

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского  
федерального университета

Дата подписания: 10.06.2024 13:18:20

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58464151704

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СЕВЕРОКАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

## **Методические указания**

по выполнению практических работ

по дисциплине

«Инфографика»

для студентов направления подготовки

54.03.01 Дизайн

направленность (профиль): графический дизайн

**ПЯТИГОРСК**

**2024**

## **Содержание**

Введение 3

Наименование практических занятий	4
Структура и содержание практических занятий	4
Практическое занятие 1. Инфографика	4
Практическое занятие 2. Типы инфографики	6
Практическое занятие 3. Формат инфографики	12
Практическое занятие 4. Формы подачи инфографики	15
Практическое занятие 5. Инфографика-резюме	16
Практическое занятие 6. Социальная инфографика	17
Практическое занятие 7. Рекламная инфографика	22

## ВВЕДЕНИЕ

### 1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель: - подготовка бакалавров, обладающих творческим мировоззрением, развитым творческим мышлением, путем передачи им знаний в области колористики, основанной на взаимодействии колористического и композиционного художественного творчества. А также получение знаний об основных материалах, различных техниках и способах организации гармоничных колоритов.

#### Задачи изучения дисциплины включают:

- практическое освоение средств и специфики формирования гармоничных колористических сочетаний.
- методов проектирования колоритов;
- освоение использования нормативного и справочного материалов;
- приобретение студентами навыков проектирования, анализа с целью отбора характерных элементов;
- выполнение творческих проектов.

#### Перечень осваиваемых компетенций:

Код	Формулировка
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

#### Знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: Методы системного подхода для решения поставленных задач с помощью цифровых и информационных технологий. Уметь: Осуществлять поиск информации, организовать личное цифровое пространство и применять цифровые технологии для обработки данных. Владеть: Цифровыми технологиями поиска информации и обработки данных.	УК-1

#### Наименование практических занятий

№ темы	Наименование работы	Объём часов	Форма проведения
<b>3 семестр</b>			
<b>Раздел 1. Предмет и задачи курса. Шрифты и вёрстка. Инфографика</b>			
1.	Тема 1. Инфографика	2	

2.	Тема 2. Типы инфографики	1,5	
<b>Раздел 2. Формат и формы подачи</b>			
	Тема 3. Формат инфографики	1,5	
	Тема 4. Формы подачи инфографики	1,5	
<b>Раздел 3. Виды инфографики</b>			
	Тема 5. Инфографика-резюме	3,5	
	Тема 6. Социальная инфографика	3,5	
	Тема 7. Рекламная инфографика		
	<b>Итого за 3 семестр</b>	13,5	

## СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

### Практическое занятие №1. Инфографика

**Цель:** овладение навыками для создания инфографики различного уровня сложности.

**Знать:** принципы создания статичной инфографики.

**Уметь:** применять полученные знания на практике

**Актуальность темы:** Организация содержательного пространства.

#### Теоретическая часть:

Основное понятие и сущность инфографики – сжатое донесение информации через визуализацию контента. То есть упрощение употребления информации. Назовём это фаст-фудом среди обучения. Но это не значит, что всё плохо. Наоборот в наше время клипового мышления, люди не хотят лишней раз напрягаться. Они хотят употреблять всё быстро и удобно. Поэтому такие “комиксы” – отличный способ достучаться до их сознания. Причём инфографика используется почти во всех сферах человеческой деятельности, где имеет место передача информации.

#### Практическая часть:

Разработка инфографики по выбору.



**Вопросы:**

1. Понятие инфографики.
2. Концепции создания инфографики.

### **Перечень основной литературы**

1. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование : учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. - 150 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-8154-0357-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> (02.03.2018).
- Корякина, Г.М. Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий : [16+] / Г.М. Корякина, С.А. Бондарчук ; Липецкий государственный педагогический университет имени П. П. Семенова-Тян-Шанского. – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018. – 93 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576869> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-88526-976-6. – Текст : электронный.

### **Дополнительная литература:**

- Основные средства моделирования художественных объектов : учебное пособие / Р.Р. Сафин, А.Р. Шайхутдинова, А.Н. Кузнецова, Л.В. Ахунова ; Министерство образования и науки России, Казанский национальный исследовательский технологический университет. - Казань : КНИТУ, 2017. - 88 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7882-2300-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561114>
- Ваншина, Е. Компьютерная графика: практикум / Е. Ваншина, Н. Северюхина, С. Хазова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург : ОГУ, 2014. – 98 с. : ил., табл. – Библиогр. В кн. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259364>

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»

### **Практическое занятие №2. Типы инфографики**

**Цель:** овладение навыками для создания инфографики различного уровня сложности.

**Знать:** принципы создания статичной инфографики.

**Уметь:** применять полученные знания на практике

**Актуальность темы:** Организация содержательного пространства.

### **Теоретическая часть:**

#### **1. Статистическая инфографика**

Один из самых распространенных видов инфографики — статистическая. Она хорошо работает, если вы сделали какое-нибудь уникальное отраслевое исследование, что само по себе отличный информационный повод.



Если СМИ заинтересуются вашим исследованием, то, наверняка, им пригодится и визуальная информация, одним из видов которой является инфографика. Статистическую инфографику можно направлять практически в любое издание, в независимости от его тематики и направленности.

## 2. Инфографика «Таймлайн»

Этот вид инфографики лучше всего подойдет для корпоративного блога и соцсетей. Для большинства изданий такая инфографика не представляет большого интереса. Какой смысл ставить таймлайн под вашим брендом, если СМИ и сами могут создать инфографику в виде таймлайна, если будет нужно. К тому же и вирусный эффект у инфографики-таймлайн небольшой, так что вряд ли у вас получится собрать много лайков на подобный контент.

Однако таймлайн может стать хорошим средством для ньюсджекинга. Возьмите какой-нибудь обсуждаемый феномен или тренд, имеющий отношение к вашей компании или отрасли, в которой вы работаете, и создайте инфографику. Разместите ее в соцсетях, пометив соответствующим хештегом, если дело происходит, например, в Twitter или Instagram.

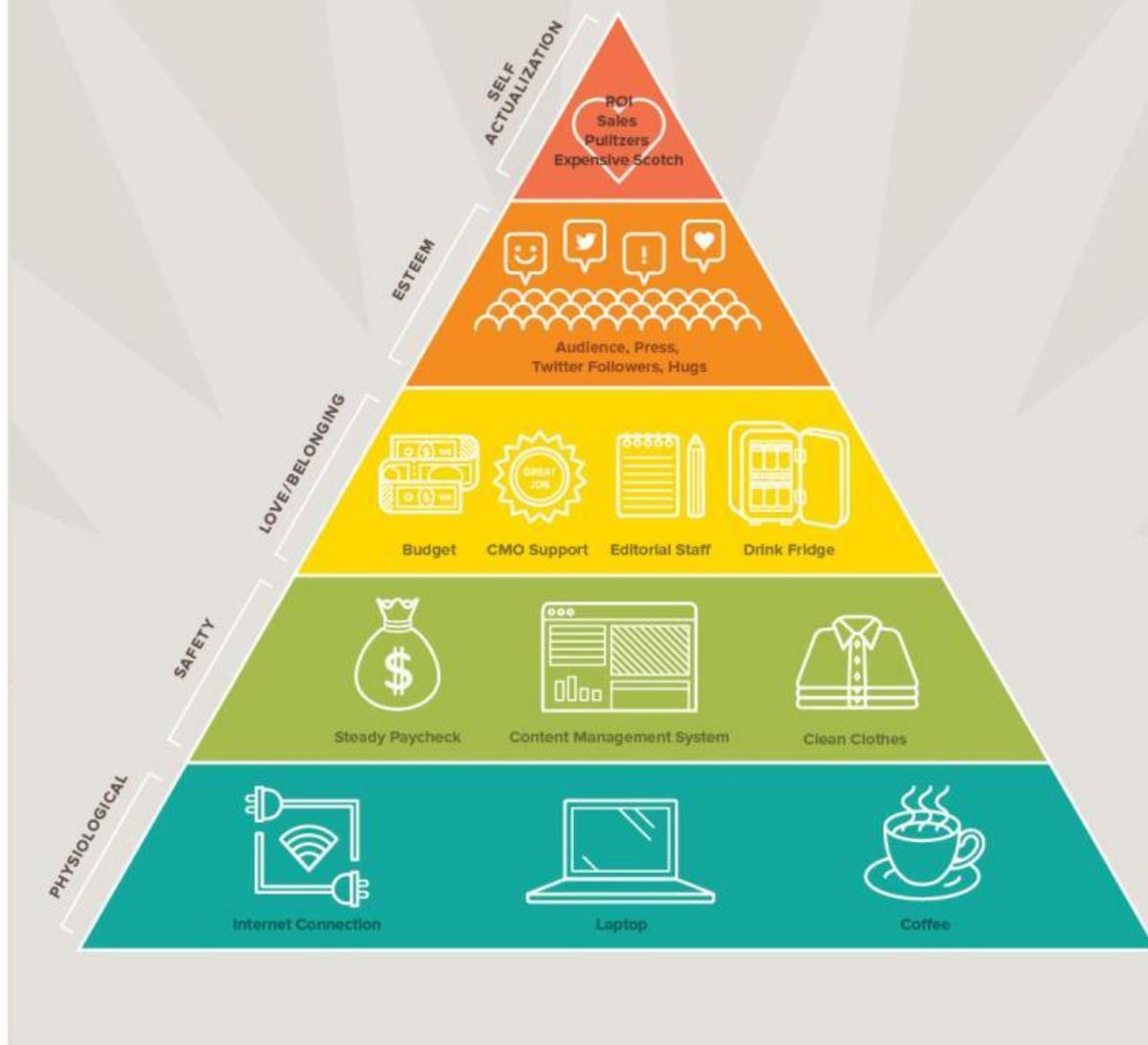
## 3. Инфографика «Карты»

Инфографика в виде карт обычно пользуется спросом для размещения в блогах и онлайн-СМИ, потому что там обычно много мелкой информации, которую лучше изучать в вебе. Однако если ваша инфографика-карта обозначает тенденцию и не требует детальных пояснений, можете смело использовать ее и для продвижения в соцсетях. Если в инфографике есть резонансный момент, она очень активно разоится по соцсетям.

