

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 30.01.2026 12:55:06

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

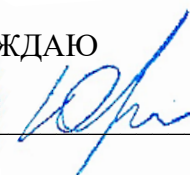
**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«04» февраля 2025 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.О.16 ПСИХОЛОГИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**Для направления подготовки:**

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

**Тип задач профессиональной деятельности:**

организационно-управленческий

**Направленность (профиль):**

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»


**Форма обучения:**

очная

**Москва – 2025**

Разработчик (и): Матюшкин Вадим Сергеевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«20» января 2025 г.

  
(подпись)

/В.С. Матюшкин /

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1015 от 13.08.2020г.

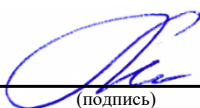
СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ

  
(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой  
разработчика РПД

  
(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры №6 от «22» января 2025 г.

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** формирование у обучающихся структурированных знаний в области психологии потребительского поведения и навыков ее практического использования в процессе проектирования пользовательских интерфейсов.

**Задачи:**

- формирование представлений об особенностях пользовательского опыта как критерия успешности коммерческого продукта;
- формирование первичных знаний в области гештальт-психологии;
- формирование представлений о ментальных моделях в UX и дизайнерских мануалах;
- формирование пространственных представлений, навыков применения цвета и форм в дизайне.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

### 2.1. Место дисциплины в учебном плане:

**Блок:** Блок 1. Дисциплины (модули).

**Часть:** Обязательная часть.

**Осваивается:** 4 семестр.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОПК-3** - способен выполнять поисковые эскизы изобразительными средствами и способами проектной графики; разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления)

**ОПК-5** Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<b>ОПК-3</b> Способен выполнять поисковые эскизы изобразительными средствами и способами проектной графики; разрабатывать проектную идею, основанную на	<b>ОПК-3.3.</b> Выполняет поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим	<b>Знает:</b> технику выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека

<p>концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления)</p>	<p>потребностям человека</p>	<p><b>Умеет:</b> выполнять поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека</p> <p><b>Владеет:</b> техникой выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека</p>
<p><b>ОПК-5</b> Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p>	<p><b>ОПК-5.1.</b> Изучает, анализирует и систематизирует информацию по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения</p>	<p><b>Знает:</b> сущность выставок, конкурсов, фестивалей и других творческих мероприятий</p> <p><b>Умеет:</b> анализировать и систематизировать информацию по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения</p> <p><b>Владеет:</b> навыком анализа и систематизации информации по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения</p>
	<p><b>ОПК-5.2.</b> Демонстрирует знания по организации, проведению и участию в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p>	<p><b>Знает:</b> процедуру организации, проведения и участия в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p> <p><b>Умеет:</b> самостоятельно организовать, провести и принять участие в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p> <p><b>Владеет:</b> навыком самостоятельного проведения и участия в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p>

## 5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ

## УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Психология визуальных коммуникаций» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
<b>Аудиторные занятия</b>	<b>36</b>
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные работы	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>72</b>
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
Вид	Зачёт с оценкой – 4 семестр
Трудоемкость (час.)	-
<b>Общая трудоемкость з.е. / часов</b>	<b>3 з.е. / 108 час.</b>

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Проблемы и технологии привлечения внимания к рекламному сообщению	2	2	-	8
2	Проблемы и технологии удержания внимания на рекламном сообщении	2	2	-	8
3	Проблемы и технологии обеспечения быстрого и однозначного понимания рекламного сообщения	2	2	-	8
4	Проблемы и технологии обеспечения запоминаемости рекламного сообщения	2	2	-	8
5	Креативные технологии влияния на мотивацию потребителя в рекламе	2	2	-	8
6	Психографические сегменты и потребительский инсайт	2	2	-	8
7	Модель «потребителя-гедониста» в рекламной деятельности	2	2	-	8
8	Модель «потребителя инстинктивного» в рекламной деятельности	2	2	-	8

9	Модели потребителя разумного и ценностно-ориентированного	2	2	-	8
<i>Итого</i>		18	18	-	72
<i>Форма контроля</i>		<i>зачёт с оценкой</i>			-
<b>Всего по дисциплине</b>		<b>108 / 3 з.е.</b>			

## СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

### ***Тема 1. Проблемы и технологии привлечения внимания к рекламному сообщению***

Характеристики информационного шума. Основные способы привлечения внимания – стопперы: движение; интенсивность раздражителя; неожиданность, несоответствие ожиданиям; провокация, несоответствие нормам; значимость стимула (стоппера) для потребителя.

### ***Тема 2. Проблемы и технологии удержания внимания на рекламном сообщении***

Роль, которую играет удержание внимания в запоминаемости рекламы. Интерес как основная причина удержания внимания. Основные средства удержания внимания: необычные визуальные решения; необычные сюжетные линии; непонятный, незнакомый текст. Технологии управления вниманием: резкость, освещённость, размер, яркость, а также направление взгляда. Введение в трансное состояние как средство удержания внимания.

### ***Тема 3. Проблемы и технологии обеспечения быстрого и однозначного понимания рекламного сообщения***

Семиотика. Два типа знаковой системы по Р. Барту. Способ достижения однозначности восприятия с помощью текста. Символическая роль цвета в достижении однозначного понимания рекламы. Интерференция. Явление гештальта, его влияние на восприятие текста рекламы, логотипов и контуров знакомых объектов. Формальный и неформальный баланс композиции как способы дополнительного усиления сообщения.

### ***Тема 4. Проблемы и технологии обеспечения запоминаемости рекламного сообщения***

Проблемы и тенденции запоминаемости рекламы. Основные закономерности хорошего запоминания: высокий уровень GRP, частота упоминания марки в рекламе; размер рекламного объявления и время рекламного ролика; яркость рекламы и эмоциональная насыщенность. Необходимое и достаточное количество повторов рекламы. Запоминаемость незавершённых реклам, в том числе тизерной кампании.

### ***Тема 5. Креативные технологии влияния на мотивацию потребителя в рекламе***

Медийная и креативные стратегии позиционирования не бренда, а его атрибутов: отличие, уместность, эффективность. Креатив при позиционировании полезного для потребителя свойства товара. Креатив при позиционировании приятного, хоть и бесполезного для потребителя свойства товара. Креатив при позиционировании способности товара влиять на имидж потребителя или на его стиль жизни. Креатив при позиционировании способности товара помочь потребителю в его личной жизни.

### ***Тема 6. Психографические сегменты и потребительский инсайт***

Методы сегментирования: VALS и Censydiam Model. Потребительский инсайт как основа разработки рекламного продукта и его обоснования. Методы получения потребительского инсайта. Однозначное послание как рекламный продукт. Виды однозначного послания и их связь с потребительским инсайтом.

### **Тема 7. Модель «потребителя-гедониста» в рекламной деятельности**

Лео Барнет: «Внутренний драматизм продукта». Фуд-стайл и его роль в рекламных демо-кадрах. Принципы бихевиоризма в рекламе. Концепция безразличного потребителя М. Дымшица. Сенсорный маркетинг и принципы синестезии. Классическое обусловливание.

### **Тема 8. Модель «потребителя инстинктивного» в рекламной деятельности**

Идеи З.Фрейда и Э.Дихтера в рекламе. Проективные методики разработки и анализа рекламного сообщения. Ранговые сегменты потребителей и различия в предпочтениях восприятия рекламных образов. Роль эмоций в принятии решения о рациональной покупке. Теория Эрика Де Плюсси.

### **Тема 9. Модели потребителя разумного и ценностно-ориентированного**

Теория когнитивных ресурсов и ее роль в разработке рекламного сообщения. Р. Ривз и концепция УТП как основы разработки рекламного слогана. Концепция имиджевой рекламы Д.Огилви. Система VALS как способ сегментирования потребителей по ценностям.

## **7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ**

Курсовая работа не предусмотрена

## **8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.**

## **9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

### **9.1. Рекомендуемая литература:**

1. Казарина, Т. Ю. Цветоведение и колористика : практикум / Т. Ю. Казарина ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2017. – 36 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=472625](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=472625)
2. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=443847](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847)
3. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 280 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=112324](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=112324)
4. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 336 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=684529](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684529)
5. Мандель, Б. Р. Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений (бакалавриат, магистратура) : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 382 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=270327](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=270327)
6. Макашев, М. О. Бренд : учебное пособие / М. О. Макашев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 208 с.

