

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.06

Дизайн в системе массовых коммуникаций

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ИБК РиСО ОО №1-1-129.plx

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

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

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)
(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	66	27	4	Экзамен
	РПД	17	34	66	27	4	
Итого	УП	17	34	66	27	4	
	РПД	17	34	66	27	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, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Старший преподаватель

Силко
Владимировна

Юлия

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать компетенции обучающихся в сфере использования дизайна в системе массовых коммуникаций и закрепить творческие приемы и методы дизайна в медиасфере способствующие раскрытию принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

1.2 Задачи дисциплины:

дать представление о концептуальных основах и технических возможностях при оформлении медиа продукта;

дать представление о значении дизайна в различных типах и видах медиа, а также о дизайнерских приемах и методах, способствующих повышению интереса и доверия со стороны аудитории.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

- История и теория модной индустрии
- Комплексные исследования в отрасли
- Реклама и связи с общественностью в сфере культуры и искусств
- Основы визуальной культуры
- Введение в историю дизайна и искусств
- Профессиональное портфолио в сфере дизайна и моды
- Введение в коммуникационные специальности
- Теория и практика связей с общественностью
- Социология и психология массовых коммуникаций
- Медiateкст и основы копирайтинга
- Основы цифровых коммуникаций
- Фирменный стиль и основы дизайна
- Корпоративные коммуникации
- Маркетинг социальных медиа
- Основы сторителлинга
- Медиапланирование

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-4: Способен подготавливать к публикации собственные материалы в сфере дизайна и моды

Знать: основные виды и средства современного дизайна в контексте актуальных тенденций развития массовых коммуникаций

Уметь: применять художественно- коммуникативные средства дизайна в создании медиа продуктов

Владеть: навыками адаптации и разработки медиа и коммуникационных продуктов в контексте традиционных и новых каналов коммуникации

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. Дизайн как медиа. Введение в дисциплину.	7					О
Тема 1. Дизайн как искусство и как ремесло. Задачи курса при изучении основ дизайнерской техники в медиасфере. Изобразительный код в современной практике. Вектор развития художественного образа (параллели эпохи). Базовые основы развития творческого продукта на примерах образов классиков художественного искусства. Классификация искусств по Б. Випперу. Законы зрительского восприятия. (насмотренность)		8		10	ИЛ	
Тема 2. Особенности дизайна в медиа коммуникациях. Этапы работы над творческим продуктом. Рождение идей и принципы реализации от самой концепции до результата. Характеристика поэтапной реализации мультимедийного проекта. Основы создания анимационного, рекламного продукта. Практическое занятие: Художественно-проектная деятельность в медиасфере. Разработка концепта нового продукта или услуги. Прототипирование и		4	10	15	АС	
Раздел 2. Медиадизайн и медиасфера						
Тема 3. Особенности творческих способностей и компетенций дизайнера в медиа и требования к дизайну медиа. Использование искусственного интеллекта (ИИ) в разработке рекламных материалов: рассылки, лендинги, тексты, стилизованные материалы. Практическое занятие: Разработка концепции дизайна печатного издания, теле-, радиопрограммы, интернет и т.д.: подходы и способы решения с использованием ИИ.		2	8	14	ГД	
Тема 4. Практическое занятие. Способы выявления специфики и отличие в практике дизайна. Особенности организации анализа и эффективности визуального продукта при продвижении бренда. Практическое занятие: Конкурентный анализ брендов в fashion индустрии. Аудит дизайна, рекламных стратегий, пользовательского опыта и других маркетинговых особенностей. SWOT анализ для создания концепции нового рекламного ролика для компании.			8	9	АС	
Раздел 3. Идентификация в коммуникационной среде						

