

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

« 29 » июня 2021 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.40**

Коммуникационный дизайн в продвижении туристского продукта

Учебный план: ФГОС3+\_2021-2022\_43.03.02\_ИБК\_ЗАО\_Тех и орг туропер и турагент услуг №1-3  
-14.plx

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

Направление подготовки:  
(специальность) 43.03.02 Туризм

Профиль подготовки: Технология и организация туроператорских и турагентских услуг  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
5	УП	4	56	4	2	Зачет
	РПД	4	56	4	2	
Итого	УП	8	88	4	3	
	РПД	8	88	4	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 516

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

\_\_\_\_\_

Бабанчикова Ольга  
Анатольевна

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.

### 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:

Информационно-коммуникативные технологии в туризме

Информационные технологии

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта**

**Знать:** возможности информационно-телекоммуникационной сети Интернет для продвижения туристского продукта

**Уметь:** использовать коммуникационный дизайн в продвижении туристского продукта.

**Владеть:** навыками работы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет с целью продвижения туристского продукта.

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Визуальные средства коммуникационного дизайна	4				
Тема 1. Образы и их интерпретация. Шесть точек зрения.		1		12	ГД
Тема 2. Средства визуальной коммуникации от иероглифа до фотографии. Технологии новых медиа.		2		12	ИЛ
Тема 3. Графический дизайн и гештальт-психология.		1		8	Т
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Айдентика и продвижение бренда	5				
Тема 4. Фирменный стиль как компонент языка общения с целевой аудиторией. Практические занятия: Создание информационной структуры брендбука.		1	1	8	РИ
Тема 5. Айдентика как условие существования бренда		1		6	ИЛ
Тема 6. Продвижение бренда средствами айдентики. Практические занятия: Исследование возможности продвижения бренда средствами айдентики в условиях конкуренции.		1	0,5	4	ИЛ
Раздел 3. Программные и технические средства коммуникационного дизайна					
Тема 7. Программные средства коммуникационного дизайна. Линейка Adobe. Практические занятия: Изучение взаимодействия программных пакетов Adobe Photoshop и Adobe Illustrator.			1,5	8	ИЛ
Тема 8. Айдентика - разработка средствами графики и типографики. Практическая работа: разработка элементов фирменного стиля компании, работающей в области туристского бизнеса.		0,5	1,5	10	Т
Тема 9. Айдентика - разработка средствами фотографии. Практическая работа: создание серии фотографий для использования в продвижении туристского продукта.			1,5	10	Т
Тема 10. Коммуникационный дизайн. Воплощение и каналы распространения. Практическая работа: разработка макета непрямой рекламы туристского продукта и технического задания на его продвижение.		0,5	2	10	Т
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	56	

Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		16,25	88	

#### 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
ОПК-4	Характеризует средства коммуникации с целевой аудиторией туристского рынка. Выбирает средства коммуникации, актуальные для продвижения туристского продукта в заданных условиях. Разрабатывает рекламный продукт с применением коммуникативных 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
Зачтено	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопросы, способен правильно применить основные методы и инструменты при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	
Не зачтено	Обучающийся не может изложить значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, допускает неточности в формулировках и доказательствах, нарушения в последовательности изложения программного материала; неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания.	

##### 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
Курс 5	
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 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
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 – 0,5 часа, в это время входит подготовка к двум теоретическим вопросам и выполнение одного практического задания.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
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	<a href="http://www.iprbookshop.ru/80844.html">http://www.iprbookshop.ru/80844.html</a>
Никульшина Л. В., Шабловский В. Г.	Проектирование. Фирменный стиль	СПб.: СПбГУПТД	2016	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3622">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3622</a>
Есаулова, С. П.	Информационные технологии в туристической индустрии	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/80359.html">http://www.iprbookshop.ru/80359.html</a>
Головкин, С. Б.	Дизайн деловых периодических изданий	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83031.html">http://www.iprbookshop.ru/83031.html</a>

Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М.	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/74886.html">http://www.iprbookshop.ru/74886.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
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	<a href="http://www.iprbookshop.ru/47100.html">http://www.iprbookshop.ru/47100.html</a>
Божко, А. Н.	Цифровой монтаж в Adobe Photoshop CS	Москва: Интернет- Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/79727.html">http://www.iprbookshop.ru/79727.html</a>
Божко А. Н.	Обработка растровых изображений в Adobe Photoshop	Москва: Интернет- Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ)	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/56372.html">http://www.iprbookshop.ru/56372.html</a>
Носков А. А.	Дизайн-проектирование. Айдентика экранных изделий	СПб.: СПбГУПТД	2019	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019111">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019111</a>
Алгазина, Н. В.	Цветоведение и колористика. Часть I. Физика цвета и его психофизиологическое восприятие	Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет	2014	<a href="http://www.iprbookshop.ru/26675.html">http://www.iprbookshop.ru/26675.html</a>
Казарина, Т. Ю.	Цветоведение и колористика	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/66372.html">http://www.iprbookshop.ru/66372.html</a>
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	<a href="http://www.iprbookshop.ru/33666.html">http://www.iprbookshop.ru/33666.html</a>
Андреева В. А.	Графический дизайн в рекламе	СПб.: СПбГУПТД	2015	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2482">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2482</a>
Алгазина, Н. В.	Цветоведение и колористика. Часть II. Гармония цвета	Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/32799.html">http://www.iprbookshop.ru/32799.html</a>

## 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

- 1) Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>
- 2) 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

**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