

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
Должность: Директор института экономики и управления АПК
Дата подписания: 31.01.2024 14:47:18
Уникальный программный ключ:
1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9



**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»**
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра прикладной информатики

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
экономики и управления АПК
Л.И. Хоружий
Л.И. Хоружий
31.01.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.02 Основы инфографики

для подготовки бакалавров

ФГОС ВО

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Реклама и медиакоммуникации

Курс 3


Семестр 5

Форма обучения: очная


Год начала подготовки: 2023

Москва, 2023

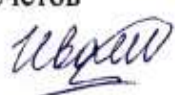
Разработчики: Лемешко Т.Б., ст. преподаватель



Худякова Е.В., д.э.н., профессор


_____ «28» августа 2023г.


Рецензент: Ивашова О.Н., к.с-х.н., доцент кафедры систем автоматизированного проектирования и инженерных расчетов


_____ «29» августа 2023г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО, профессионального стандарта и учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Программа обсуждена на заседании кафедры прикладной информатики протокол № 1 от «30» августа 2023г.

И.о. зав. кафедрой Худякова Е.В., д.э.н., профессор


_____ «30» августа 2023г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии института экономики и управления АПК Гупалова Т.Н., к.э.н., доцент


_____ «19» 06 2023г.

И.о. заведующего выпускающей кафедрой связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма Гнездилова Е.В., к.ф.н., доцент


_____ «30» августа 2023г.

/Заведующий отделом комплектования ЦНБ


_____ (подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ	4
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	5
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ ПО СЕМЕСТРАМ	7
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.3 ЛЕКЦИИ/ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	9
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	11
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	11
6.1 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	11
6.2 ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	13
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	14
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	14
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	14
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	15
9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ	15
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	15
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	16
Виды и формы отработки пропущенных занятий	17
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	17

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02 Основы инфографики
для подготовки бакалавра по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленности «Реклама и медиакоммуникации»

Цель освоения дисциплины: формирование знаний в области инфографики как одной из форм графического и коммуникационного дизайна, визуализации данных, текстов рекламы, приобретение умений и навыков работы с программным обеспечением для создания инфографики.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина по выбору включена в часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции (индикаторы): ПКос-1.1; ПКос-1.2

Краткое содержание дисциплины:

Инфографика как одна из форм информационного дизайна, представление максимально эффективной информации. Типы инфографики: аналитическая, или цифровая, новостная, конструкционная, рекламная, сравнительная. Инфографика в рекламе. Этапы создания инфографики. Процесс создания инфографики и визуализации данных. Распространенные элементы-инструментарии визуализации: графические символы, фотоизображения, рисунки, типографика. Принципы функционирования. Укрупненные типологические единицы визуализации: репрезентации медийной информации, видео, анимация, карты, принтскрины, облако тегов. Инфографика как разновидность иллюстрации. Инфографика как креолизованный текст. Инфографика как способ представления информации. Тематические принципы функционирования инфографики. Инфографика как продукт графического дизайна в СМИ. Инфографика как основной инструмент визуализации информации в СМИ. Онлайн-сервисы для создания инфографики: Figma, GIMP, Canva, Easel.ly, Piktochart, Venngage, Creately, Vizualize, Google Developers, Visual.ly, InFoto Free, Venngage, Dipity, Get About, Canva Infographic Maker, Google Charts и др.

Общая трудоемкость дисциплины: 108/3 (часы/зач. ед.).

Промежуточный контроль: зачёт с оценкой в 5-ом семестре.

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы инфографики» является формирование знаний в области инфографики как одной из форм графического и коммуникационного дизайна, визуализации данных, текстов рекламы, приобретение умений и навыков работы с программным обеспечением для создания инфографики.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Основы инфографики» включена в часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного плана. Дисциплина «Основы инфографики» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина, являются: «Основы копирайтинга», «Теория и практика рекламы», «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях».

Дисциплина «Основы инфографики» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Компьютерная графика 3D, анимация в рекламе», «Основы дизайна», «Искусственный интеллект в медиапланировании».

Рабочая программа дисциплины «Основы инфографики» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	ПКос-1	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и цифровых медиа	ПКос-1.1 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта с учетом цифровизации рекламной и пиар коммуникации	Цифровые технологии и программное обеспечение для создания и редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта с учетом цифровизации рекламной и пиар коммуникации	Применять цифровые технологии и программное обеспечение для создания и редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта с учетом цифровизации рекламной и пиар коммуникации	Навыками применения цифровых технологий и программного обеспечения для создания и редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта с учетом цифровизации рекламной и пиар коммуникации
			ПКос-1.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Форматы коммуникационного продукта и медиаконцепции каналов	Контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Навыками контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. единицы (108 часов), их распределение по видам работ в 5 семестре представлено в табл. 2.

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час. всего/*	в т.ч. по семестрам № 5
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	108/4	108
1. Контактная работа:	68,35/4	68,35
Аудиторная работа	68,35/4	68,35
лекции (Л)	34	34
практические занятия (ПЗ)	34/4	34
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,35	0,35
2. Самостоятельная работа (СРС)	39,65	39,65
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям и т.д.)	30,65	30,65
Подготовка к зачету с оценкой (контроль)	9	9
Вид промежуточного контроля:	X	Зачет с оценкой

* в том числе практическая подготовка (см. учебный план)

4.2 Содержание дисциплины

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование тем дисциплины	Всего часов на тему	Аудиторная Работа			Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ПЗ всего/*	ПКР	
Тема 1. Инфографика как способ визуализации данных	26,65	10	8/2	-	8,65
Тема 2. Визуальный контент и новые формы представления информационного материала	27	8	8	-	11
Тема 3. Визуализация контента в интернет-СМИ как важный фактор при разработке концепции издания	26	10	6	-	10
Тема 4. Онлайн-сервисы для создания инфографики	28	6	12/2	-	10
Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,35	-	-	0,35	-
ИТОГО	108	34	34	0,35	39,65

* в том числе практическая подготовка (см. учебный план)

Тема 1. Инфографика как способ визуализации данных

История развития инфографики, особенности, значение, преимущества. Принципы создания инфографики. Типы инфографики. Виды инфографики. Инфографика как средство визуализации экономической информации. Инфографика в образовании и средствах массовой коммуникации. Инфографика как инструмент маркетинга и рекламы. Перспективы развития инфографики. Тренды в инфографике. Этапы создания инфографики. Процесс создания инфографики и визуализации данных. Распространенные элементы-инструментарии визуализации: графические символы, фотоизображения, рисунки, типографика. Принципы функционирования. Укрупненные типологические единицы визуализации: репрезентации медийной информации, видео, анимация, карты, принтскрины, облако тегов. Инфографика как разновидность иллюстрации. Инфографика как креолизованный текст. Инфографика как способ представления информации. Инфографика как продукт графического дизайна в СМИ. Инфографика как основной инструмент визуализации информации в СМИ.

Тема 2. Визуальный контент и новые формы представления информационного материала

Новые формы представления информационного материала в СМИ и в качестве электронного издания. Классификации визуальных элементов информации. Разновидности визуального контента в печатных СМИ и издательских проектах. Классификация синтетических (мультимедийных) форматов представления информации. Разновидности мультимедийного контента в разработке электронного издания и интернет-проекта. Редакторская концепция издания. Проблема анализа концепции издания с точки зрения текстового, визуального, мультимедийного формата представления материала.

Периодизация метода визуализации информации в российской печати. Современный медиатекст в эстетике и стилистике графического дизайна и веб-дизайна. Креолизованный текст. Факторы, определяющие концепцию медиатекста, современного издания.

Тема 3. Визуализация контента в интернет-СМИ как важный фактор при разработке концепции издания

Адаптация инфографики в диджитал. Базовые элементы визуализации интернет-СМИ: видеоряд, видеосюжеты и фотография. Принципы и методы их функционирования в разработке концепции издания. Понятия количественной и качественной визуализации. Базовые элементы инфографики интернет-СМИ: структурированные таблицы и списки, диаграммы, графики и таймлайны. Принципы и методы их функционирования. Контент-инфографика: мультимедийные истории, лонгриды, интерактивные карты.

Тема 4. Онлайн-сервисы для создания инфографики

Цифровые устройства, программное обеспечение для создания инфографики. Онлайн-сервисы для создания инфографики: Figma, GIMP, Canva, Easel.ly, Piktochart, Venngage, Creately, Vizualize, Google Developers, Visual.ly, InFoto Free, Venngage, Dipity, Get About, Canva Infographic Maker, Google Charts и др.

4.3 Лекции/практические занятия

Таблица 4

Содержание лекций/ практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	№ темы	№ и название лекций/ практических занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов/ из них практическая подготовка
1.	Тема 1. Инфографика как способ визуализации данных	Лекция № 1. Основы инфографики. Этапы создания инфографики. Тренды в инфографике	ПКос-1.1; ПКос-1.2	-	6
		Лекция № 2. Инфографика в рекламе и СМИ	ПКос-1.1; ПКос-1.2	-	4
		Практическое занятие № 1. Анализ материалов, созданных с помощью инфографики. Подготовка работ инструментами инфографики	ПКос-1.1; ПКос-1.2	защита практической работы № 1.	8/2
2.	Тема 2. Визуальный контент и новые формы представления информационного материала	Лекция № 3. Формы представления информационного материала в СМИ	ПКос-1.1; ПКос-1.2	-	4
		Лекция № 4. Современный медиатекст в эстетике и стилистике графического дизайна и веб-дизайна	ПКос-1.1; ПКос-1.2	-	4
		Практическое занятие № 2. Подбор, анализ и создание визуального контента рекламы	ПКос-1.1; ПКос-1.2	защита практической работы № 2.	8
3.	Тема 3. Визуализация контента в интернет-СМИ	Лекция № 5. Адаптация инфографики в диджитал	ПКос-1.1; ПКос-1.2	-	4
		Лекция № 6. Базовые элементы визуализации	ПКос-1.1; ПКос-1.2	-	6

№ п/п	№ темы	№ и название лекций/ практических занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов/ из них практическая подготовка
	как важный фактор при разработке концепции издания	интернет-СМИ: видеоряд, видеосюжеты и фотография			
		Практическое занятие № 3. Создание инфографического объекта	ПКос-1.1; ПКос-1.2	защита практической работы № 3.	6
4.	Тема 4. Онлайн-сервисы для создания инфографики	Лекция № 7. Программное обеспечение, цифровые устройства, онлайн-сервисы в инфографике	ПКос-1.1; ПКос-1.2	-	6
		Практическое занятие № 4. Интернет-сервисы в разработке рекламного продукта	ПКос-1.1; ПКос-1.2	защита практической работы № 4.	12/2

Таблица 5

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	№ темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
1.	Тема 1. Инфографика как способ визуализации данных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналитика, умение анализировать инфографические объекты. 2. Роль текстовой информации в инфографике. Шрифты, правила использования. 3. Роль цвета, колористика. Сервисы для подбора и генерации цветовых сочетаний. 4. Композиция, общие правила. Эскизирование. ПКос-1.1; ПКос-1.2
2.	Тема 2. Визуальный контент и новые формы представления информационного материала	<ol style="list-style-type: none"> 1. Видеоинфографика (понятие, примеры). 2. Интерактивная инфографика (понятие, примеры). 3. Анимированная инфографика (понятие, примеры). 4. Тенденции визуализации информации в дизайне печатных медиа в России и за рубежом ПКос-1.1; ПКос-1.2
3.	Тема 3. Визуализация контента в интернет-СМИ как важный фактор при разработке концепции издания	<ol style="list-style-type: none"> 1. Тенденции визуализации информации в интернет-СМИ. 2. Визуальные коммуникации: тенденции форм и технологий передачи информации. ПКос-1.1; ПКос-1.2
4.	Тема 4. Онлайн-сервисы для создания инфографики	<ol style="list-style-type: none"> 1. Способы создания инфографических объектов (программы, сервисы, готовые наборы, шаблоны). ПКос-1.1; ПКос-1.2

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
1.	Инфографика в рекламе и СМИ	Л	Интерактивная лекция
2.	Анализ материалов, созданных с помощью инфографики. Подготовка работ инструментами инфографики	ПЗ	Групповое обсуждение
3.	Современный медиатекст в эстетике и стилистике графического дизайна и веб-дизайна	Л	Интерактивная лекция
4.	Подбор, анализ и создание визуального контента рекламы	ПЗ	Групповое обсуждение
5.	Адаптация инфографики в диджитал	Л	Интерактивная лекция
6.	Создание инфографического объекта	ПЗ	Групповое обсуждение

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

1) Примеры заданий практических работ

Практическая работа № 1. по теме 1. Инфографика как способ визуализации данных

Примеры заданий:

1. Анализ материалов, созданных с помощью инфографики.

Проанализировать и описать выданный пример применения инфографики, как средства визуализации данных: тип инфографики, виды инфографики, необходимость, точность использования выбранных средств для решения проблемы, цвет, композиция, стиль, шрифтовое решение.

2. Разработать резюме с помощью инструментов инфографики.

Ход работы:

- правила создания резюме;
- поиск и анализ аналогов;
- выбор данных для визуализации;
- выбор средств визуализации;
- выбор композиционного, стилевого, цветового и шрифтового решения;
- разработка итогового решения.

Практическая работа № 2. по теме 2. Визуальный контент и новые формы представления информационного материала

Пример задания:

1. Подборка визуального контента. Сделать подборку различных видов визуального контента социальной рекламы (фотографии, иллюстрации и другие векторные изображения, видео, инфографика, диаграммы и графика, типографика).

Практическая работа № 3. по теме 3. Визуализация контента в интернет-СМИ как важный фактор при разработке концепции издания

Пример задания:

1. Создание инфографического объекта на заданную тему.

Ход работы: поиск и анализ аналогов; выбор данных для визуализации; выбор средств визуализации; выбор композиционного, стилевого, цветового и шрифтового решения; разработка итогового решения.

Практическая работа № 4. по теме 4. Онлайн-сервисы для создания инфографики

Пример задания:

1. Разработать рекламные коммуникационные продукты, используя интернет-сервисы создания инфографики, например Figma, GIMP и др.

2. Создание рекламной и коммерческой иллюстрации.

2) Примерный перечень вопросов, выносимых на промежуточный контроль (зачет с оценкой)

1. Формы представления рекламных текстов, объектов в цифровых каналах.
2. Формы визуального контента.
3. Технологические требования в разных типах СМИ к форматам коммуникационного продукта.
4. Форматы коммуникационного продукта.
5. Цифровые технологии и программное обеспечение для создания и редактирования текстов рекламы.
6. Медиаконцепции каналов коммуникации.
7. Инфографика, как инструмент визуализации цифрового контента.
8. Информационно-графический дизайн, как вид цифрового искусства.
9. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадиизайн.
10. История возникновения и развития инфографики.
11. Инфографика как средство визуализации информации в различных отраслях (реклама, маркетинг, журналистика, образование, экономика и т.п.)
12. Инфографика, как инструмент формирования визуальной компетенции (визуального мышления).
13. Тенденции визуализации информации в дизайне печатных медиа в России и за рубежом.
14. Визуальные коммуникации: тенденции форм и технологий передачи информации.
15. Проектные основы информационно-графического дизайна.
16. Семиология графики: диаграммы, сети, карты.

17. Использование онлайн-сервисов при подготовке материалов инфографики и визуализации данных.
18. Интерактивная визуализация данных для веб-ресурсов.
19. Проектные основы инфографики и визуализации данных.
20. Коммуникация данных с Tableau: проектирование, разработка и визуализация данных.
21. Применение принципов инфографики в анимационной картографии.
22. Принципы создания инфографики
23. Типы инфографики
24. Виды инфографики по формату представления:
25. Виды инфографики по способу представления:
26. Роль текстовой информации в инфографике. Шрифты, правила использования.
27. Роль цвета, колористика. Сервисы для подбора и генерации цветовых сочетаний.
28. Композиция, общие правила.
29. Эскизирование.
30. Видеоинфографика (понятие, примеры).
31. Интерактивная инфографика (понятие, примеры).
32. Анимированная инфографика (понятие, примеры).
33. Тренды в инфографике.
34. Аналитика, умение анализировать инфографические объекты.
35. Особенности выбора данных непосредственно для визуализации.
36. Этапы создания инфографики.
37. Способы создания инфографических объектов (программы, сервисы, готовые наборы, шаблоны).

6.2 Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенций по дисциплине применяется традиционная система контроля и оценки успеваемости студентов.

Промежуточный контроль знаний проводится в форме зачета с оценкой.

Критерии выставления оценок представлены в таблице 7.

Таблица 7

Критерии оценивания результатов обучения (зачет с оценкой)

Зачет с оценкой	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – высокий.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены

	максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки. Компетенции , закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – хороший (средний) .
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку « удовлетворительно » заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы. Компетенции , закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – достаточный .
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы. Компетенции , закреплённые за дисциплиной, не сформированы .

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Скакова, А.Г. Рисунок и живопись: учебник / А. Г. Скакова; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). – Электрон. текстовые дан. – Москва, 2018 – 168 с. – Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. – Режим доступа: <http://elib.timacad.ru/dl/local/umo164.pdf>. - Загл. с титул. экрана. - Электрон. версия печ. публикации. URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/umo164.pdf>.

2. Бугаева, И.В. Редактирование рекламных и PR-текстов: учебно-практическое пособие / И.В. Бугаева; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). – Электрон. текстовые дан. – Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2014 – 115 с. – Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. – Режим доступа: <http://elib.timacad.ru/dl/local/188.pdf>. - Загл. с титул. экрана. - Электрон. версия печ. публикации. – URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/188.pdf>.

7.2 Дополнительная литература

1. Ручная графика в ландшафтной архитектуре: методические указания / Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва), Факультет садоводства и ландшафтной архитектуры, кафедра ландшафтной архитектуры; сост. В. И. Миронов. – Электрон. текстовые дан. – Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2014 – 35 с.: рис., табл., цв.ил. – Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. – Режим доступа: <http://elib.timacad.ru/dl/local/345.pdf>. – Загл. с титул. экрана. – Электрон. версия печ. публикации. – <URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/345.pdf>>.

2. Лемешко, Т.Б. Информационные технологии в профессиональной деятельности / Т. Б. Лемешко; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). – Электрон. текстовые дан. – Москва, 2018 – 102 с. – Коллекция: Учебная и учебно-методическая литература. – Режим доступа: <http://elib.timacad.ru/dl/local/umo358.pdf>. - Загл. с титул. экрана. - Электрон. версия печ. публикации. – <URL:<http://elib.timacad.ru/dl/local/umo358.pdf>>.

3. Лемешко, Т.Б., Шурыгин, В.Н. Современные информационные технологии: учебное пособие / Т.Б. Лемешко, В.Н. Шурыгин. – М: Росинформаротех, 2017. – 136 с.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Бесплатное дистанционное обучение в Национальном Открытом Университете «ИНТУИТ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.intuit.ru> (открытый доступ).
2. Инструмент визуализации для создания красивого контента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infogram.com> (открытый доступ).
3. Набор нескольких готовых бесплатных и платных тем и инструментов для создания инфографики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://piktochart.com> (открытый доступ).
4. Визуальный контент для современных маркетологов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://visual.ly> (открытый доступ).

9. Перечень программного обеспечения

Таблица 8

Перечень программного обеспечения

Наименование темы учебной дисциплины	Наименование программы	Тип программы	Автор	Год разработки
По всем темам дисциплины	Microsoft Windows 7 и выше	Операционная система	Microsoft	2009
	Microsoft Office 2010 и выше	Пакет офисных программ		2010
	Google Chrome	Браузер		2012
	CorelDRAW , Adobe PhotoShop, и др.	Графическая	Adobe	2010

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для проведения лекционных и практических занятий по дисциплине «Основы инфографики» необходимы аудитория и компьютерный класс, подключенные к сети Интернет, оснащенные средствами мультимедиа и программными средствами: MS Windows 7/8/10; MS Office 2007/2010/2013/365 (Office Online), графическими программами, программным обеспечением для создания инфографики, программой демонстрации NetOp School, браузером Google Chrome.

Лекции проводятся в специализированной аудитории, оборудованной мультимедийным проектором для демонстрации компьютерных презентаций.

Для проведения практических занятий по дисциплине «Основы инфографики» необходим компьютерный класс с установленными на ПК программным обеспечением, указанным в п. 9.

Таблица 9

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	2
Аудитория для проведения занятий лекционного типа № 313 - уч. корпус № 12	Видеопроектор 3500 Лм
Аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 310, уч. корпус №12	Персональные компьютеры в количестве 20 штук
Аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации №-309, уч. корпус №12	Персональные компьютеры в количестве 20 штук
Центральная научная библиотека имени Н.И. Железнова	Читальные залы библиотеки
Общежитие	Комната для самоподготовки

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

Изучение учебной дисциплины «Основы инфографики» включает освоение материалов лекций, приобретение практических навыков работы с программными средствами, самостоятельную работу.

На лекциях при помощи мультимедиа проектора и презентаций раскрываются основные теоретические вопросы дисциплины, делаются акценты на наиболее сложные положения изучаемого материала.

Лекционный материал следует просматривать и изучать по конспекту/электронной презентации и в LMS Moodle самостоятельно после аудиторных занятий. Для более углубленного изучения материала необходимо использовать рекомендованную литературу и Интернет-ресурсы.

Практические занятия проводятся в компьютерных классах с применением раздаточных материалов. На занятиях необходимо иметь электронный носитель информации – флэш-карту для сохранения результатов своей работы и копирования методических материалов и домашних заданий. Учебные материалы можно сохранять в облачных сервисах: Google Диск, Яндекс.Диск, Облако Mail.Ru, Dropbox.

Посещение лекций и практических занятий – обязательно.

Консультирование по выполнению заданий практических работ проводится в компьютерных классах во время консультаций по графику (см. на стендах кафедры), а также через электронную информационно-образовательную среду Университета: электронный обмен сообщениями на портале Университета, электронную корпоративную почту, мессенджеры, LMS Moodle.

Необходимо соблюдать сроки выполнения всех заданий.

Полученные оценки за выполненные задания являются основой для

промежуточной аттестации.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, обязан отработать:

- пропущенные лекции в форме конспекта лекции, ответов на вопросы теста на платформе Moodle, устного опроса;
- пропущенные практические занятия – в форме выполнения заданий, посещения дополнительных занятий, освоения материалов в Moodle.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

Учебный процесс по курсу «Основы инфографики» включает следующие организационные формы: лекции, практические занятия и консультации, а также систему контроля знаний, самостоятельную работу студентов.

Методика чтения лекций зависит от цели и задач изучения предмета/раздела, а также уровня общей подготовки обучающихся, форма ее проведения – от характера темы и содержания материала. Высокая эффективность деятельности преподавателя во время чтения лекции достигается за счет глубокого освоения предметной области, педагогического мастерства, высокой речевой культуры и ораторского искусства, когда учитывается психология аудитории, закономерности восприятия, внимания, мышления, эмоциональные процессы учащихся, обратная связь и принципы дидактики.

При подготовке материала лекции преподавателю необходимо:

- учитывать требования государственного образовательного стандарта, учебного плана и рабочей программы;
- применять принципы дидактики (наглядность, от теории к практике, доступность, структуризация и систематизация и т.д.);
- уметь создавать интерактивные презентации;
- уметь использовать технические (проектор) и программные средства (например, программу подготовки презентаций MS PowerPoint, программу управления компьютерным классом NetOp School) и др.

Для проведения практических занятий преподавателю следует разрабатывать задания различной степени сложности, инструкции (методические указания) по выполнению каждого задания, раздаточный материал в печатном и электронном виде.

По курсу «Основы инфографики» должны быть организованы:

- «очные» консультации в компьютерном классе, проводимые преподавателем согласно графику (размещается на стендах кафедры);
- off-line консультации, проводимые преподавателем с помощью электронной почты;
- взаимодействия в электронной информационно-образовательной среде Университета через личный кабинет.

Преподаватель должен использовать различные методы обучения:

- объяснительно-иллюстративный (лекция, объяснение, работа с учебником, демонстрация презентаций);

- репродуктивный (воспроизведение действий по применению знаний на практике, деятельность по алгоритму, программирование);
- частично-поисковый (поиск решения познавательных задач под руководством преподавателя);
- исследовательский метод, в котором после анализа материала, постановки проблем и задач и краткого устного или письменного инструктажа обучаемые самостоятельно изучают литературу, источники, ведут наблюдения и измерения и выполняют другие действия поискового характера.
- активные методы: групповое обсуждение, интерактивная лекция и др.

Программу разработали:

Лемешко Т.Б., ст. преподаватель



Худякова Е.В., д.э.н., профессор



РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02 «ОСНОВЫ ИНФОГРАФИКИ»
ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность «Реклама и медиакommunikации» (квалификация выпускника –
бакалавр)

Ивашовой Ольгой Николаевной, доцентом кафедры систем автоматизированного проектирования и инженерных расчетов ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, кандидатом сельскохозяйственных наук (далее по тексту рецензент) проведено рецензирование рабочей программы дисциплины «Основы инфографики» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Реклама и медиакommunikации» (бакалавриат), разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева» на кафедре прикладной информатики (разработчики: Худякова Е.В., д.э.н., профессор; Лемешко Т.Б., ст. преподаватель).

Рассмотрев представленные на рецензирование материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Основы инфографики» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе **актуальность** учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина по выбору включена в часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного цикла – Б1.В.ДВ.

3. Представленные в Программе **цели** дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Основы инфографики» закреплены **профессиональные компетенции (индикаторы): ПКос-1.1; ПКос-1.2**

5. Дисциплина «Основы инфографики» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.

6. **Результаты обучения**, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

7. Общая трудоёмкость дисциплины «Основы инфографики» составляет 3 зачётных единицы (108 часов).

8. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Основы инфографики» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

9. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

10. Программа дисциплины «Основы инфографики» предполагает проведение занятий в интерактивной форме.

11. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

12. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам. Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета с оценкой, что соответствует статусу дисциплины по выбору, включенная в

часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного цикла – Б1.В.ДВ ФГОС ВО направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

13. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

14. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 3 источника, дополнительной литературой – 3 наименования, Интернет-ресурсы – 4 источника и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Основы инфографики» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

15. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Основы инфографики».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенного рецензирования можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Основы инфографики» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Реклама и связи с общественностью» (квалификация – бакалавр), разработанная Лемешко Т.Б., ст. преподавателем, Худяковой Е.В., д.э.н., профессором кафедры прикладной информатики соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Ивашова О.Н., доцент кафедры систем автоматизированного проектирования и инженерных расчетов ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, кандидат сельскохозяйственных наук



«29» августа 2023г.