

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

« 21 » февраля 2023 года

## Рабочая программа дисциплины

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

Учебный план: 2023-2024 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<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
|                           | Лекции                           | Практ.<br>занятия |                |                   |                          |                                      |
| 3                         | УП                               | 17                | 17             | 70,75             | 3,25                     | Курсовой проект,<br>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 Минобрнауки России 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<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий | Форма<br>текущего<br>контроля |
|--|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
|  |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |                               |
| Раздел 1. Основы дизайна   | 3                         |                   |               |              |                              | Пр                            |
| Тема 1. Введение. Дизайн мышление, многообразие продукции, художественно-коммуникативные средства.<br>Практическое занятие: фирменный стиль как объект графического дизайна.   |                           | 3                 | 2             | 18           |                              |                               |
| Тема 2. Основы проектирования. Художественные средства построения композиции.<br>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.<br>Практическое занятие: Практикум анализа образности коммуникации.   |                           | 4                 | 3             | 16           | ИЛ                           |                               |
| Раздел 2. Исследовательский дизайн   |                           |                   |               |              |                              |                               |
| Тема 4. Особенности экспериментального дизайна. Роль теории в исследованиях.<br>Исследование возможностей, путем критического анализа и определения проблемных точек и неиспользованных возможностей в уже существующих категориях, или создание новых категорий.<br>Практическое занятие: Презентация теоретической части исследования. Определение конкретных решений воплощения плана.<br>Управление процессом исследования, определения, создания решений и проектов.<br>Разработка пробных макетов и моделей, тестирование.<br>Практикум создания иконического, индексального и символического знака. |                           | 4                 | 6             | 12           |                              | Пр                            |
| Тема 5. Элементы визуальной культуры коммуникаций.<br>Определение тенденций.<br>Практическое занятие: Практикум отбора лучших практик визуальных коммуникаций.   |                           | 2                 | 4             | 12           | ИЛ                           |                               |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)  |                           | 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, Введение (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<br>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 были 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 рекламе. 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> |  |  |             |   |
| Быстрова, Т.,<br>Колясников, В. А        | Вещь, форма, стиль.<br>Введение в философию<br>дизайна | Москва, Екатеринбург:<br>Кабинетный ученый | 2018        | <a href="http://www.iprbooksh.op.ru/74999.html">http://www.iprbooksh<br/>op.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> |
| 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> |
| <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> |
| 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> |
| 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> |
| 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> |

## 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 |