

**Краткая аннотация**  
**«Основы коммуникативного дизайна»**

1	Название специализированного модуля	«Основы коммуникативного дизайна»
2	Специальность	1-28 01 02 «Электронный маркетинг»
3	Курс обучения	1
4	Семестр обучения	2
5	Трудоемкость в зачетных единицах	3
6	Степень, звание, ФИО	Сечко Н.Ф., старший преподаватель
7	Цель специализированного модуля по выбору студента	<p>Формирование у студентов общего представления о специфике области знания, ее предмете, основных направлениях и областях исследований, методологических основаниях, методах исследования, основных социально-психологических парадигмах, феноменологии, проблемных областях, и овладение теоретическими знаниями и практическими навыками в области коммуникативного дизайна.</p> <p>Оказать помощь студентам в усвоении основных понятий и категорий, используемые в современных психологических теориях, формировать профессиональные, исследовательские умения и навыки; формирование психологической культуры.</p>
8	Пререквизиты (обязательная дисциплина интегрированного модуля)	«Социальная психология», «Психология социального влияния»
9	Содержание специализированного модуля	<p>Цель преподавания учебной дисциплины: «Основы коммуникативного дизайна» заключается в усвоении студентами знаний о коммуникации как объекте дизайна, о процессе дизайна и конструировании профессионального общения в сфере маркетинга.</p> <p>Основные понятия коммуникативного дизайна. Коммуникация как феномен действительности и предмет изучения. Понятие и сущность процесса коммуникации. Цели и функции коммуникации.</p> <p>Понятие «коммуникативный дизайн». Коммуникация как объект дизайна. Коммуникация как процесс дизайна. Особенности коммуникативного дизайна как подхода к пониманию коммуникации в сфере событийного маркетинга. Коммуникативные модели. Коммуникация и общение. Основные модели и стили общения. Средства общения. Виды слушания и понимания. Помехи понимания. Коммуникативный дизайн как один из подходов к пониманию общения. Язык и социальное взаимодействие как основа понимания коммуникативного дизайна. Взаимоотношение между коммуникацией и языком. Конструирование коммуникации в бизнес-дискурсе. Коммуникативные барьеры. Имидж как составляющая часть культуры делового общения. Коммуникации в организации.</p> <p>Коммуникативная кампания. цели, дизайн, коммуникативные принципы, предварительное тестирование, создание и распространение. Рекламная кампания.</p>
10	Рекомендуемая литература	<p>1. Глазачев, В. Дизайн как он есть. 2-е изд., доп. М.: Европа, 2006. 320 с.</p> <p>2. Ковриженко, М.К. Креатив в рекламе. – СПб.: Питер, 2006. – 252 с</p> <p>3. Керман, Х. Flash Web-дизайн. Опыт профессионалов.</p> <p>4. Кирсанов, Д. Веб-дизайн: книга Дмитрия Кирсанова / Д. Кирсанов. –</p>

		<p>СПб.: Символ-Плюс, 2007. - 368 с.</p> <p>5.Маликова, Н.Н. Дизайн и методы социологического исследования. Учеб. пособие. М., 2014.</p> <p>6. Николаева, Ж. В. Основы теории коммуникации: учебно-метод. пособ. для студентов. Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2004. - 274 с.</p> <p>7. Полеухин, А.А. Развитие коммуникативного дизайна. – С.289 -298.</p> <p>8.Розенсон, И. А. Основы теории дизайна. СПб.: Питер, 2004. - 205 с.</p>
11	Методы преподавания	Сравнительный, проблемный, диалогово-эвристический, интерактивный
12	Язык обучения	Русский