## **9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.**

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

## **9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://www.novate.ru> - интернет-проект о дизайне
10. <http://www.revision.ru> - Re:vision. Следим за дизайном с 1999 года
11. <http://www.kulturologia.ru> - изобразительное искусство, дизайн, архитектура, фото
12. <http://www.logobank.ru/> - Каталог логотипов и знаков
13. <https://infoselection.ru/infokatalog/dom-nedvizhimost/interer-i-mebel/item/543-izdaniya-p-o-arkhitecture-intereru-i-dizajnu-katalog-obzor> - журналы по архитектуре, интерьеру и дизайну
14. <http://kak.ru> - журнал о дизайне
15. <http://www.adme.ru/> - креативная реклама
16. <http://infographicsmag.ru> - сайт журнала «Инфографика»
17. <https://peopleofdesign.ru/> - блог о дизайне
18. <https://www.smashingmagazine.com/> - блог о дизайне



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

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

### **№ 423**

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

### **№ 402**

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

## **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл

прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

### ***Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины***

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

*Для лиц с нарушениями зрения:*

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

*Для лиц с нарушениями слуха:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

*Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

Факультет управления бизнесом

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)

**Б1.О.16 ПСИХОЛОГИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**Для направления подготовки:**

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

**Тип задач профессиональной деятельности:**

организационно-управленческий

**Направленность (профиль):**

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»

**Форма обучения:**

очная

**Москва – 2025**

**Результаты обучения по дисциплине**

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<b>ОПК-3</b> Способен выполнять поисковые эскизы изобразительными средствами и способами проектной графики; разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления)	<b>ОПК-3.3.</b> Выполняет поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека	<b>Знает:</b> технику выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека <b>Умеет:</b> выполнять поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека <b>Владеет:</b> техникой выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека
<b>ОПК-5</b> Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях	<b>ОПК-5.1.</b> Изучает, анализирует и систематизирует информацию по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения	<b>Знает:</b> сущность выставок, конкурсов, фестивалей и других творческих мероприятий <b>Умеет:</b> анализировать и систематизировать информацию по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения <b>Владеет:</b> навыком анализа и систематизации информации по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения
	<b>ОПК-5.2.</b> Демонстрирует знания по организации, проведению и участию в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях	<b>Знает:</b> процедуру организации, проведения и участия в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях <b>Умеет:</b> самостоятельно организовать, провести и принять участие в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях <b>Владеет:</b> навыком самостоятельного проведения и участия в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях

### *Показатели оценивания результатов обучения*

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<p><b>Не знает:</b> технику выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека</p> <p><b>Не умеет:</b> выполнять поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека</p> <p><b>Не владеет:</b> техникой выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека</p>	<p><b>В целом знает:</b> технику выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека, но допускает грубые ошибки</p> <p><b>В целом умеет:</b> выполнять поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека, но часто испытывает затруднения</p> <p><b>В целом владеет:</b> техникой выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека, но часто испытывает затруднения</p>	<p><b>Знает:</b> технику выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека, но иногда допускает ошибки</p> <p><b>Умеет:</b> выполнять поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека, но иногда испытывает затруднения</p> <p><b>Владеет:</b> техникой выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека, но иногда испытывает затруднения</p>	<p><b>Знает:</b> технику выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека</p> <p><b>Умеет:</b> выполнять поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека</p> <p><b>Владеет:</b> техникой выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека</p>
<p><b>Не знает:</b> сущность выставок, конкурсов, фестивалей и других творческих мероприятий</p> <p><b>Не умеет:</b> анализировать и систематизировать информацию по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения</p> <p><b>Не владеет:</b> навыком анализа и систематизации информации по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения</p>	<p><b>В целом знает:</b> сущность выставок, конкурсов, фестивалей и других творческих мероприятий, но допускает грубые ошибки</p> <p><b>В целом умеет:</b> анализировать и систематизировать информацию по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения, но часто испытывает затруднения</p> <p><b>В целом владеет:</b> навыком анализа и систематизации информации по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения, но часто испытывает затруднения</p>	<p><b>Знает:</b> сущность выставок, конкурсов, фестивалей и других творческих мероприятий, но иногда допускает ошибки</p> <p><b>Умеет:</b> анализировать и систематизировать информацию по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения, но иногда испытывает затруднения</p> <p><b>Владеет:</b> навыком анализа и систематизации информации по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения, но иногда испытывает затруднения</p>	<p><b>Знает:</b> сущность выставок, конкурсов, фестивалей и других творческих мероприятий</p> <p><b>Умеет:</b> анализировать и систематизировать информацию по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения</p> <p><b>Владеет:</b> навыком анализа и систематизации информации по выставкам, конкурсам, фестивалям и другим творческим мероприятиям для их организации и проведения</p>
<p><b>Не знает:</b> процедуру</p>	<p><b>В целом знает:</b> процедуру организации,</p>	<p><b>Знает:</b> процедуру организации,</p>	<p><b>Знает:</b> процедуру организации, проведения</p>

<p>организации, проведения и участия в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p> <p><b>Не умеет:</b> самостоятельно организовать, провести и принять участие в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p> <p><b>Не владеет:</b> навыком самостоятельного проведения и участия в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p>	<p>проведения и участия в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях, но допускает грубые ошибки</p> <p><b>В целом умеет:</b> самостоятельно организовать, провести и принять участие в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях, но часто испытывает затруднения</p> <p><b>В целом владеет:</b> навыком самостоятельного проведения и участия в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях, но часто испытывает затруднения</p>	<p>проведения и участия в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях, но иногда допускает ошибки</p> <p><b>Умеет:</b> самостоятельно организовать, провести и принять участие в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях, но иногда испытывает затруднения</p> <p><b>Владеет:</b> навыком самостоятельного проведения и участия в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>и участия в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p> <p><b>Умеет:</b> самостоятельно организовать, провести и принять участие в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p> <p><b>Владеет:</b> навыком самостоятельного проведения и участия в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p>
--	---	---	--

### *Оценочные средства*

#### Задания для текущего контроля

#### **Пример теста:**

1. Время достижения цели — это функция расстояния до цели и её размера, это закон:
  - а) Фиттса;
  - б) Хика;
  - в) Якоба;
  - г) близости.
2. Пользователи проводят большее количество времени на других сайтах, это проявление закона:
  - а) Фиттса;
  - б) Хика;
  - в) Якоба;
  - г) близости.
3. Закон прегнантности гласит:
  - а) близкие друг к другу объекты воспринимаются в группе;
  - б) люди будут воспринимать и интерпретировать неоднозначные или сложные изображения в самой простой форме;
  - в) любая задача занимает все отведенное на неё время;
  - г) для любой системы существует определенное количество сложности, которое нельзя сократить.
4. Эффект Фон Ресторффа проявляется в том, что:
  - а) время принятия решения возрастает с увеличением количества и сложности вариантов выбора;

- б) пользователи лучше всего запоминают первые и последний объекты в серии;
- в) в среднем, человек может удержать в памяти  $7 \pm 2$  элемента в своей рабочей памяти;
- г) при наличии большого числа похожих объектов вероятнее всего запомнится тот, что отличается от остальных.

5. Закон Теслера был утвержден в:

- а) середине 1960-х;
- б) середине 1970-х;
- в) середине 1980-х;
- г) середине 1990-х.

6. К основополагающим идеям гештальта не относится:

- а) появление или проявление;
- б) содержательность;
- в) воплощение и обобществление;
- г) множественная стабильность.

7. Множественная стабильность (мультистабильность) предполагает:

- а) наличие двойного смысла у изображения;
- б) изображение только части объекта;
- в) распознавание целого раньше, чем его составляющих частей;
- г) узнавание объектов вне зависимости от их положения, различного масштаба или других факторов.

8. Нашему мозгу удобнее воспринимать легкие простые уравновешенные фигуры, чем сложные, композитные, это принцип:

- а) фигура/фон;
- б) симметрии;
- в) содержательности;
- г) близости.

