

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

А.Е. Рудин

« 29 » июня 2021 года

Рабочая программа дисциплины

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

Учебный план: ФГОС 3++_2021-2022_42.03.01_ИБК_ОО_МКСКИ_1-1-51.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. | Трудоём- кость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации | |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|---------------------------|--------------------------------------|---------|
| | Лекции | Практ. занятия | | | | | |
| 7 | УП | 17 | 34 | 57 | 36 | 4 | Экзамен |
| | РПД | 17 | 34 | 57 | 36 | 4 | |
| Итого | УП | 17 | 34 | 57 | 36 | 4 | |
| | РПД | 17 | 34 | 57 | 36 | 4 | |

Санкт-Петербург
2021

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным 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: Макаренко С.В.

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

| |
|--|
| ПК-2: Способен управлять информацией из различных источников с целью продвижения маркетингового продукта культуры и искусства |
|--|

| |
|--|
| 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 | О |
| Раздел 2. Айдентика и продвижение бренда | | | | | | |
| 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 | РГР |
| 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 | | |
| 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 продвижение. | 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 |
|-----------------|---|--|
| ПК-2 | <p>Называет особенности среды коммуникации, характерные формы, знаки, символы и цвета, применяемые как средства коммуникации</p> <p>Выбирает графический язык выполнения дизайн-проекта, тип графики и стиль шрифтового решения, а также требуемые компьютерные технологии</p> <p>Выполняет дизайн-проекты с соблюдением основ композиционного построения, использования цвета и шрифтов, применением компьютерных технологий</p> | Перечень контрольных вопросов и типовые 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 | Фотографика 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 фотографика. |
| 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 |
| 25 | Каналы коммуникации - настройка и оптимизация |

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

Время на подготовку 1 час.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|--|----------|--------------|-------------|--------|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |

| | | | | |
|---|--|---|------|---|
| Гировка, Н. Н., Крашениникова, 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 |
| Никульшина Л. В., Шабловский В. Г. | Проектирование. Фирменный стиль | СПб.: СПбГУПТД | 2016 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3622 |
| Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М. | Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2015 | http://www.iprbookshop.ru/52069.html |
| 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 |

6.1.2 Дополнительная учебная литература

| | | | | |
|---|---|---|------|---|
| Носков А. А. | Дизайн-проектирование. Айдентика экранных изделий | СПб.: СПбГУПТД | 2019 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019111 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |

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://elsevierscience.ru/products/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 |