## 4. Инфографика «Иерархия»

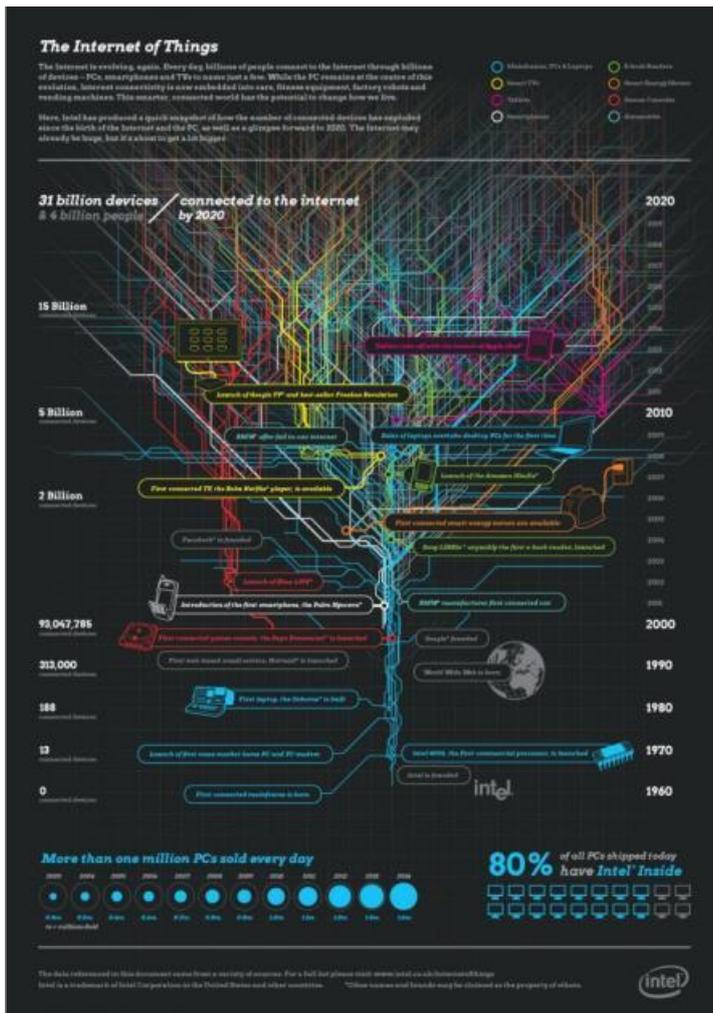
# MASLOW'S CONTENT MARKETING HIERARCHY OF NEEDS

PRESENTED BY CONTENTLY



Обычно такой вид инфографики используется в качестве статической — вывешивается на сайт в постоянный раздел. Это может быть описание каких-либо процессов или системы принятия решений в компании. В PR-целях она может пригодиться, пожалуй, для нужд внутреннего PR — чтобы погрузить в суть дела новых сотрудников или напомнить о порядках в компании, повесив такие схемы на рабочие места.

## 5. Инфографика «Матрица»

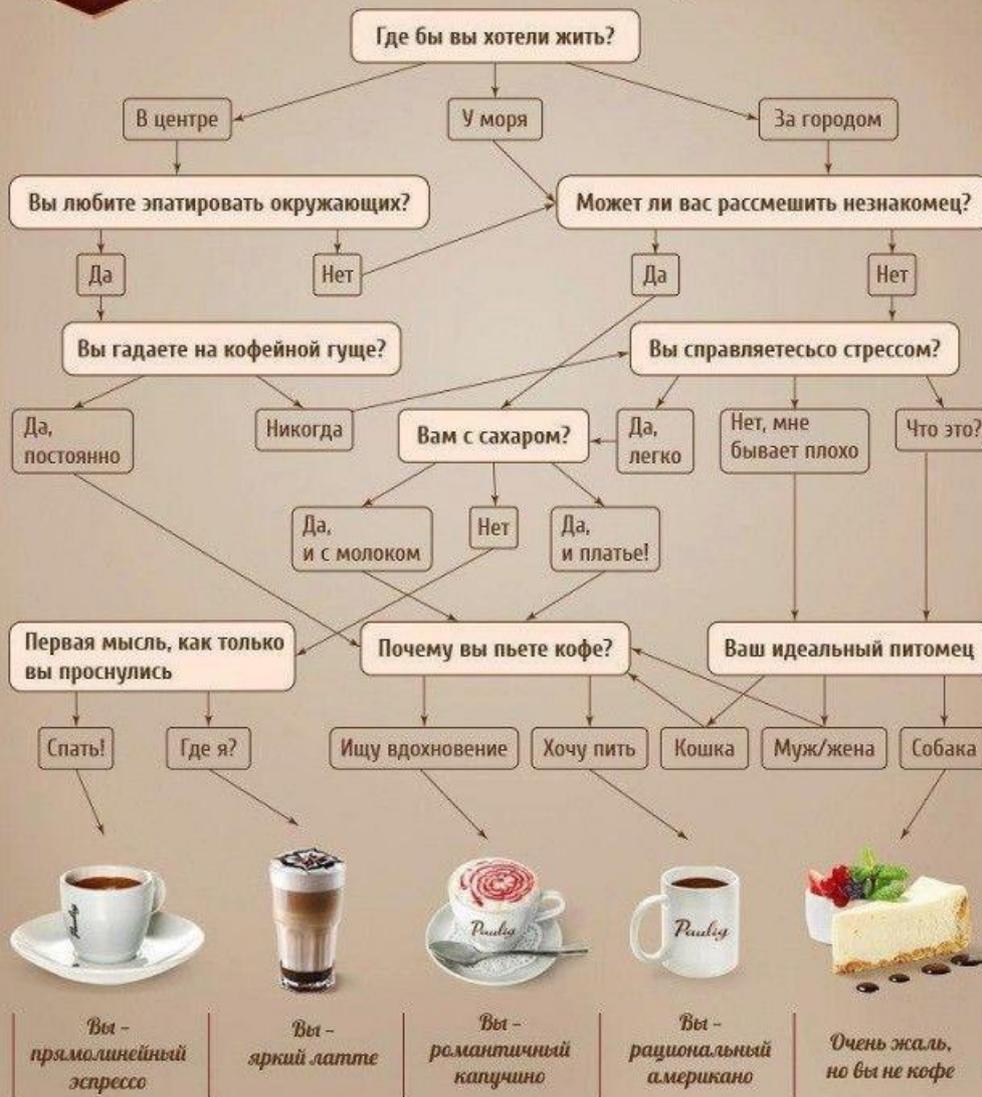


В такой инфографике обычно много разных данных, посвященных одной проблеме. Настолько много, что очень часто бывает сложно проследить логику. Поэтому используйте инфографики-матрицы осторожно. Ведь главная цель подобного контента — объяснить сложные данные и процессы в картинках.

## 6. Инфографика «Алгоритм»



# Какой вы кофе?



Инфографика в виде алгоритма обычно крайне увлекательна, и имеет главную задачу — развлечь. Мы последовательно выбираем один из нескольких ответов на вопросы, после чего цепочка ответов нас приводит к какому-то финальному выбору. Например, одно время была очень популярна инфографика о том, какой вы кофе. Информационного наполнения эта инфографика не несла никакого, однако вирусный эффект был впечатляющим: все хотели поделиться со своими друзьями тем, какой же они кофе (кстати, Pressfeed — прямолинейный эспрессо).

## 7. Фото-инфографика



Фото-инфографика чаще всего затевается в журналах. Инициировать создание инфографики в виде фото может как журнал, так и вы сами. Например, вы можете предложить сделать качественную фотографию. Даже если ссылку на вас не поставят, и лого в кадр не попадет, помощь редакции со сбором информации принесет вам бонусы в виде долгосрочных отношений.

## 8. Инфографика «Сравнение»

Один из самых распространенных видов инфографики — это сравнение. Мужчина-женщина, ипотека-аренда, инхаус или аутсорсинг. В инфографике-сравнении подробно разбираются аргументы за и против какого-то решения. Вариантов использования сравнения в PR-целях может быть два.

Первый — если ваша компания оказывает разные виды услуг, вы таким образом можете помочь клиенту с выбором. Например, если у вас юридическая фирма, оказывающая услуги по регистрации ООО и ИП, вы можете нарисовать инфографику о преимуществах и недостатках того и другого вида юрлица и приложить ее к вашему посту в блоге на соответствующую тему. Даже если картинка не будет вирусной, она поможет вашему потенциальному клиенту с выбором. Можно эту инфографику распечатать и повесить в офисе — и красиво, и познавательно.

Второй способ использования сравнения — это попытка прибавить доводов к своему комментарию в СМИ на острую тему. Допустим, наша непредсказуемая Госдума выдала какой-нибудь очередной запрещающий закон. Ваша компания сможет его прокомментировать, используя инфографику-сравнение. Например, принятие антитабачного закона: было-стало, доводы за и против.

## 9. Инфографика «Исследование»

# KLOUT

is one method of measuring your online influence, generating a score based on your performance across the social media networks you use.



The current average Klout user score is

40

Some Factors: Activity, Authenticity, Interaction, Social Reach & Network

## Authentic Earned Media



Klout is useful to brands, as it sells brands the chance to give specific influencers access to products.



Klout also capitalises on social networking's greatest asset: **Authentic Earned Media**. Authentic Earned Media accounts for 4x the users, time spent and clicks through than traditional paid adverts, at 20% the cost.



This is because **92%** of social media users trust the recommendations and opinions of friends, family and colleagues more than adverts or publications.

## High Impact: Top Klout Scores

**Barack Obama: 99**

President of the United States

**Lady Gaga: 94.9**

Musician

**Ellen DeGeneres: 94.7**

Talk show host

**Bill Gates: 93.6**

Founder of Microsoft

**Richard Branson: 92**

Founder/CEO of Virgin

Various Top Influencers on Klout

[scores accurate as of March 2014]

## Perks and Rewards



The rewards that Klout presents to high-ranking users (scores of 55+) are named Klout Perks. These both incentivise further use of Klout and

allow the influential users to effectively promote the products or services. These often vary between individual members based on their audience.



This is how brands can target specific demographics - key opinion formers hold significantly more influence than any amount of traditional marketing

The human connection has much more value than any faceless advert. Klout recognises this, utilising Perks to allow brands to interact with people with large networks - Those with high Klout scores - thus indirectly promoting their products and services via an established and trustworthy user.

## 6 Tips for Raising your Social Influence Success

### CREATE CONTENT WORTH SHARING

People only share content that is relevant or otherwise enjoyable. This may sound difficult, but there are simple ways to figure out what is really worth sharing:

- Is it relevant to your niche?
- Is it interesting (articles, quotes and images)?
- Can you talk on it further, or engage in discussion?

### CREATE DISCUSSIONS AND FOSTER COMMUNITIES

Social influence stems from you interacting with your audience and forming relationships. This can be as simple as wishing your followers a good weekend, or beginning a discussion on a relevant niche topic.

### INTERACT WITH INFLUENCERS

Retweeting or otherwise commenting on a given subject in direct communication with an existing influencer can establish a continuing interaction, resulting in them indirectly promoting you when responding to your discussion.

В инфографике-исследовании обычно встречаются сразу все виды данных. Эта такая огромная «портянка», которая читается только в вебе или только по частям, поэтому лучше быть с такой формой подачи информации аккуратным. Некоторые компании так хотят поделиться своими знаниями, что страшно мельчат, забывая о том, что не на всех ресурсах картинка может быть кликабельна.

### **Практическая часть:**

Разработка инфографики по выбору.

### **Вопросы:**

1. Инфографика - статья.
2. Дать описание типов инфографики.

### **Перечень основной литературы.**

1. Шумилов, К. А. Реалистичная визуализация в ArchiCAD : учебное пособие / К. А. Шумилов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019. — 143 с. — ISBN 978-5-9227-0981-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99314.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### **Перечень дополнительной литературы.**

1. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 303 с. — ISBN 978-5-4487-0267-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75951.html> . — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Крахоткина, Е. В. Моделирование и визуализация экспериментальных данных : учебное пособие (лабораторный практикум) / ред. Е. В. Крахоткина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 125 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92565.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»

### **Практическое занятие №3. Формат инфографики**

**Цель:** овладение навыками для создания инфографики различного уровня сложности.

**Знать:** принципы создания статичной инфографики.

**Уметь:** применять полученные знания на практике

**Актуальность темы:** Организация содержательного пространства.

### **Перечень основной литературы.**

2. Шумилов, К. А. Реалистичная визуализация в ArchiCAD : учебное пособие / К. А. Шумилов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019. — 143 с. — ISBN 978-5-9227-0981-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99314.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### **Теоретическая часть:**

#### **Форматы инфографики**

Инфографика сегодня занимает очень много места в информационном пространстве. Например, социальные медиа: блогеры и модераторы пабликов в соцсетях могут очень заметно повысить трафик своих страниц благодаря размещению вирусного контента – инфографики. Яркая информативная картинка работает лучше, нежели пространные

рассуждения и длинные посты – это стало понятно всем.



В том числе и маркетологам: из социальных медиа инфографика перекочевала в бизнес и уже успела стать повальным трендом, показателем хорошо вкуса и соответствия тенденциям сегодняшнего дня. Как только в компаниях появляются интересные данные, которые можно опубликовать, тем самым привлекая новых покупателей и повышая лояльность потребителей к бренду – информацию сразу стараются визуализировать и «запаковать» в инфографику. Вот только иногда возникает вопрос: какой формат для инфографики выбрать?

Формат инфографики: что это?

Мы привыкли говорить, что инфографика – это изображение, картинка. Но исчерпывающее ли это обозначение? Имеет ли инфографика другие форматы, помимо привычных расширений для графических файлов?

Оказывается, да: инфографика может быть не только статичной (картинка), но и динамичной (видео, анимация, интерактивная страница в интернете).

Но перед тем как приступить к обсуждению форматов инфографики, давайте все-таки разберемся, что же такое формат: это определенная структура информационного файла, способ его прочтения и редактирования. То есть, выбор формата будет определять такие обстоятельства использования инфографики:

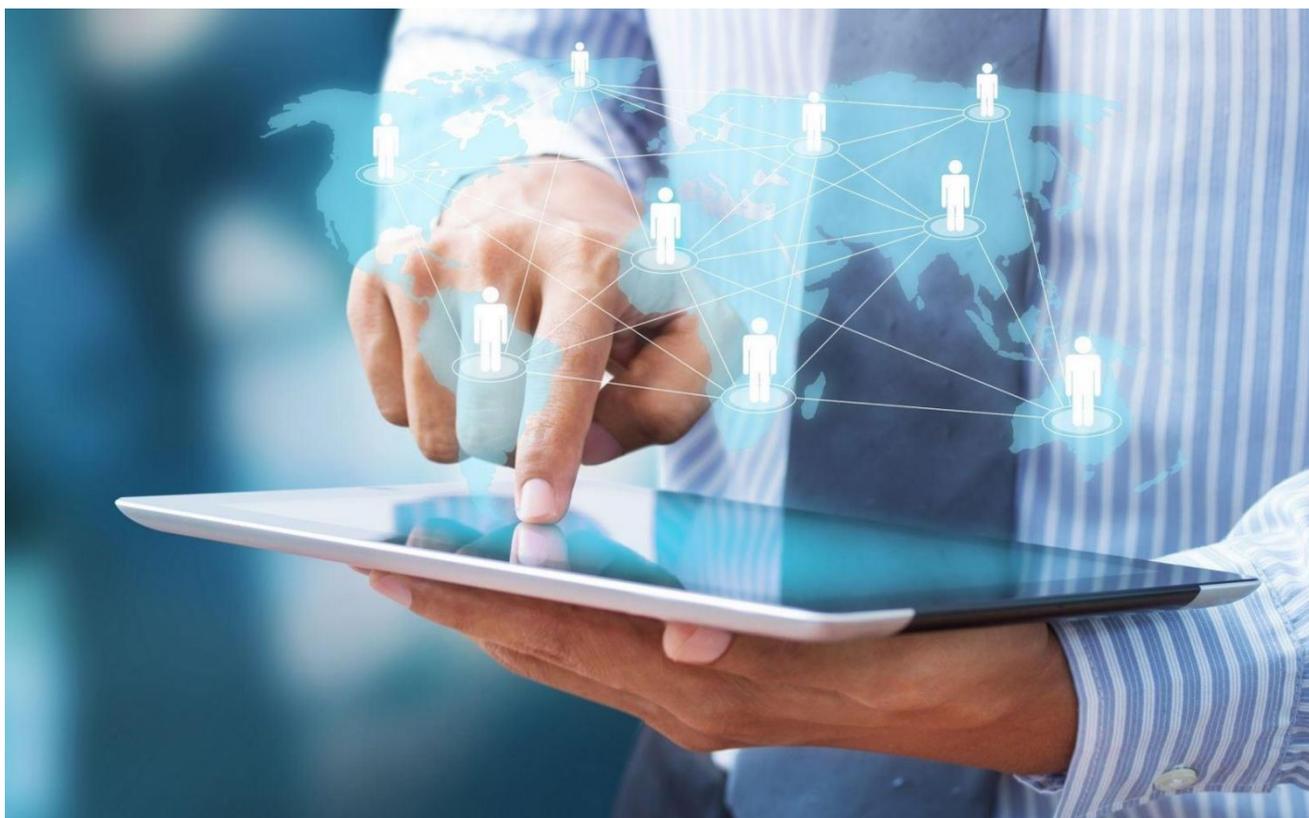
Выбор устройства, на котором будет демонстрироваться инфографика.

Определение целевой аудитории и информационного канала, по которому будет транслироваться сообщение с инфографикой.

Способ ознакомления реципиента с сообщением и количество времени, потраченного на это.

**Форматы инфографики:** изображение

Изображение (картинка, графический файл) – это одна из первых и самая распространенная форма подачи инфографики. JPEG, PNG, WebP, SVG и многие другие – это расширения для графических файлов, которые следует выбирать исходя из технических характеристик и потребностей автора, качества изображения, его веса, возможности отображения на различных устройствах и в программах.



Инфографика в формате изображения статична, она показывает предметы и взаимосвязи между ними, но не так хорошо демонстрирует процессы, изменения и прочую динамику.

**Форматы инфографики: слайд-шоу**

Этот формат инфографики используется в таких случаях:

Когда невозможно вместить весь массив данных в одну картинку, для передачи большого количества информации.

Для постепенной демонстрации изменений, отображающихся с каждым новым слайдом.

Для использования в презентациях компаний и их товаров (услуг).

Лучше всего такие слайд-шоу создавать в программе Power point (файл будет иметь расширение ppt).

**Форматы инфографики: видео**

Довольно новый формат инфографики, который становится все более востребованным в бизнесе. Очень динамичный продукт, который помогает легко донести информацию до реципиента и заставляет запомнить компанию или продукт: в кадре видеоролика человек видит движущиеся картинки и символы, которые воспринимаются очень хорошо, оставаясь в памяти надолго. То есть, видео инфографика – это отображение важных данных в виде знаков и букв, которое сопровождает видеоряд.

Какой бы формат инфографики вы ни выбрали для своего бизнеса – классическое изображение или модное видео – качественно, недорого и быстро его может выполнить команда профессионалов из бюро презентаций Powers.

**Практическая часть:** выполнить упражнения на заданную тему

**Вопросы:**

1. Инфографика и визуальные коммуникации.
2. Формат инфографики.

**Перечень дополнительной литературы.**

1. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 303 с. — ISBN 978-5-4487-0267-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75951.html> . — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Крахоткина, Е. В. Моделирование и визуализация экспериментальных данных : учебное пособие (лабораторный практикум) / ред. Е. В. Крахоткина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 125 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92565.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей  
Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks

2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»

#### **Практическое занятие №4. Формы подачи инфографики**

**Цель:** овладение навыками для создания инфографики различного уровня сложности.

**Знать:** принципы создания статичной инфографики.

**Уметь:** применять полученные знания на практике

**Актуальность темы:** Организация содержательного пространства.

#### **Теоретическая часть:**

Инфографика хороша для случаев, когда нужно объяснить работу сложной системы и продемонстрировать последовательность действий. Для этого нужно разбить процесс на последовательные этапы и подобрать понятные визуальные образы к каждому из них. В поисках способов продемонстрировать процесс взаимодействия с вашим продуктом читайте также статью «Как привлечь и удержать клиента: рабочие техники онбординга». Если хотите научиться представлять сложную последовательность в инфографике онлайн, потренируйтесь на простых шаблонах. Например, следующий рассказывает о четырех этапах жизненного цикла бабочек.

#### **Практическая часть:**

Выполнение упражнений на заданную тему

#### **Вопросы:**

Шрифт. Определение. Назвать термины, используемые для описания структуры и размеров шрифта.

#### **Перечень основной литературы.**

1. Шумилов, К. А. Реалистичная визуализация в ArchiCAD : учебное пособие / К. А. Шумилов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019. — 143 с. — ISBN 978-5-9227-0981-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99314.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### **Перечень дополнительной литературы.**

1. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 303 с. — ISBN 978-5-4487-0267-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR

BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75951.html> . — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Крахоткина, Е. В. Моделирование и визуализация экспериментальных данных : учебное пособие (лабораторный практикум) / ред. Е. В. Крахоткина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 125 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92565.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»

### **Практическое занятие №5. Инфографика-резюме**

**Цель:** овладение навыками для создания инфографики различного уровня сложности.

**Знать:** принципы создания статичной инфографики.

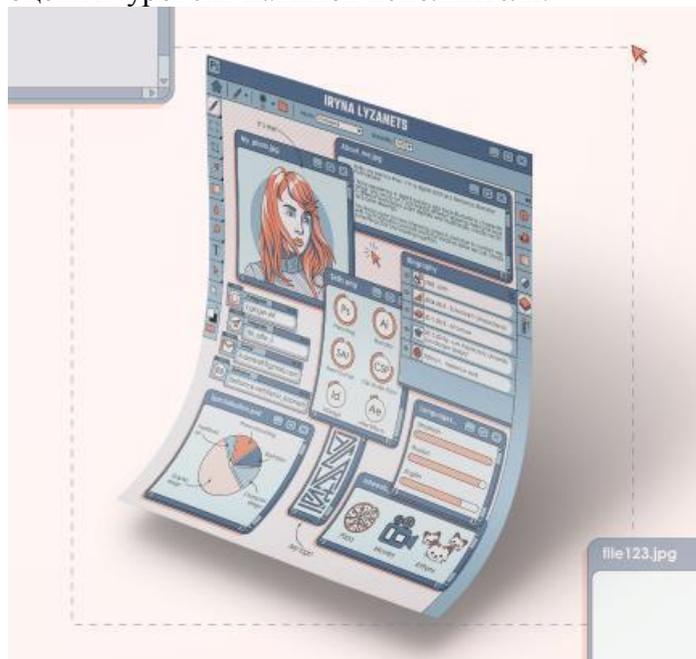
**Уметь:** применять полученные знания на практике

**Актуальность темы:** Организация содержательного пространства.

#### **Теоретическая часть:**

Идея оформить резюме в инфографике подойдет тем, кому необходимо продемонстрировать креативные навыки — маркетологам, дизайнерам, иллюстраторам. Его можно добавить в портфолио, прикрепить к письму с откликом на вакансию или разместить на персональном сайте.

Графический дизайнер и иллюстратор Ирина Лизанец отрисовала резюме в виде окна редактора Photoshop с отдельными вкладками. Информацию о себе поддержала элементами графики, добавила персональный лого и иллюстрацию-автопортрет вместо фото. Потенциальному работодателю достаточно одного взгляда на такое резюме, чтобы оценить уровень навыков исполнителя.



Как правило, HR-менеджеры уделяют изучению резюме одного кандидата всего пару минут. Креативное резюме с инфографикой поможет выделиться и запомниться.

### **Практическая часть:**

Выполнение упражнений на заданную тему

### **Вопросы:**

Семантика цвета, цветовые ассоциации.

### **Перечень основной литературы.**

1. Шумилов, К. А. Реалистичная визуализация в ArchiCAD : учебное пособие / К. А. Шумилов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019. — 143 с. — ISBN 978-5-9227-0981-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99314.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### **Перечень дополнительной литературы.**

1. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 303 с. — ISBN 978-5-4487-0267-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75951.html> . — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Крахоткина, Е. В. Моделирование и визуализация экспериментальных данных : учебное пособие (лабораторный практикум) / ред. Е. В. Крахоткина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 125 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92565.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»

### **Практическое занятие №6. Социальная инфографика**

**Цель:** овладение навыками для создания инфографики различного уровня сложности.

**Знать:** принципы создания статичной инфографики.

**Уметь:** применять полученные знания на практике

**Актуальность темы:** Организация содержательного пространства.

### **Теоретическая часть:**

Беженцы и иммигранты



Для этого раздела инфографики выбраны традиционные образы того народа, о котором идет рассказ, которые были очень удачно преобразованы в диаграммы.



## Здоровье и здравоохранение

Для создания таких замысловатых и необычных диаграмм, автор специально несколько недель провел на фармацевтическом факультете Копенгагенского университета с целью вырастить колонии микроорганизмов и добиться необходимых размеров (под нужные статистические данные). В этой части затронуты проблемы, связанные с вирусом гриппа H1N1.





### Закон и порядок

Основная идея — рассказать о бандитских группировках и территориях их активных действий в городе. Возможно, эта инфографика сможет привлечь внимание правоохранительных органов к этой проблеме. Удачно была выбрана барьерная лента, для точного отображения территории и выделения ее на фоне основной карты.





### Подача и оформление

В качестве “книги” для подачи всех работ был выбран обыкновенный ежедневник, в котором помимо описанных выше работы были собраны различные факты и интересные представления информации на каждый день.



При таком стилистическом оформлении есть возможность рядом с каждой диаграммой или картинкой на противоположной стороне разместить достаточное количество текста для тех, кто хочет поподробнее ознакомиться с проблемой.



Кроме того использована двусторонняя печать, поэтому информацию удалось разместить довольно компактно с использованием минимального количества бумаги для печати.

### **Практическая часть:**

Выполнение упражнений на заданную тему

### **Вопросы:**

Продемонстрировать технические приемы растрового редактирования.

### **Перечень основной литературы.**

1. Шумилов, К. А. Реалистичная визуализация в ArchiCAD : учебное пособие / К. А. Шумилов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019. — 143 с. — ISBN 978-5-9227-0981-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99314.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### **Перечень дополнительной литературы.**

1. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 303 с. — ISBN 978-5-4487-0267-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75951.html> . — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Крахоткина, Е. В. Моделирование и визуализация экспериментальных данных : учебное пособие (лабораторный практикум) / ред. Е. В. Крахоткина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 125 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92565.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line».

### **Практическое занятие №7. Рекламная инфографика**

**Цель:** овладение навыками для создания инфографики различного уровня сложности.

**Знать:** принципы создания статичной инфографики.

**Уметь:** применять полученные знания на практике

**Актуальность темы:** Организация содержательного пространства.

Теоретическая часть:

Создаётся компаниями для продвижения своего продукта. Яркая картинка с описанием достоинств товара и выгод от покупки. Может привлечь клиентов, если сделана хорошо — то есть сочетает грамотный маркетинг и удачный дизайн.

# ПОЧЕМУ TOYOTA ВЫГОДНО ПОКУПАТЬ СЕЙЧАС?



СТРЕМИТЬСЯ  
К ЛУЧШЕМУ

Смотрите сами на примере Land Cruiser 200.  
Приезжайте в автоцентр, чтобы успеть  
заказать автомобили выгодно!

TOYOTA LAND CRUISER 200 ПО КУРСУ 1\$=31Р



Акция на покупку автомобиля, оформленная в виде инфографики

## Практическая часть:

Выполнение упражнений на заданную тему

## Вопросы:

### Перечень основной литературы

1. Шумилов, К. А. Реалистичная визуализация в ArchiCAD : учебное пособие / К. А. Шумилов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019. — 143 с. — ISBN 978-5-9227-0981-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99314.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### Перечень дополнительной литературы

1. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 303 с. — ISBN 978-5-4487-0267-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75951.html> . — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Крахоткина, Е. В. Моделирование и визуализация экспериментальных данных : учебное пособие (лабораторный практикум) / ред. Е. В. Крахоткина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 125 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92565.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»