9. Упорядочивание объектов определенным способом для легкого восприятия подразумевает принцип:

- а) фигура/фон;
- б) симметрии;
- в) содержательности;
- г) близости.

10. Принцип замкнутости гласит, что:

- а) два и более объединенных одной линией объекта будут восприниматься как более тесно связанные, по сравнению с другими объектами, находящимися в той же области;
- б) объединить объекты можно за счет общих областей;
- в) чем ближе друг к другу находятся определенные объекты, тем легче они воспринимаются как группа;
- г) любой образ должен быть завершенным.

11. Допустимые гармоничные сочетания, определяются по цветовому кругу Гете:

- а) по прямому углу;
- б) по углам треугольника;
- в) по прямой;
- г) по косой.



12. Чем сильнее естественный свет:

- а) тем ярче любой цвет;
- б) любой цвет приобретает голубоватый оттенок;
- в) все цвета выглядят естественнее;
- г) все цвета желтеют.

13. Гармоничные сочетания из 2, 3 и 4-х цветов, по цветовому кругу Гете, определяются:

- а) под углом 90 градусов;
- б) по равнобедренному треугольнику;
- в) по прямой;
- г) под острым углом.

14. Особенность растровой графики:

- а) при увеличении изображения появляется зернистость;
- б) при изменении картинки изображение не теряет своего качества;
- в) при уменьшении изображения появляется зернистость;
- г) изображение нельзя изменить.

15. Цвета белый, черный и все оттенки серого называются:

- а) хроматическими;
- б) ахроматическими;
- в) бесцветными;
- г) свободными.

16. Основные недостатки растрового формата:

- а) искажение картинки при масштабировании;
- б) невозможность изменить картинку;
- в) уменьшение яркости изображения;
- г) при уменьшении изображения теряется яркость.

17. Векторный способ кодирования изображения:

- а) представление изображения в виде простых геометрических фигур;
- б) представление изображения в компьютере в виде физических формул;
- в) представление изображения в компьютере в виде множества точек;
- г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.

18. На расстоянии все предметы кажутся голубоватыми, с увеличением расстояния:

- а) светлые предметы несколько темнеют, а темные смягчаются и светлеют;
- б) светлые предметы несколько желтеют, темные темнеют еще больше;
- в) светлые предметы становятся светлее, темные - темнее;
- г) все предметы остаются прежними.

19. Контрастные гармоничные цвета, по цветовому кругу Гете...

- а) под углом 90 градусов;
- б) по равнобедренному треугольнику;
- в) под острым углом;
- г) лежащие напротив.

20. Растровая графика – это:

- а) представление изображения в виде простых фигур;
- б) представление изображения в компьютере в виде математических формул;
- в) представление изображения в компьютере в виде множества точек;

г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

### **Пример контрольной работы:**

#### **Проектирование Customer Journey Map (карта путешествия потребителя)**

##### **Подготовка**

##### **1. Определение цели**

Зафиксируйте цели, которых хотите достичь в результате создания карты путешествия потребителя, и учитывайте их при ее проектировании.

##### **Примеры целей:**

0 изучить, что чувствует определенная группа потребителей при взаимодействии с сервисом, оценить ее удовлетворенность;

1 найти слабые точки коммуникации потребителя с брендом, предложить решения по их оптимизации.

##### **2. Сбор данные о потребителях**

В зависимости от ситуации данные можно получить одним из нескольких способов:

0 провести исследования рынка;

1 провести полевые исследования потребителей, опросы фокус-групп;

2 изучить сервисы веб-аналитики;

3 проинтервьюировать заказчика проекта или лиц, владеющих информацией;

4 самому стать клиентом своего продукта или услуги — «тайным покупателем».

##### **3. Выбор инструментов**

**Маркер, стикеры, доска.** В проектировании CJM участвует вся группа, каждый обучающийся будет видеть результаты работы.

##### **Онлайн-сервисы Customer Journey Map.**

– [uxpressia.com](https://uxpressia.com) — инструмент для проектирования CJM в стандартном линейном виде. Здесь есть шаблоны персон и карт, которые также можно скачать в PDF. В бесплатной версии создаются 1 карта и 1 персона.

– [realtimеboard.com](https://realtimеboard.com) — более универсальный сервис. Он позволяет собрать шаблон CJM под свои нужды. Бесплатно создается до 3 карт.

**Гугл-таблицы.** CJM легко представить в виде таблицы. Просто, бесплатно, доступно для групповой работы.

#### **Процесс проектирования Customer Journey Map**

1. Создание персоны потребителя
2. Определение этапов взаимодействия
3. Определение каналов взаимодействия
4. Исследование опыта потребителя
5. Анализ барьеров и выдвижение гипотез по оптимизации

## 1. Создание персоны потребителя

Карта путешествия создается для описания определенного типа потребителя. Поскольку разные сегменты целевой аудитории имеют свои отличные друг от друга характеристики, для каждого ключевого сегмента необходимо создать по одной персоне, а для каждой персоны — отдельную CJM.

### Действия на данном этапе:

- 0 назовите персону;
- 1 опишите демографические данные (пол, возраст, род деятельности);
- 2 зафиксируйте цели, мотивы, возможные ограничения.

Также необходимо определить период времени, за который персона проходит весь потребительский путь от начальной до конечной точки. Он может быть коротким (например, если цель персоны — заказать пиццу) или довольно длинным (при покупке недвижимости).

## 2. Определение этапов взаимодействия

Необходимо проложить путь потребителя, обозначить его цели на каждом этапе. Вот, как это может выглядеть на примере спортзала.

Этап	Цели потребителя
Возникновение потребности	Николай увлекся просмотром боев ММА и захотел обрести спортивную фигуру
Интерес	Найти подходящий для тренировок спортзал
Исследование	Узнать больше о спортзале. Узнать, что говорят о спортзале его клиенты
Покупка абонемента	Записаться в зал на выгодных условиях
Первое посещение	Детально изучить зал. Поблизе познакомиться с тренером. Составить программу занятий
Повторные регулярные посещения	Добиться спортивных результатов. Набрать вес
Становление постоянным клиентом	Получить специальные условия обслуживания
Рекомендация друзьям	Рассказать о своем опыте посещения зала

## 3. Определение каналов взаимодействия

Взаимодействие может происходить сразу в нескольких каналах:

- 0 Поисковые системы (ищет спортзалы в Google или «Яндекс»);
- 1 Сервисы онлайн-карт (ищет спортзалы на карте, так как важно расположение);
- 2 Онлайн-агрегаторы;
- 3 ТВ-реклама (может случайно увидеть рекламу спортзала по ТВ и заинтересоваться им);
- 4 Социальные сети (у спортзалов есть свои паблики);
- 5 Друзья и знакомые (многие просто советуются с друзьями).

#### 4. Исследование опыта потребителя

В ходе мозгового штурма проявляем максимум эмпатии и стараемся выяснить, какие чувства клиент испытывает на каждом этапе, что он думает и какие впечатления у него остаются на этом шаге.

#### 5. Анализ барьеров и выдвижение гипотез по оптимизации

Мозговой штурм продолжается. Задача группы — найти узкие места в получившейся воронке. Выдвигаем гипотезы, как устранить эти барьеры. Фиксируем все на карте.

Оценка за контрольную работу проводится матричным методом:

Критерии оценки	БАЛЛЫ
Ясность, четкость изложения	0-5 баллов
Аргументированность выводов	0-5 баллов
Креативность подходов	0-5 баллов
Качество выполнения заданий	0-5 баллов
Итоговая оценка	0-20 баллов

Оценка за контрольную работу формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 16 - 20 баллов;
- оценка «хорошо» - 11 - 15 баллов;
- оценка «удовлетворительно» - 6 - 10 баллов;
- оценка «неудовлетворительно» - 0 - 5 баллов.

### Промежуточная аттестация

#### Примерные вопросы к зачёту с оценкой:

1. Пользовательский опыт как критерий успешности коммерческого продукта.
2. Проектирование пользовательского опыта (UX Design).
3. Законы психологии в разработке и проектировании дизайна интерфейсов.
4. Понятие гештальта.
5. Основополагающие идеи гештальта.
6. Законы (принципы) гештальта в дизайн-проектировании.
7. Понятие ментальной модели.
8. Практическое правило ментальной модели (The Mental Model Rule of Thumb).
9. Использование ментальных моделей в дизайне.
10. Разрыв между ментальными моделями дизайнеров и конечных пользователей.
11. Ментальные модели в проектировании.
12. UX-исследование.
13. Customer Journey Maps и карты эмпатии.
14. Заимствование элементов из существующего UX.
15. Скевоморфизм.
16. Когнитивистские теории эмоций.
17. Когнитивно-физиологическая теория эмоций С. Шехтера.
18. Познавательная теория эмоций М. Арнольд - Р. Лазаруса.
19. Висцеральный уровень восприятия эмоциональных сигналов из окружающей среды
20. Психологический механизм висцеральных реакций.
21. Висцеральные реакции на визуальный контент.

22. Создание положительных эстетических впечатлений от дизайна.
23. Факторы восприятия цвета человеком.
24. Физиология цвета в целом.
25. Теплые цвета.
26. Холодные цвета.
27. Нейтральные цвета.
28. Цвет и эмоции.
29. Контраст цветов.
30. Дополнение цветов.
31. Резонанс цветов.
32. Выбор цветовой гаммы.
33. Психология форм.
34. Значение геометрических фигур в дизайне UX.
35. Значение естественных (природных) форм в дизайне UX.
36. Значение абстрактных форм в дизайне UX.
37. Практическое применение психологии форм в дизайне UX.
38. Компоненты визуальной композиции.
39. Инструменты организации контента.
40. Логотипы и иконки. Пользовательские интерфейсы цифровых продуктов.

#### **Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации**

Оценивание знаний обучающихся осуществляется по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») или 2-балльной шкале при проведении зачета («зачтено», «не зачтено»).

При прохождении обучающимися промежуточной аттестации оцениваются:

1. Полнота, четкость и структурированность ответов на вопросы, аргументированность выводов.
2. Качество выполнения практических заданий (при их наличии): умение перевести теоретические знания в практическую плоскость; использование правильных форматов и методологий при выполнении задания; соответствие результатов задания поставленным требованиям.
3. Комплексность ответа: насколько полно и всесторонне обучающийся раскрыл тему вопроса и обратился ко всем ее аспектам.

#### **Критерии оценивания**

<b>4-балльная шкала и 2-балльная шкалы</b>	<b>Критерии</b>
«Отлично» или «зачтено»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Полные и качественные ответы на вопросы, охватывающие все необходимые аспекты темы. Обучающийся обосновывает свои выводы с использованием соответствующих фактов, данных или источников, демонстрируя глубокую аргументацию.</li> <li>2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в</li> </ol>

	<p>практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов.</p> <p>3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.</p>
«Хорошо» или «зачтено»	<p>1. Обучающийся предоставляет достаточно полные ответы на вопросы с учетом основных аспектов темы. Ответы обучающегося имеют ясную структуру и последовательность, делая их понятными и логически связанными.</p> <p>2. Обучающийся способен применить теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, хотя могут быть некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам.</p> <p>3. Обучающийся представляет хорошее понимание темы вопроса, охватывая основные аспекты и направления ее изучения. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но могут быть некоторые пропуски или недостаточно глубокие суждения.</p>
«Удовлетворительно» или «зачтено»	<p>1. Ответы на вопросы неполные, не охватывают всех аспектов темы и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся предоставляет верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса.</p> <p>2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения.</p> <p>3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.</p>
«Неудовлетворительно» или «не зачтено»	<p>1. Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывая основных аспектов темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с заданным вопросом, отсутствует их логическая обоснованность. Выводы, предоставляемые обучающимся, представляют собой простые утверждения без анализа или четкой аргументации.</p> <p>2. Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практический контекст и не способен применять их для выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются.</p> <p>3. Обучающийся ограничивается поверхностным рассмотрением темы и не показывает понимания ее существенных аспектов. Ответ обучающегося частичный или незавершенный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали или связи.</p>

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры  
 Протокол заседания кафедры № 06 от «22» января 2025 г.