Тема 5. Специфика идентификации в коммуникативной среде. Аксиологические аспекты дизайна в медиасфере. Элементы формирования авторского стиля. Трансформация художественных образов. Этапы формирования графических стилей. Особенности современного корпоративного стиля. Практическое занятие: Оценка анимационного (рекламного продукта). Айдентика в дизайне. История развития и роль айдентики. Исследование и концептуализация. Анализ знаменитых брендов и их айдентики. Практическое занятие: Проектирование и анимация пользовательского	2	4	10	ИЛ	
Тема 6. Понятие изображения, знака, символа в дизайне. Влияние формы на восприятие в дизайне. Интеграция знаков в дизайн-систему. Понятие ментальной модели. Особенности музыкального эмоционального воздействия на аудиторию. Абдуктивная логика медиа. Критическое мышление в поисках смысла концепции дизайна. Практическое занятие: Создание собственного знака в контексте определенной задачи или брифа.	1	4	8	АС	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	34	66		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)	2,5		24,5		
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-4	описывает роль дизайна в медиасфере. отбирает и использует адекватные художественно-коммуникативные средства дизайна в процессе подготовки к публикации. применяет принципы дизайн-мышления в проектировании медиапродукта для различных каналов коммуникации.	Тестирование Практико-ориентированные задания Устное собеседование

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	
4 (хорошо)	Ответ полный, стандартный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. В целом ответ демонстрирует	

	качественные знания, основанные на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	
3 (удовлетворительно)	Ответ демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.	
2 (неудовлетворительно)	Очевидны или непонимание заданного вопроса, или неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Обнаруживаются незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины, неумение сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины, многочисленные грубые ошибки. 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 7	
1	Разработайте проект концепции дизайна телеканала.
2	Разработайте проект концепции дизайна СМИ с опорой на следующие методы: словесный мозговой штурм (творческая группа); визуальный мозговой штурм (представители аудитории СМИ).
3	Разработайте проект пропаганды и психологии мотиваций для включения его в общую концепцию дизайна медиа.
4	Определите особенности цветовой символики, абстракции и визуальной метафоры в структуре концепции дизайна СМИ.
5	Разработайте макет, который будет представлять основу дизайнерской модели СМИ.
6	Спроектируйте логотип издания/теле-, радиопрограммы или теле-, радиоканала.
7	Определите особенности влияния дизайна на имидж СМИ.
8	Разработайте проект дизайна для Web-сети.
9	Спроектируйте концепцию мультимедийного дизайна для традиционного СМИ.
10	Разработайте основы концепции дизайна кампании по продвижению СМИ на рынок.
11	Абдуктивная логика.
12	Аксиология медиа.
13	Социальная значимость дизайна.
14	Стратегии идентификации.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Что не является характерной чертой массовой коммуникации:

- а) техническая опосредованность;
- б) направленность на широкую и гетерогенную аудиторию
- в) доступность
- г) убеждающее воздействие
- д) агрессивность

Художественно-проектная деятельность, направленная на создание визуальной программы или системы

– это:

- а) графический дизайн
- б) граффити
- в) система айдентики
- г) брендинг

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Кейс 1. Разработать несколько концепций дизайна: а) печатного; б) телевизионного медиапродукта; в) радио или интернет и иного медиапродукта (на выбор студента). Отразить основные подходы и способы решения дизайнерских задач, психологические и правовые основы концепции.

Требования к кейсу:

- Четкое соответствие цели, поставленной при создании
- Иллюстрирование нескольких аспектов экономической жизни
- Актуальность на сегодняшний день
- Иллюстрирование типичных ситуаций
- Наличие нескольких решений.

Кейс 2. Выбрать ролик-победитель на одном из международных или региональных конкурсах, и охарактеризовать авторский стиль и критерии успеха.

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

Экзамен проводится в устной форме, время подготовки 20 минут, ответ на 1 вопрос и 1 практико-ориентированное задание.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Томасова, Д. А.	Развитие и применение дизайн-мышления в маркетинговых исследованиях	Саратов: Вузовское образование	2021	http://www.iprbookshop.ru/110122.html
Пигулевский, В. О., Стефаненко, А. С.	Дизайн визуальных коммуникаций	Саратов: Вузовское образование	2021	http://www.iprbookshop.ru/102235.html
Леврик Михаэль, Линк Патрик, Лейфер Ларри	Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам	Санкт-Петербург: Питер	2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=365312
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Костюк И. С.	Этика современного дизайна	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202073

Курушин В.Д.	Дизайн и реклама: от теории к практике	Москва: ДМК Пресс	2017	http://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=364406
--------------	--	-------------------	------	---

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

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

Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>

Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>

Интегрированный информационный ресурс электронной научной библиотеки «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска