

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.03.02 Программные пакеты в коммуникативном дизайне

Учебный план: ФГОС 3++_2020-2021_42.03.01_ИБК_ОО_МКСКИ - проект.plx

Кафедра: **22** Истории и теории дизайна и медиакоммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Маркетинговые коммуникации в сфере культуры и искусств
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
7	УП	17	34	57	33,5	4	Экзамен
	РПД	17	34	57	36	4	
Итого	УП	17	34	57	33,5	4	
	РПД	17	34	57	36	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

без ученой степени, Доцент

Шемшуренко Евгений
Григорьевич

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой истории и теории дизайна и
медиакоммуникаций

Вильчинская-
Бутенко Марина
Эдуардовна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Вильчинская-
Бутенко Марина
Эдуардовна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области визуальных коммуникаций — графического дизайна, типографики, инфографики, дизайна печатной продукции и интернет ресурсов в контексте теории и практики применения профильных программных пакетов.

1.2 Задачи дисциплины:

1) Использование базовых знаний о способах визуального представления, интерпретации и обработки информации с применением современных информационных технологий для применения в профессиональной деятельности.

2) Реализация опыта создания и применения технических и программных средств визуальных коммуникаций, а также способов применения компьютерных технологий в обучении и научно-исследовательской деятельности;

3) Совершенствование навыков работы с наиболее часто используемыми прикладными программными комплексами данных; формирование целостного представления о средствах визуальных коммуникаций и их роли в развитии общества.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Практика рекламной фотографии

Художественный образ в рекламе

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКп-2 : Способен комплексно оценивать социально-просветительские проекты и программы на основе изучения запросов и интересов с учётом возраста, образования, социальных, национальных, гендерных и других различий групп населения
Знать: Классификацию визуально- коммуникативной среды обитания, средства и системы визуальной информации, значение цвета и формы в визуально-коммуникативном дизайне.
Уметь: Применять компьютерные технологии в дизайн-проектировании, сочетать шрифтовые решения с художественной и технической графикой, подбирать оптимальный графический язык шрифтовой гарнитуры для профессионального решения дизайнерских задач.
Владеть: Современной шрифтовой культурой и компьютерными технологиями, применяемыми в дизайн-проектировании, методами изобразительного языка (основы композиции), приемами колористики, построения шрифтов и шрифтовых композиций.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля	
		Лек. (часы)	Пр. (часы)				
Раздел 1. Визуальные средства коммуникационного дизайна	7					О	
Тема 1. Образы и их интерпретация. Шесть точек зрения.		2		4	ГД		
Тема 2. Средства визуальной коммуникации от иероглифа до фотографии. Технологии новых медиа.		2		4	ИЛ		
Тема 3. Графический дизайн и гештальт-психология.		1		4	Т		
Раздел 2. Айдентика и продвижение бренда							О
Тема 4. Фирменный стиль как компонент языка общения с целевой аудиторией. Практические занятия: Создание информационной структуры брендбука.		2	4	8	РИ		
Тема 5. Айдентика как условие существования бренда		1		8	ИЛ		

Тема 6. Продвижение бренда средствами айдентики. Практические занятия: Исследование возможности продвижения бренда средствами айдентики в условиях конкуренции.		2	4	6,75	ИЛ	
Раздел 3. Программные средства коммуникационного дизайна						
Тема 7. Программные средства коммуникационного дизайна. Линейка Adobe. Практические занятия: Изучение взаимодействия программных пакетов Adobe Photoshop и Adobe Illustrator.		2	8	4	ИЛ	
Тема 8. Айдентика - разработка средствами графики и типографики. Практическая работа: разработка элементов фирменного стиля компании, работающей в области туристского бизнеса.		2	4	6,25	Т	РГР
Тема 9. Айдентика - разработка средствами фотографии. Практическая работа: создание серии фотографий для использования в продвижении туристского продукта.		2	4	6	Т	
Раздел 4. Технические средства коммуникационного дизайна						
Тема 10. Коммуникационный дизайн. Воплощение и каналы распространения. Практическая работа: разработка макета непрямо́й рекламы туристского продукта и технического задания на его		1	10	6		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	57		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		33,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		53,5		90,5		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКп-2	Характеризует визуально-коммуникативную среду обитания, средства и системы визуальной информации туристского рынка. Выбирает компьютерные технологии в дизайн-проектировании, сочетает шрифтовые решения с художественной и технической графикой, подбирает оптимальный графический язык и средства коммуникации, актуальные для продвижения туристского продукта в заданных условиях. Разрабатывает рекламный продукт, характеризуемый современными методами изобразительного языка и шрифтовой культурой с применением компьютерных технологий и профильных программных пакетов.	Вопросы для устного собеседования и практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа

5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, демонстрирующий глубокое понимание основ изучаемой дисциплины. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитывается БРС.	
4 (хорошо)	Ответ стандартный, в целом качественный, основан на определенных знаниях изучаемой дисциплины. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитывается БРС.	
3 (удовлетворительно)	Ответ неполный, основанный на неглубоких знаниях лекционных материалов. При понимании сущности предмета в целом – допускаются существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов учебной дисциплины. Учитывается БРС.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитывается БРС.	

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

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	Как происходит анализ образа при визуальной коммуникации?
2	Что является визуальными объектами коммуникационного дизайна?
3	Какие точки зрения рассматриваются при анализе образа в процессе визуальной коммуникации?
4	Роль знака в визуальной коммуникации
5	Типографика как инструмент коммуникационного дизайна
6	Графика как инструмент коммуникационного дизайна
7	Фотография как инструмент коммуникационного дизайна
8	Моушн-дизайн и визуальная коммуникация
9	Гештальт-психология и графический дизайн
10	Продвижение бренда и айдентика
11	Формирование элементов фирменного стиля в зависимости от выбранной целевой аудитории
12	Виды брендов, их взаимосвязь
13	Туристский продукт и корпоративный бренд.
14	Продвижение бренда средствами айдентики
15	Составные части бренда и условия его существования
16	Программные средства коммуникационного дизайна
17	Разработка айдентики средствами графики и типографики.
18	Разработка айдентики средствами фотографии.
19	Векторные инструменты линейки Adobe
20	Инструменты обработки растровых изображений линейки Adobe
21	Айдентика и моушн-дизайн
22	Каналы коммуникации - блоги и социальные сети.
23	Каналы коммуникации - специализированные ресурсы (Instagram, Youtube)
24	Каналы коммуникации - сайты и лендинги

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

- 1) Разработать логотип по заданному описанию компании, работающей в туристском бизнесе.
- 2) Создать серию фотографий, соответствующих заданному образу для использования в продвижении туристского продукта.
- 3) Разработать рекламное послание по заданному информационному письму.
- 4) Разработать информационную структуру линейки рекламных макетов по заданному посланию и описанию компании, работающей в туристском бизнесе.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)**5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности**

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**6.1 Учебная литература**

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Андреева В. А.	Графический дизайн в рекламе	СПб.: СПбГУПТД	2015	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2482
Божко А. Н.	Обработка растровых изображений в Adobe Photoshop	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ)	2016	http://www.iprbookshop.ru/56372.html
Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М.	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2015	http://www.iprbookshop.ru/52069.html
Никольшина Л. В., Шабловский В. Г.	Проектирование. Фирменный стиль	СПб.: СПбГУПТД	2016	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3622
Гировка, Н. Н., Крашенинникова, Е. С., Норенков, С. В.	Туристское дело в России. Фирменный стиль и бренд	Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ	2016	http://www.iprbookshop.ru/80844.html
Головко, С. Б.	Дизайн деловых периодических изданий	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/83031.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Алгазина, Н. В.	Цветоведение и колористика. Часть I. Физика цвета и его психофизиологическое восприятие	Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет	2014	http://www.iprbookshop.ru/26675.html

Алгазина, Н. В.	Цветоведение и колористика. Часть II. Гармония цвета	Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет	2015	http://www.iprbookshop.ru/32799.html
Есаулова, С. П.	Информационные технологии туристической индустрии	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2010	http://www.iprbookshop.ru/940.html
Андреева, Е. М., Крукиер, Б. Л., Крукиер, Л. А., Прохорова, Н. Г., Салтыкова, Н. Н., Ткачева, Л. А., Чикина, Л. Г., Чикин, А. Л., Шабас, И. Н.	Прогрессивные информационные технологии в современном образовательном процессе	Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета	2011	http://www.iprbookshop.ru/47100.html
Божко, А. Н.	Цифровой монтаж в Adobe Photoshop CS	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/79727.html
Горкина Г. М.	Проектирование в графическом дизайне. Логотип	СПб.: СПбГУПТД	2010	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=854
Жердев, Е. В., Чепурова, О. Б., Шлеюк, С. Г., Мазурина, Т. А.	Формальная композиция. Творческий практикум по основам дизайна	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ	2014	http://www.iprbookshop.ru/33666.html
Носков А. А.	Дизайн-проектирование. Айдентика экранных изделий	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019111
Васильева, Э. В.	Цветоведение и колористика	Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет	2012	http://www.iprbookshop.ru/18266.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>
3. Информационная справочная система Scopus [Электронный ресурс]. URL: <http://elsevier.com/locate/elsevier/scopus/>
4. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>
5. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

- MicrosoftOfficeProfessional
- Microsoft Windows
- Creative Cloud for teams - All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Team LicSub Level 4 (100+) Education Device license Renewal
- Photoshop CC Multiple Platforms Multi European Languages Team LicSub Level 4 (100+) Education Device license
- Adobe Illustrator
- Adobe InDesign
- Adobe Photoshop

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду