

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.40**

Коммуникационный дизайн в продвижении туристского продукта

Учебный план: 2025-2026 43.03.02 ИБК Тех и орг внутр и въезд тур в Рос ОО №1-1-116.plx

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

Направление подготовки:  
(специальность) 43.03.02 Туризм

Профиль подготовки: Технология и организация внутреннего и въездного туризма в России  
(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	16	32	59,75	0,25	Зачет
	РПД	16	32	59,75	0,25	
Итого	УП	16	32	59,75	0,25	
	РПД	16	32	59,75	0,25	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Минобрнауки России 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:

\_\_\_\_\_

## 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

<b>ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта</b>
---

<b>Знать:</b> возможности информационно-телекоммуникационной сети Интернет для продвижения туристского продукта
---

<b>Уметь:</b> использовать коммуникационный дизайн в продвижении туристского продукта.
--

<b>Владеть:</b> 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	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Визуальные средства коммуникационного дизайна	7					О
Тема 1. Образы и их интерпретация. Шесть точек зрения.		1		4	ГД	
Тема 2. Средства визуальной коммуникации от иероглифа до фотографии. Технологии новых медиа.		2		4	ИЛ	
Тема 3. Графический дизайн и гештальт-психология.		1		4	Т	О
Раздел 2. Айдентика и продвижение бренда						
Тема 4. Фирменный стиль как компонент языка общения с целевой аудиторией. Практические занятия: Создание информационной структуры брендбука.		2	3	11	РИ	
Тема 5. Айдентика как условие существования бренда		1		8	ИЛ	
Тема 6. Продвижение бренда средствами айдентики. Практические занятия: Исследование возможности продвижения бренда средствами айдентики в условиях конкуренции.		2	3	6,75	ИЛ	РГР
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.		2	8	4	ИЛ	
Тема 8. Айдентика - разработка средствами графики и типографики. Практическая работа: разработка элементов фирменного стиля компании, работающей в области туристского бизнеса.	2	4	6	Т		
Тема 9. Айдентика - разработка средствами фотографии. Практическая работа: создание серии фотографий для использования в продвижении туристского продукта.	2	4	6	Т	РГР	
Тема 10. Коммуникационный дизайн. Воплощение и каналы распространения. Практическая работа: разработка макета непрямой рекламы туристского продукта и технического задания на его продвижение.	1	10	6	Т		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	16	32	59,75			
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		48,25		59,75		

#### 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
Семестр 7	
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) Комплексное задание:

Задание состоит из нескольких этапов:

а) Сформулировать бриф с описанием выдуманного бренда. Бренд должен быть в области туризма.

В том числе:

- Придумать название бренда и его девиз

- Выполнить обзор рынка и отстройку от конкурентов (визуальную).

- Составить послание и сформулировать миссию)

- Задать набор ключевых слов, включая эмоциональные эпитеты, и дерево синонимов к ним;

- Задать цветовую палитру оформления и обосновать ее психо-физиологией цветового восприятия.

Выбранные цвета назначить в макетах из встроенной в ПО палитры Pantone CMYK Coated.

- Создать символ бренда. Для этого взять любой природный объект, форму или живое существо и путем последовательных перерисовок/упрощений прийти к символической форме;

- Совместить символ бренда с его названием и разработать логотип бренда. Логотип должен быть выполнен в нескольких цветовых схемах - штриховой черно-белый (как тушью), штриховой монохромный, полутоновый или штриховой цветной.

Использование теней не допускается.

Обеспечить эмоциональное соответствие логотипа и миссии.

б) Разработать фирменный бланк, шаблоны деловых писем, визитки, евробуклета, наружной рекламы и оформления сайта.

в) Изучить различные образцы брендбуков и создать новый брендбук для своего бренда.

При верстке брендбука использовать модульную сетку.

Включить в брендбук формулировку миссии, логотип с вариантами его окраски и инструкцией по применению, обоснование использования шрифтов - в рекламе и деловой документации, шаблоны деловых писем, фирменных бланков, визиток, буклетов, наружной рекламы и оформления сайта. И использованные шрифты должны содержать минимум по 2 начертания.

Привести примеры использования фирменного стиля на мокапах (муляжах).

г) Составить медиа-план продвижения продукта.

д) Представить все этапы проектирования в презентации, включая обзор рынка, визуальную отстройку от айдентики конкурентов, наброски и этапы формирования логотипа, предложения по компоновке, варианты шрифтовых решений, процесс создания знака.

Всего минимум три рабочих варианта.

Макеты (евробуклет и визитки) выполняются в векторном редакторе (Adobe Illustrator) в цветовой палитре CMYK и представляются отдельно от презентации в формате ai или PDF из иллюстратора. В презентацию также необходимо включить весь иллюстративный материал (в виде скриншотов).

Презентация - также в формате pptx.

### 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.

Возможно прохождение промежуточной аттестации по дисциплине путем выполнения обучающимся по выбору преподавателя всех либо части типовых практико-ориентированных заданий с оформлением результатов в виде презентации и необходимого теоретического обоснования.

## 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>				
Медведев В. Ю.	Цветоведение и колористика: учебное пособие (курс лекций)	Санкт-Петербург: Страта	2020	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=372122">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=372122</a>
Еркович, В. В.	Проектирование в дизайне	Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО)	2022	<a href="https://www.iprbookshop.ru/125422.html">https://www.iprbookshop.ru/125422.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
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>
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>
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>
Аббасов, И. Б.	Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS6	Саратов: Профобразование	2021	<a href="http://www.iprbookshop.ru/108004.html">http://www.iprbookshop.ru/108004.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

**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