

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«28» июня 2022 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.03.02** Коммуникационный дизайн

Учебный план: 2022-2023 42.04.01 ИБК Бренд-комм ОО №2-1-38.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:  
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

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				
3	УП	17	17	70,75	3,25	Курсовой проект, Зачет
	РПД	17	17	70,75	3,25	
Итого	УП	17	17	70,75	3,25	
	РПД	17	17	70,75	3,25	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От кафедры составителя:  
Заведующий кафедрой рекламы и связей с  
общественностью

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области визуальной культуры коммуникаций и

возможностей применения дизайн мышления в профессиональной области.

**1.2 Задачи дисциплины:**

создать теоретическую базу для понимания особенностей и тенденций развития дизайна XXI вв. как средства визуальной коммуникации;

способствовать развитию дизайн мышления как важной составляющей для профессионала в области рекламы и связей с общественностью.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

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

Теория и философия медиакоммуникаций

Редактирование в рекламной и PR-деятельности

Основы научных исследований в профессиональной сфере

Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов

История публичных коммуникаций

Мировые культуры и межкультурные коммуникации

Интегрированные маркетинговые коммуникации

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-1: Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью</b>
--

<b>Знать:</b> типы коммуникативных сред, объекты и носители; способы использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.
---

<b>Уметь:</b> разрабатывать коммуникационный продукт по объективному принципу с применением современных технологических решений.
--

<b>Владеть:</b> навыками прикладной деятельности по разработке и продвижению коммуникативного продукта с использованием технических средств и современных цифровых технологий.
--

### 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)			
<b>Раздел 1. Основы дизайна</b>	3					Пр
Тема 1. Введение. Дизайн мышление, многообразие продукции, художественно-коммуникативные средства. Практическое занятие: фирменный стиль как объект графического дизайна.		3	2	18		
Тема 2. Основы проектирования. Художественные средства построения композиции. Практическое занятие: Основы работы с программой Adobe Illustrator.		4	2	12,75		
Тема 3. Принципы создания айдентики для брендов и мероприятий, проектирование книг, сайтов и приложений, разработка инфографики, упаковки, рекламы и иных сообщений. Практическое занятие: Практикум анализа образности коммуникации.		4	3	16	ИЛ	
<b>Раздел 2. Исследовательский дизайн</b>						
Тема 4. Особенности экспериментального дизайна. Роль теории в исследованиях. Исследование возможностей, путем критического анализа и определения проблемных точек и неиспользованных возможностей в уже существующих категориях, или создание новых категорий. Практическое занятие: Презентация теоретической части исследования. Определение конкретных решений воплощения плана. Управление процессом исследования, определения, создания решений и проектов. Разработка пробных макетов и моделей, тестирование. Практикум создания иконического, индексального и символического знака.	4	6	12		Пр	
Тема 5. Элементы визуальной культуры коммуникаций. Определение тенденций. Практическое занятие: Практикум отбора лучших практик визуальных коммуникаций.	2	4	12	ИЛ		
<b>Итого в семестре (на курсе для ЗАО)</b>	17	17	70,75			
Консультации и промежуточная аттестация (Курсовой проект, Зачет)		3,25				
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		37,25		70,75		

### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

**4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта):** Главной целью выполнения курсовой работы (проекта) является – развитие у обучающихся навыков самостоятельного исследования и предоставления проанализированного материала в форме курсовой работы (проекта), а также умение защитить свой материал в форме презентации.

Цель курсовой работы (проекта) – мысленное предвосхищение (прогнозирование) результата, определение оптимальных путей решения проблемы. Цель носит конкретизированный, теоретический характер и способствует решению выявленной проблемы; – задачи исследования (определяются поставленной целью и представляют собой конкретные последовательные этапы (пути) решения проблемы исследования по достижению основной цели). Количество и содержание задач должно соответствовать структурным разделам работы (параграфам).

#### 4.2 Тематика курсовой работы (проекта): Примерные темы:

Фирменный стиль как средство оптимизации маркетинговых коммуникаций.

Инфографика как инструмент коммуникаций.

Дизайн бренда.

Гонзо дизайн в коммуникациях.

Упаковка как средство рекламной коммуникации.

Товарные знаки (классификация, функции, формы использования в печатной рекламе).

Товарный знак как основа корпоративной идентификации (взаимосвязь товарного знака и форм печатной/электронной рекламы).

История коммуникаций фирмы в рекламе (рассмотреть одну или несколько крупных зарубежных фирм, их печатную рекламу на протяжении десятилетий). Сравнительный анализ комплекса печатных/электронных информационных материалов 2- 3-х зарубежных или российских фирм (по выбору).

Авторская разработка комплекса печатных/электронных рекламно-информационных материалов для любой фирмы-производителя (пищевые продукты, парфюмерная упаковка и пр. по выбору).

Компьютерные методы проектирования и исполнения рекламной печатной/электронной продукции.

Дизайн мышление в связях с общественностью.

#### 4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):

Выполнение работы начинается с ознакомления с источниками по выбранной теме, включающего анализ и фиксацию наиболее интересных авторских высказываний, фактических данных и т. д. Следующий этап – составление плана (содержания) работы. Обязательные разделы и элементы курсовой работы (проекта): Титульный лист, Задание, Аннотация, Содержание (актуальность, объект и предмет исследования, цель и задачи исследования); основная часть, Заключение, Список использованных источников, Приложения. Первая глава – аналитический (теоретический) обзор по проблеме, рассматриваемой в работе. На основе изучения источников рассматривается сущность исследуемой проблемы, анализируются различные подходы ее решения, дается их критический анализ, излагается собственная позиция исследователя. Вторая глава может носить практический характер и посвящается разработке практического проекта на основе конкретного рекламного объекта (торговая марка продукции, торговая марка услуги, торговая марка компании и т. д.). Письменная работа должна быть написана грамотно, аккуратно, иметь поля и нумерацию страниц. Компьютерный набор должен соответствовать требованиям: шрифт 14 кегль, интервал полуторный. Курсовая работа (проект) должна пройти порог оригинальности по данным Антиплагиата.

### 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-1	описывает основы использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; характеризует коммуникационный продукт, подготовленный с использованием дизайн-технологий и инструментов коммуникаций; Анализирует прикладную деятельность по разработке и продвижению медиа продукта	Вопросы для собеседования Практико-ориентированные задания

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)		Работа выполнена самостоятельно (соответствие оригинальности, данные Антиплагиата), носит творческий характер. Собран, обобщен и проанализирован достаточный объем источников. При написании и защите работы продемонстрирован высокий уровень развития компетенций, теоретические знания и наличие практических навыков. Работа своевременно представлена на кафедру, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и оформлению. На защите

		освещены все вопросы исследования, ответы на вопросы профессионально грамотны, исчерпывающие, результаты исследования наглядно отражены в презентации.
4 (хорошо)		Тема работы раскрыта, однако выводы и рекомендации не всегда имеют практической значимости, есть неточности при освещении отдельных вопросов темы. Собран, обобщен и проанализирован необходимый объем источников. Работа своевременно представлена на кафедру, есть отдельные недостатки в ее оформлении; в процессе защиты работы были неполные ответы на вопросы. Результаты исследования наглядно отражены в презентации.
3 (удовлетворительно)		Тема работы раскрыта частично, допущено поверхностное изложение отдельных вопросов темы. В работе недостаточно полно была использованы источники, выводы и практические рекомендации не отражали в достаточной степени содержание работы. При написании и защите работы продемонстрирован поверхностный уровень теоретических знаний. Работа своевременно представлена на кафедру, есть недостатки в ее оформлении. В процессе защиты недостаточно полно изложил основные положения работы, испытывал затруднения при ответах на вопросы. Недостаточная наглядность представленного материала в презентации.
2 (неудовлетворительно)		Содержание работы не раскрывает тему, вопросы изложены поверхностно, нет анализа материала, основные положения и рекомендации не имеют обоснования. При написании и защите работы продемонстрирован неудовлетворительный уровень компетенций. Работа несвоевременно представлена на кафедру, оформление работы не соответствует предъявляемым требованиям. На защите показал поверхностные знания по исследуемой теме, не отвечал на вопросы; небрежное оформление презентации и/или ее отсутствие.
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ на вопрос. Обучающийся своевременно готовился к практическим занятиям и активно участвовал в них. В рамках выполняемых заданий допускает незначительные ошибки и корректно находит путь их устранения.	
Не зачтено	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных положений дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Непонимание заданного вопроса. Отсутствие понимания даже отдельных проблем дисциплины. Небрежное выполнение и/или не выполнение практической работы. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств	

	или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	
--	--	--

## 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 3	
1	Оформление бренда по вербальному и визуальному способу передачи информации (характеристика).
2	Взаимодействие изображения и слова рекламы. Примеры.
3	Товарный знак. Определение, функции.
4	Носители фирменного стиля. Краткая характеристика.
5	Словесные товарные знаки. Принципы выбора шрифтов. Примеры.
6	Типы и виды знаков. Примеры.
7	Функции фирменного стиля в системе визуальной коммуникации.
8	Композиционные принципы дизайна рекламы.
9	Упаковка как средство коммуникации.
10	Фирменный стиль как средство визуальной коммуникации в рекламе.
11	Инфографика: инструмент и технология
12	Определение графического дизайна и основных средств выражения. Связь дизайн-графики с миром информации и задачи ее визуализации.
13	Особенности современной дизайн-графики. Компьютерные методы проектирования.
14	Элементы фирменного стиля. Краткая характеристика. Примеры.
15	Виды и типы дизайн-графики в Интернете.

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Кейс

Характеристика дизайн-мышления на примере коммуникационного продукта (на выбор преподавателя).

Задание

Проанализировать коммуникационный продукт с точки зрения позиционирования на рынке, выявить роль дизайнерского решения и восприятия аудитории.

## 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

На зачете проводится устное собеседование по одному из теоретических вопросов, и выполнении практико-ориентированного 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>				
Пигулевский, В. О., Стефаненко, А. С.	Дизайн визуальных коммуникаций	Саратов: Вузовское образование	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/75951.html">http://www.iprbookshop.ru/75951.html</a>

Быстрова, Т., Колясников, В. А.	Вещь, форма, стиль. Введение в философию дизайна	Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/74999.html">http://www.iprbookshop.ru/74999.html</a>
Музалевская, Ю. Е.	Дизайн-проектирование: методы творческого исполнения дизайн-проекта	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83264.html">http://www.iprbookshop.ru/83264.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Безрукова, Е. А., Мхитарян, Г. Ю.	Шрифтовая графика	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/76349.html">http://www.iprbookshop.ru/76349.html</a>
Бородулина, С. В., Кузнецова, О. Г., Решетников, М. К.	Основы технического дизайна	Саратов: Вузовское образование	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83340.html">http://www.iprbookshop.ru/83340.html</a>
Шпаковский, В. О., Егорова, Е. С.	PR-дизайн и PR- продвижение	Москва: Инфра- Инженерия	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/78249.html">http://www.iprbookshop.ru/78249.html</a>
Ласкова, М. К.	Композиция и архитектура формы в дизайне	Армавир: Армавирский государственный педагогический университет	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/85912.html">http://www.iprbookshop.ru/85912.html</a>
Головко, 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>

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

1. Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>
2. Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс] URL: [www.reklamaster.com](http://www.reklamaster.com)
3. Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.akospr.ru/>
4. Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>
5. Рейтинговое издание [Электронный ресурс] <https://www.alladvertising.ru/spb/>
6. Инфраструктурная формация RUWARD [Электронный ресурс] <https://ruward.ru/group/>
7. Электронно-справочная система [Электронный ресурс]. <https://www.rusprofile.ru/>
8. Электронно-библиотечная система Znanium [Электронный ресурс]. <http://www.znanium.com/>
9. Научная электронная библиотека eLibrary.ru [Электронный ресурс]. <http://elibrary.ru/>
10. Информационный ресурс, содержащий информацию о зарегистрированных юридических лицах и индивидуальных предпринимателях («СПАРК») [Электронный ресурс]. <http://www.spark-interfax.ru/>
11. справочная правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. <http://www.consultant.ru/>
12. справочная правовая система «ГАРАНТ» [Электронный ресурс]. <http://www.garant.ru/>
13. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
14. Электронная научная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/>
15. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
16. Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн БиблиоКлуб [Электронный ресурс]. <http://www.biblioclub.ru>
17. Электронно-библиотечная система (ЭБС) на платформе издательства «Лань» [Электронный ресурс]. <http://e.lanbook.com>
18. Официальный сайт Российской государственной библиотеки [Электронный ресурс]. <https://www.rsl.ru>
19. Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>.
20. Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com>

## 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows  
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