок на конкретных примерах.	<i>ПКО-1</i>
45 Типология электронных СМИ.	<i>ПКО-1</i>
46 Понятие теледизайна. Роль дизайна в популяризации телевизионных передач.	<i>ПКО-1</i>
47 Базовые принципы телевизионной инфографики.	<i>ПКО-1, ПКР-9</i>
48 Теледизайн как фактор эффективности брендинга.	<i>ПКО-1</i>
49 Определение «web-дизайна».	<i>ПКО-1</i>
50 Особенности восприятия информации в интернет-пространстве.	<i>ПКО-1</i>

**Темы докладов\* на семинарском занятии для оценки сформированности компетенций ПКО-1, ПКР-9**

1. Проблема адресности дизайн-проекта.
2. Утилитарные свойства дизайнерского продукта.
3. Эстетические свойства дизайнерского продукта.
4. Базовые приемы построения графической композиции (доклад с презентацией в формате Power Point/ Pdf ).
5. Основные средства выразительности, используемые при создании графической композиции страниц сайта (доклад с презентацией в формате Power Point/ Pdf )..
6. Общее впечатление, производимое сайтом как объектом графического дизайна на целевую аудиторию.
7. Печатные информационные ресурсы ННГУ им. Н. И. Лобачевского (газета), (доклад с презентацией в формате Power Point/ Pdf ).
8. Сетевые информационные ресурсы ННГУ им. Н. И. Лобачевского (официальный сайт), (доклад с презентацией в формате Power Point/ Pdf ).
9. Дизайн печатных СМИ. Особенности шрифта (доклад с презентацией в формате Power Point/ Pdf ).

10. Дизайн электронных СМИ. Особенности шрифта (доклад с презентацией в формате Power Point/ Pdf ).
  11. Особенности восприятия шрифта в печатных и электронных носителях (доклад с презентацией в формате Power Point/ Pdf ).
  12. Современные тенденции дизайна СМИ (доклад с презентацией в формате Power Point/ Pdf ).
  13. Леттеринг как тренд графического дизайна (доклад с презентацией в формате Power Point/ Pdf ).
  14. Эффективность инфографики (доклад с презентацией в формате Power Point/ Pdf ).
  15. Интерактивная инфографика (доклад с презентацией в формате Power Point/ Pdf ).
- \* Тематика докладов может быть скорректирована в соответствии с темами курсовых работ и профессиональными интересами студентов.*

### **Практические задания для оценки сформированности компетенций ПКО-1, ПКР-9**

Практическое задание №1: создание макета обложки и разворотов журнала в графическом редакторе Scribus

*1 этап:* проектирование принципиальной композиционной схемы издания (обложка и 6 разворотов)

*2 этап:* самостоятельный подбор текстового, графического и иллюстративного материала для проектируемого журнала с учетом профессиональных/ личных интересов обучающегося или темы его выпускной бакалаврской работы

*3 этап:* создание классической 12-ти колончатой сетки в графическом редакторе Scribus

*4 этап:* определение цветовой палитры, выбор шрифтовых гарнитур в соответствии с основной концепцией издания

*5 этап:* размещение выбранного шрифтового и графического контента согласно модульной сетке

*6 этап:* создание обложки журнала на основании одного из изученных подходов к ее проектированию с учетом актуальных тенденций журнального дизайна

*Цель:* создание удачной ритмической организации контентного пространства многостраничного издания на основе швейцарской (интернациональной) школы типографики в формате PDF

Практическое задание №2: создание макета web-страницы (интерактивное портфолио) в графическом редакторе Scribus

*1 этап:* проектирование принципиальной композиционной схемы интерактивного портфолио (5 страниц)

*2 этап:* самостоятельный подбор текстового, графического и иллюстративного материала для проектируемого web-носителя с учетом профессиональных/ личных интересов обучающегося или темы его выпускной бакалаврской работы

*3 этап:* создание классической 12-ти колончатой сетки в графическом редакторе Scribus

*4 этап:* определение цветовой палитры, выбор шрифтовых гарнитур в соответствии с основной концепцией интерактивного портфолио

*5 этап:* размещение выбранного шрифтового и графического контента согласно модульной сетке

*6 этап:* создание интерактивных клавиш и переходов по ссылкам

*Цель:* создание удачной ритмической организации контентного пространства прото-сайта на основе швейцарской (интернациональной) школы типографики в формате PDF

### **Тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПКО-1**

1. В сфере массовых коммуникаций дизайн выполняет следующие функции:

- a. способствует взаимообогащению культур разных стран при сохранении их культурной идентичности
- b. обеспечивает мгновенную доставку информации в любую часть мира
- c. создает гармоничный визуальный облик информационного продукта
- d. повышает конкурентоспособность средств массовой коммуникации
- e. отвечает эстетическим запросам потребителей, обеспечивая коммерческий успех средств массовой коммуникации

2. При создании информационного/ рекламного продукта не следует придерживаться этого правила:

- a. информация должна быть стандартизирована по требованиям визуальной журналистики
- b. внешний вид информационного/ рекламного продукта обуславливает его содержательную часть
- c. внешний вид информационного/ рекламного продукта обусловлен его содержательной моделью
- d. навигация по изданию/ сайту должна быть максимально понятна и проста
- e. дизайнерский информационный/ рекламный продукт должен соответствовать тенденциям изменяющейся медиа-реальности

3. Продвижение СМИ на рынок и закрепление его имиджа выстраиваются на основе:

- a. конкурентного подхода в позиционировании
- b. исследования поведения фокус-групп
- c. статистических и исторических данных
- d. системы маркетинговых коммуникаций
- e. редакционно-издательского маркетинга и менеджмента

4. Создание гармоничной и эффективной информационно-коммуникативной среды является профессиональной обязанностью этого специалиста:

- a. арт-директор рекламного агентства
- b. технический редактор
- c. дизайнер
- d. графический дизайнер
- e. архитектор компьютерных программ

5. Объектом графического дизайна являются:

- a. любые виды носителей информации, предназначенной для массового потребления
- b. системы визуальных коммуникаций
- c. буклеты, плакаты, флаеры
- d. логотипы, эмблемы, фирменные стили компаний и корпораций
- e. фирменные шрифты компаний и корпораций

6. Создатели информационных и рекламных продуктов работают с этими видами знаков:

- a. вербальный текст
- b. визуальный текст
- c. вербальный и визуальный тексты
- d. иконические знаки
- e. товарные и фирменные знаки

7. В компетенцию специалиста, создающего информационный/ рекламный продукт, входят:

- a. знание и анализ рынка
- b. знание потребностей и ожиданий потребителей
- c. знание психологических возможностей восприятия
- d. умение выбрать наиболее подходящее средство выразительности
- e. все вышеперечисленное

8. Разработка и оформление объектов информационной среды интернета, обеспечение им высоких эстетических свойств и потребительских качеств – это:

- a. product placement
- b. direct marketing
- c. sales of points
- d. web-design
- e. data mining

9. Согласно законам психологического восприятия, в кратких информационных/ рекламных печатных сообщениях следует использовать эту группу шрифтов:

- a. сан-сериф
- b. гуманистический минускул
- c. акцидентный шрифт
- d. курсив
- e. антиква

10. Согласно законам психологического восприятия, в информационных и рекламных сообщениях, размещаемых в web-пространстве, наиболее целесообразен такой шрифт:

- a. антиква
- b. гротеск
- c. декоративный шрифт
- d. брусковый шрифт
- e. бастардный шрифт

### **Тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПКР-9**

1. Печатный информационный/ рекламный продукт создается в этой цветовой модели:
  - a. RGB
  - b. LAB
  - c. CMYK
  - d. PANTON
  - e. все вышеперечисленные
  
2. Электронный информационный/ рекламный продукт создается в этой цветовой модели:
  - a. RGB
  - b. LAB
  - c. CMYK
  - d. PANTON
  - e. нет верного ответа
  
3. Перечислите варианты выключки шрифтового блока:
  - a. верхняя, нижняя
  - b. передняя, задняя
  - c. симметричная, асимметричная
  - d. центральная, флаговая
  - e. левая, правая
  
4. Современный дизайн печатных и электронных СМИ придерживается следующего правила:
  - a. в одном издании возможны все виды выключки шрифтового блока для одного и того же информационного контента
  - b. в одном издании возможны все виды выключки шрифтового блока для разных информационных контентов
  - c. в одном издании возможен только один вид выключки шрифтового блока
  - d. в одном издании возможны два вида выключки шрифтового блока для одного и того же информационного контента
  - e. в одном издании возможны два вида выключки шрифтового блока для разных информационных контентов
  
5. Взаимодействие портрета и логотипа издания на обложке определяется следующей схемой:
  - a. Портрет никогда не закрывает логотип издания
  - b. Логотип может перекрывать портрет
  - c. Логотип всегда перекрывает портрет
  - d. Логотип и изображение никогда не пересекаются
  - e. Логотип и изображение разделяются дополнительным графическим элементом
  
6. Обложка издания создается на основе:
  - a. портрета

- b. полуфигуры
- c. ростовой фигуры
- d. типографского знака
- e. возможны все варианты

7. Векторные шрифты – это:

- a. декоративные шрифты, имитирующие ручное письмо
- b. шрифты, символы которых состоят из пикселей
- c. шрифты, символы которых представляют собой кривые и описываются математически
- d. шрифты, изобилующие лигатурами
- e. типографские шрифты

8. При создании логотипов и торговых марок важнейшую имиджевую функцию выполняет этот элемент графического дизайна:

- a. шрифт
- b. цвет
- c. пропорции
- d. формат
- e. ритм

9. Для структурирования текстовых данных в абзацы в пределах одного издания используется:

- a. абзацный отступ
- b. «швейцарский абзац»
- c. абзацный отступ и «швейцарский абзац»
- d. абзацный отступ или «швейцарский абзац»
- e. нет верного ответа

10. Представление отсортированных данных в графическом виде – это:

- a. леттеринг
- b. инфографика
- c. каллиграфия
- d. типографика
- e. проектная графика

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

а) основная литература:

1. Буковецкая О.А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет - 2-е изд., испр. - М.: ДМК Пресс, 2021. - 278 с.: ил. код доступа <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5898180257.html>
2. Головки С. Б. Дизайн деловых периодических изданий. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. – 423 с. код доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872638>
3. Кертис Х. Flash Web-дизайн. Опыт профессионалов: пер с англ. - М.: ДМК Пресс, 2022. - 256 с. код доступа <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5940741215.html>

б) дополнительная литература:

1. Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. - М.: Аспект Пресс, 2019. – 348 с. код доступа <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705423.html>
2. Клониингер К. Свежие стили Web-дизайна: как сделать из вашего сайта «конфетку». – М.: ДМК Пресс, 2022. – 250 с. код доступа <https://e.lanbook.com/book/1067#authors>
3. Немцова Т.И., Казанкова Т.В., Шнякин А.В. Компьютерная графика и web-дизайн: Учебное пособие. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 400 с. код доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=458966>
4. Розета Мус, Ойана Эррера и др. Управление проектом в сфере графического дизайна // Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2021. - 220 с. код доступа <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961422467.html>
5. Чулков В.О., Комаров Н.М., Сумзина Л.В., Мохов А.И., Мохова Л.А., Новожионов С.Г., Булыгин А.А., Иванова Н.В., Сафронов В.М., Комаров К.Н. Инновации в сервисе: использование инфографии: Учебное пособие - М.: СОЛОН-ПРЕСС, 2021. – 124 с. код доступа <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785913591319.html>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)

1. Scribus (графический редактор) код доступа <http://www.softportal.com/software-19313-scribus.html>
2. <http://blog.romashin-design.com>
3. <http://e.lanbook.com>
4. <http://www.lib.unn.ru/er/znanium.html>
5. <http://www.studentlibrary.ru>
6. <http://m.studentlibrary.ru> (мобильная версия)
7. <http://www.unn.ru/books/resources.html>

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченные доступом в электронную информационно-образовательную среду ННГУ. Демонстрационное оборудование для презентаций на аудиторных занятиях. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду ННГУ.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): к. филос. н., доцент кафедры социально-политических коммуникаций И.В. Беспалова

Рецензент(ы): к. истор. н., доцент кафедры зарубежного регионоведения и локальной истории В.Н. Беляева

Заведующий кафедрой: д.филос.н., профессор кафедры социально-политических коммуникаций А.Н. Фортунатов

Программа одобрена на заседании методической комиссии  
Института международных отношений и мировой истории от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_  
года, протокол № \_\_\_\_\_.