

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.03.01** Проектирование фирменного дизайна

Учебный план: 2025-2026 42.04.01 ИБК Бренд-комм ЗАО №2-3-38.plx

Кафедра: **60** Бренд-коммуникаций

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

Профиль подготовки:  
(специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

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				
1	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
2	УП		43	13	2	Курсовой проект, Зачет
	РПД		43	13	2	
Итого	УП	4	75	13	3	
	РПД	4	75	13	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

кандидат искусствоведения, Доцент

\_\_\_\_\_

Андреева Вера  
Александровна

без степени, Доцент

\_\_\_\_\_

Шемшуренко Евгений  
Григорьевич

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой бренд-коммуникаций

\_\_\_\_\_

Савицкая Вероника  
Юрьевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Савицкая Вероника  
Юрьевна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области проектирования фирменного дизайна и возможностей применения проектного мышления в профессиональной области.

### 1.2 Задачи дисциплины:

создать теоретическую базу для понимания особенностей и тенденций развития графического дизайна XXI вв., как средства рекламы и особенностей визуальной коммуникации;  
способствовать развитию проектного 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
- Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов
- Основы научных исследований в профессиональной сфере
- История публичных коммуникаций
- Мировые культуры и межкультурные коммуникации
- Интегрированные маркетинговые коммуникации

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-1: Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью**

**Знать:** современную функциональную структуру проектирования фирменного дизайна, направленного на создание идентичности бренда (проекта).

**Уметь:** осуществлять проектные исследования с целью разработки и продвижения фирменного дизайна.

**Владеть:** навыками использования принципов и инструментов визуальной идентичности в прикладной деятельности по особенностям процесса проектирования фирменного дизайна с учетом основных критерий качества и действенности проекта.

### 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. Графический дизайн как средство визуальной коммуникации	1				
Тема 1. Введение. Графический дизайн как “синтетическая” коммуникация. Выдающиеся дизайнеры-графики конца XX в.		2		16	ИЛ
Тема 2. Основные художественные средства графического дизайна. Выбор шрифтов и их применение в дизайне рекламной продукции. Основные принципы композиционно-художественного формообразования.		2		16	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация (Курсовой проект, Зачет)		3,25			
Раздел 1. Графический дизайн как средство визуальной коммуникации	2				
Тема 3. Формирование фирменного стиля бренда. Элементы и носители фирменного стиля.				2	ИЛ
Раздел 2. Проектирование фирменного дизайна.					
Тема 4. Особенности процесса проектирования (сбор информации, определение проблемы и т. д. ). Система визуальной идентификации бренда – айдентика. Создание брендбука. Практические занятия. Создание иконического знака; соединение знака и текста в фирменном знаке. Практические занятия. Поиск потенциальных			8	21	ИЛ
Тема 5. Дизайн как средство продления жизни бренда. Бренд и дизайн. Практические занятия. Создание визитки и фирменного бланка. Разработка евробуклета; анимированного баннера; веб-страниц и управление контентом. Подготовка к защите КР.			8	20	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		16	43		
Консультации и промежуточная аттестация (Курсовой проект, Зачет)	3,25				
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		23,25	75		

### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

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

Цель курсового 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: Визуальные идентификаторы бренда (характеристики, функции, анализ практики использования в рекламе).  
 Средства проектирования в графическом дизайне (характеристики, функции, анализ практики использования в рекламе).  
 Графический дизайн как коммуникативная система и средство рекламы.  
 Фотографика, как средство графического дизайна (виды/типы рекламных фотографий, функции, анализ практики использования).  
 Визуальные и вербальные элементы в дизайне рекламных сообщений (характеристики, функции, анализ практики использования в рекламе).  
 Композиционные принципы в дизайне рекламы (характеристики, функции, анализ практики использования).  
 Элементы фирменного стиля (характеристики, функции, анализ практики использования в рекламе).  
 Методы мультимедиа, дизайн-графики, видеосинтеза в рекламных коммуникациях.  
 Упаковка как средство рекламной коммуникации (типы/виды, функции, анализ практики использования).  
 Товарный знак как основа корпоративной идентификации (типы/виды, функции, анализ практики использования).  
 Носители фирменного стиля как инструмент продвижения предприятия (характеристики, функции, анализ практики использования в рекламе).  
 Проектирование и использование в рекламе фирменных шрифтов (виды шрифтовых классификаций, критерии выбора, анализ практики использования в рекламе).  
 История предприятия в рекламе (рассмотреть одну или несколько отечественных/зарубежных организаций/предприятий и виды их рекламы, анализ практики использования).  
 Бренд и дизайн ( характеристика видов отношений в культуре, анализ проектов).  
 Место графического дизайна как проектной деятельности в рекламных коммуникациях (определение, жанровое многообразие, сфера деятельности графического дизайнера).  
 Авторская разработка комплекса рекламно-информационных материалов для любой фирмы-производителя (характеристика видов рекламно-информационных материалов, этапы проектирования, анализ практики использования).  
 Айдентика бренда (характеристика элементов, функции, анализ практики использования).

#### 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 полупетельный. 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 современную функциональную структуру проектирования фирменного дизайна; характеризует проектные исследования с целью разработки и продвижения фирменного дизайна с использованием современного технологического и профессионального инструментария; разрабатывает проект фирменного дизайна с учетом основных критериев качества и действенности проекта.	Вопросы к устному собеседованию 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	<p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных положений дисциплины.</p> <p>Многочисленные грубые ошибки.</p> <p>Непонимание заданного вопроса.</p> <p>Отсутствие понимания даже отдельных проблем дисциплины. Небрежное выполнение и/или не выполнение практической работы.</p> <p>Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).</p>	

## 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 2	
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>				
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>
Лобанов Е. Ю.	Дизайн-проектирование	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2022	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202261">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202261</a>
Шемшуренко Е. Г.	Программные пакеты в коммуникативном дизайне	СПб.: СПбГУПТД	2018	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018136">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018136</a>
<b>6.1.2 Дополнительная 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>
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>
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>
Сивунова М Е	Художественное проектирование рекламного продукта. МДК.01.01	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2022	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022183">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022183</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  
 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