

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 25.02.2026 12:54:07

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7373af5daae080acbec87d71fc

Министерство культуры Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет гуманитарного образования

Кафедра истории, культурологии и музееведения

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой истории,  
культурологии и  
музееведения



Кудинова А.В

Пр. № 9 от 25.02.2026 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.05.02 ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ**

**Направление подготовки** 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия

**Профиль подготовки** – Проектирование и реклама в музейных индустриях и культурном туризме

**Квалификация (степень) выпускника** – бакалавр

**Форма обучения** – очная, заочная

Краснодар,

2026

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия (№ 1180 от 06.12.2017) профиль Проектирование и реклама в музейных индустриях и культурном туризме.

**Рецензенты:**

Доктор филологических наук,  
профессор кафедры электронных  
средств массовой информации и новых медиа  
факультета журналистики  
Кубанского государственного  
университета

Е.Г. Сомова

Кандидат культурологии, доцент  
кафедры социально-культурной  
деятельности Краснодарского  
государственного института  
культуры

Л.Н. Кондратьева

**Составитель:**

Д.И. Гангур, кандидат философских наук, доцент кафедры истории,  
культурологии и музееведения КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры истории, культурологии и музееведения КГИК 25.02.2026 г., протокол № 9.

Рабочая программа учебной дисциплины «Визуальные коммуникации в креативных индустриях» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 29.05.2026 г., протокол № 10.

## Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО.....	5
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций.....	6
4. Структура и содержание дисциплины .....	7
5. Образовательные технологии.....	14
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	15
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	17
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	18
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины .....	19

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Цели освоения дисциплины:**

– Формирование у студентов целостного представления о системе визуальных коммуникаций как ключевом инструменте проектирования, продвижения и управления в современных креативных индустриях (арт-бизнес, реклама, дизайн, медиа, мода, digital-проекты).

– Развитие профессиональных компетенций в области анализа, проектирования и реализации комплексных визуально-коммуникационных стратегий для решения задач в сфере креативных индустрий.

### **Задачи дисциплины:**

– Дать системное представление о теории и методологии визуальных коммуникаций в контексте креативной экономики.

– Изучить специфику визуальных коммуникаций в различных секторах креативных индустрий (арт-рынок, брендинг, цифровые медиа, городская среда, event-индустрия).

– Отработать практические навыки создания визуальных концепций, коммуникационных стратегий и конкретных продуктов (от фирменного стиля до цифрового контента и средовых решений).

– Сформировать навыки кросс-культурного анализа, управления визуальными проектами и оценки их эффективности.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплины по выбору), формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)». Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, полученных в курсах: «Введение в информационные технологии», «Музейный дизайн и визуальные коммуникации», «Теория и практика рекламных коммуникаций».

Полученные компетенции являются основой для освоения последующих дисциплин: «Стратегический менеджмент в креативных индустриях», «Имиджеология», «Проектирование музейно-выставочной экспозиции», а также для прохождения производственной практики.

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенции	Индикаторы сформированности компетенции
<p>Способен к деятельности по проектированию экспозиций и выставок в музеях, галереях, выставочных залах, популяризации объектов культурного и природного наследия, проводить культурно-просветительскую работу среди населения, взаимодействовать со СМИ (ПК-4)</p>	<b>Знать</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- концепцию понятий UI/UX;</li> <li>- методологию и технологии создания и использования визуального контента в цифровом пространстве музейных индустрий, арт-бизнеса, рекламы и культурного туризма.</li> </ul>
	<b>Уметь</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать базовые прототипы интуитивно понятных интерфейсов и систем пользовательского опыта;</li> <li>- переводить результаты проведенного исследования в практическую плоскость;</li> <li>- анализировать паттерны поведения.</li> </ul>
	<b>Владеть</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опытом использования инструментария интерактивного прототипирования и UI/UX-тестирования;</li> <li>- навыками практической реализации концепции пользовательского опыта в форме базового UX- прототипа.</li> </ul>

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет **6 зачетных единиц (216 часов)**.

#### *По очной форме обучения*

№ п/п	Раздел дисциплины	Се м е ст р	Недел я семест ра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	Контроль	СР	
1	Цифровая трансформация музея и основы визуального контента	5	1-9	16	16	4	14	4 неделя – опрос, 8 неделя – обсуждение выполненных работ
2	Технологии создания цифрового визуального контента	5	10-16	16	16	4	14	11 неделя – опрос, обсуждение эссе, 15 неделя – опрос, анализ проектов, зачет
3	Проектирование пользовательского опыта (UX/UI) в цифровых музейных продуктах	6	1-8	16	16	24	14	4-8 недели – анализ разрабатываемых дизайн-макетов
4	Продвижение и оценка эффективности и визуального контента	6	9-18	16	16	4	10	12-18 недели – анализ проектов, зачет оценкой
Итого				64	64	36	52	

Всего часов	216	
-------------	-----	--

**4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы  
По очной форме обучения**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
<b>Раздел 1. Цифровая трансформация музея и основы визуального контента (5 семестр)</b>			
<b>Тема 1.1. Музей в цифровую эпоху: вызовы и возможности.</b>	<b>Лекции:</b> Цифровая трансформация культурного сектора. Функции визуального контента: популяризация, образование, документирование, вовлечение. Особенности цифровой аудитории наследия.	<b>4</b>	<b>ПК-4</b>
	<b>Самостоятельная работа:</b> Анализ цифровых стратегий 2-3 ведущих музеев мира (сайт, соцсети). Подготовка сравнительной таблицы.	<b>6</b>	<b>ПК-4</b>
<b>Тема 1.2. Правовые и этические основы работы с цифровыми изображениями наследия.</b>	<b>Лекции:</b> Авторское право, смежные права. Public Domain и открытые лицензии (Creative Commons). Этические вопросы репрезентации, оцифровки и интерпретации объектов наследия.	<b>4</b>	<b>ПК-4</b>
	<b>Практические занятия:</b> Разбор кейсов по использованию изображений. Составление памятки по правовым нормам для музейного сотрудника.	<b>4</b>	<b>ПК-4</b>
	<b>Самостоятельная работа:</b> Поиск и описание 5 цифровых коллекций, распространяемых по открытым лицензиям.	<b>4</b>	<b>ПК-4</b>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
Тема 1.3. Основы визуального восприятия и композиции.	<b>Лекции:</b> Психология восприятия изображений. Основные законы композиции (равновесие, доминанта, ритм, контраст). Принципы визуального повествования (Digital Storytelling) для музейных тем.	4	ПК-4
	<b>Практические занятия:</b> Анализ композиционных решений на примерах музейных сайтов и виртуальных выставок. Упражнения по созданию простых композиционных схем.	6	ПК-4
	<b>Самостоятельная работа:</b> Разработка нарратива (сюжета) для короткого цифрового рассказа об одном музейном предмете.	4	ПК-4
Тема 1.4. Основы цветоведения и типографики в цифровой среде.	<b>Лекции:</b> Цветовой круг, психология цвета, цветовые гармонии. Основы типографики: шрифтовые пары, иерархия, читаемость. Применение в дизайне музейных интерфейсов.	4	ПК-4
	<b>Практические занятия:</b> Создание цветовой палитры и подбор шрифтов для гипотетического музейного проекта (выставка, сайт).	6	ПК-4
<b>Раздел 2. Технологии создания цифрового визуального контента (5 семестр)</b>			
Тема 2.1. Цифровая фотография для музеев: от съемки до публикации.	<b>Лекции:</b> Особенности предметной съемки. Работа со светом и фоном. Основы обработки: кадрирование, цветокоррекция, ретушь. Форматы и оптимизация для web.	4	ПК-4
	<b>Практические занятия:</b> Практикум по обработке	6	ПК-4

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
	изображений музейных предметов в графическом редакторе. Подготовка изображения для онлайн-каталога.		
	<b>Самостоятельная работа:</b> Создание серии из 3-5 тематически связанных фотографий (или их профессиональный отбор и обработка) для виртуальной мини-галереи.	8	ПК-4
<b>Тема 2.2. Создание графики и инфографики для популяризации наследия.</b>	<b>Лекции:</b> Растровая и векторная графика. Принципы дизайна инфографики. Визуализация данных, хронологий, процессов. Инструменты для создания.	4	ПК-4
	<b>Практические занятия:</b> Создание инфографики на основе предоставленных данных (например, хронология археологических периодов).	6	ПК-4
	<b>Самостоятельная работа:</b> Разработка набора пиктограмм для навигации по разделу музейного сайта, посвященного определенной эпохе.	6	ПК-4
<b>Тема 2.3. Основы создания видеоконтента и простой анимации.</b>	<b>Лекции:</b> Форматы и стандарты видео. Структура сценария для просветительского ролика. Основы монтажа, звукового оформления. Простые виды анимации (stop-motion, слайд-шоу).	4	ПК-4
	<b>Практические занятия:</b> Разработка раскадровки (storyboard) для видеоролика (1-2	4	ПК-4

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
	мин.) о музейном экспонате или выставке.		
	<b>Самостоятельная работа:</b> Написание эссе на тему «Современные тренды в музейном видео-контенте» или создание презентационного слайд-шоу с закадровым текстом.	8	ПК-4
<b>Раздел 3. Проектирование пользовательского опыта (UX/UI) в цифровых музейных продуктах (6 семестр)</b>			
<b>Тема 3.1. Основы UX-дизайна: исследование аудитории и пользовательские сценарии.</b>	<b>Лекции:</b> Принципы UX-дизайна. Методы исследования аудитории. Создание пользовательских сценариев (user stories) и карты пути пользователя (user journey map) для музейного сайта/приложения.	6	ПК-4
	<b>Практические занятия:</b> Анализ удобства навигации выбранного музейного сайта. Разработка user journey map для двух типов посетителей (например, взрослый и ребенок).	6	ПК-4
	<b>Самостоятельная работа:</b> Проведение мини-опроса (анкетирование 5-10 человек) для выявления потребностей аудитории в цифровом продукте музея.	6	ПК-4
<b>Тема 3.2. Проектирование пользовательских интерфейсов (UI).</b>	<b>Лекции:</b> Основы проектирования интерфейсов. Создание системы визуальных компонентов (кнопки, меню, формы). Принципы адаптивного дизайна.	8	ПК-4
	<b>Практические занятия:</b> Создание макета (скетч или цифровой) главной страницы или	8	ПК-4

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
	ключевого раздела мобильного приложения виртуального музея.		
	<b>Самостоятельная работа:</b> Подбор и обоснование шрифтовой пары и цветовой схемы для интерфейса, соответствующего стилю конкретного исторического музея.	8	ПК-4
<b>Тема 3.3. Инструменты прототипирования и интерактивность.</b>	<b>Лекции:</b> Обзор инструментов для прототипирования (Figma, Adobe XD). Принципы внедрения интерактивных элементов (галереи, карты, таймлайны) в цифровые экспозиции.	2	ПК-4
	<b>Практические занятия:</b> Создание простого интерактивного прототипа навигации по виртуальной выставке в выбранном инструменте.	2	ПК-4
<b>Раздел 4. Продвижение и оценка эффективности визуального контента (6 семестр)</b>			
<b>Тема 4.1. Адаптация контента для цифровых платформ и контент-стратегия.</b>	<b>Лекции:</b> Специфика контента для сайта, Instagram, VK, Telegram, агрегаторов (Artefact). Разработка контент-плана и календаря публикаций.	4	ПК-4
	<b>Практические занятия:</b> Анализ контент-стратегии музея в одной социальной сети. Разработка плана публикаций на неделю для анонсирования новой выставки.	4	ПК-4
<b>Тема 4.2. Визуальный контент для иммерсивных технологий (VR/AR).</b>	<b>Лекции:</b> Возможности VR/AR в музейном контексте (экспозиция, реконструкция, игры). Обзор технологий, оборудования и ПО. Кейсы использования.	4	ПК-4

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
	<b>Практические занятия:</b> Обсуждение идей применения VR/AR для решения конкретной музейной задачи (например, виртуальная реконструкция утраченного объекта).	4	ПК-4
<b>Тема 4.3. Аналитика и оценка эффективности цифрового контента.</b>	<b>Лекции:</b> Базовые метрики вовлеченности (охват, вовлеченность, CTR). Инструменты веб-аналитики (Яндекс.Метрика, Google Analytics) и аналитики соцсетей.	4	ПК-4
	<b>Практические занятия:</b> Работа с демо-отчетами аналитики. Интерпретация данных и формулировка выводов для улучшения контента.	4	ПК-4
<b>Тема 4.4. Подготовка и защита итогового проекта.</b>	<b>Практические занятия:</b> Консультации по разработке итогового проекта. Оформление презентации и портфолио.	4	ПК-4
	<b>Самостоятельная работа:</b> Разработка итогового проекта: комплексная концепция цифрового продвижения объекта наследия или выставки (включая примеры ключевого визуального контента и план публикаций).	10	ПК-4
<b>Контроль</b>		36	ПК-4
<b>Вид итогового контроля</b>	<b>Зачет (5 семестр), Зачет с оценкой (6 семестр)</b>		
<b>ВСЕГО</b>		216	

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе обучения применяется широкий спектр активных и интерактивных образовательных технологий, ориентированных на формирование проектного мышления и практических навыков:

- **Проблемные лекции** с разбором актуальных кейсов из мировой и российской практики креативных индустрий.
- **Проектные семинары и воркшопы**, где студенты в малых группах работают над решением реальных или модельных задач (разработка айдентики, контент-стратегии).
- **Гость-лекции и мастер-классы** от практиков — арт-директоров, бренд-менеджеров, кураторов, дизайнеров, работающих в сфере КИ.
- **Кейс-стади**, предполагающие глубокий анализ успешных и провальных коммуникационных кампаний, с последующей дискуссией и выработкой альтернативных решений.
- **Критические обзоры и питч-сессии**, в ходе которых студенты представляют этапы своей проектной работы, учатся аргументировано защищать свои решения и получать профессиональную обратную связь от преподавателя и одногруппников.
- **Использование симуляторов и цифровых инструментов** (Miro, Figma, Canva, Tilda) для коллективной работы и прототипирования.
- **Самостоятельная исследовательская работа** с последующей презентацией результатов в формате аналитической записки, эссе или визуального отчета.

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **6.1. Контроль освоения дисциплины**

- **Текущий контроль:** осуществляется на каждом практическом занятии и включает оценку активности, выполнение мини-задач, промежуточные презентации этапов проекта, тестирование по теоретическим модулям.
- **Рубежный контроль (по итогам 5 семестра):** защита проектного исследования по выбранному сектору КИ.
- **Промежуточная аттестация (6 семестр):** зачёт с оценкой в форме публичной защиты итогового комплексного проекта визуальных коммуникаций для конкретного кейса в сфере креативных индустрий.

### **6.2. Фонд оценочных средств**

#### **6.2.1. Примеры тестовых заданий:**

1. К какому типу знаков по Ч. Пирсу относится стилизованное изображение чашки на вывеске кофейни?
  - а) Иконический
  - б) Индексальный
  - в) Символический
2. Основная цель бренд-бука в креативных индустриях — это:
  - а) Сокращение издержек на печать.
  - б) Обеспечение единообразия и целостности визуальной коммуникации на всех носителях.
  - в) Демонстрация креативности дизайнера.
3. При проектировании навигации в музейном пространстве главным приоритетом является:
  - а) Художественная выразительность указателей.
  - б) Минимизация количества знаков.
  - в) Интуитивная понятность и скорость восприятия информации посетителем.

#### **6.2.2. Темы для эссе и аналитических записок:**

1. Этика заимствования и ремикса в визуальной культуре креативных индустрий: плагиат или homage?
2. Трансформация визуального языка музея в эпоху диджитализации: вызовы и возможности.
3. Визуальный смог в городской среде: причины, последствия и пути решения.
4. Анализ визуальной коммуникационной стратегии одного из российских креативных кластеров (например, «Севкабель Порт», «Винзавод»).

#### **6.2.4. Вопросы для подготовки к экзамену:**

1. Охарактеризуйте основные сектора креативных индустрий и место визуальных коммуникаций в каждом из них.
2. Раскройте понятие «визуальный нарратив». Приведите пример успешного визуального сторителлинга в рекламе или contemporary art.
3. Опишите этапы разработки комплексной системы визуальной идентичности (фирменного стиля).
4. Каковы ключевые отличия визуального контента для Instagram и для профессиональной платформы Behance?
5. Назовите основные принципы эргономики и юзабилити при проектировании визуальных интерфейсов. Примените их к анализу сайта музея или галереи.
6. Как оценить эффективность визуальной коммуникационной кампании? Предложите набор качественных и количественных KPI.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **7.1. Основная литература:**

1. Лебедев, А. Ководство. — М.: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2021.
2. Чернихов, Я.Г. Орнамент. Композиционно-классические построения. — М.: Стройиздат, 2022 (переизд.).
3. Лаптев, В.В. Изображение и слово в эволюции визуальной коммуникации. — СПб.: Алетейя, 2020.

### **7.2. Дополнительная литература:**

4. Флор, А. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. — М.: Классика-XXI, 2019.
5. Бергер, Дж. Искусство видеть. — М.: Клаудберри, 2021.
6. Дондерс, К. Культурные индустрии. — М.: Изд. дом ВШЭ, 2018.
7. Сборник «Визуальная культура в эпоху пост-интернета». — М.: Гаража, 2022.

### **7.3. Периодические издания:**

8. [«Кампус»](#)
9. [«Артхроника»](#)
10. [«Адмеллер»](#)
11. Журнал [«Как»](#)

### **7.4. Интернет-ресурсы:**

12. Behance (<https://www.behance.net/>)
13. Designspiration (<https://www.designspiration.com/>)
14. It's Nice That (<https://www.itsnicethat.com/>)
15. Strelka Mag (<https://strelkamag.com/ru>)

### **7.5. Программное обеспечение:**

- Пакет Adobe Creative Cloud (Photoshop, Illustrator, InDesign, Premiere Pro).
- Figma, Canva, Miro.
- Microsoft Office 365.

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для реализации дисциплины необходимы:

- **Лекционные аудитории**, оборудованные мультимедийным комплексом (проектор/интерактивная панель, экран, звуковая система).
- **Специализированный компьютерный класс** (не менее 15 рабочих мест) с мощными графическими станциями, лицензионным ПО (Adobe CS, Figma) и графическими планшетами.
- **Аудитория для проектной работы** со свободной рассадкой, маркерными досками, зоной для групповых обсуждений.
- **Фото- и видеооборудование** для практических занятий (зеркальные камеры, штативы, свет).
- **Стабильный высокоскоростной доступ в интернет (Wi-Fi)** на всей территории проведения занятий.
- **Библиотечный фонд и подписка** на профессиональные электронные базы данных и журналы.
- **Возможность организации выездных занятий** (выезд в музеи, галереи, креативные кластеры для натурального анализа визуальных коммуникаций).

Все помещения и оборудование соответствуют действующим санитарно-эпидемиологическим правилам и нормам пожарной безопасности.

## **9. ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

(Заполняется по мере необходимости)