

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.09**

Арт-коллаборации и проектирование брендов

Учебный план: 2026-2027 42.03.01 ИБК АКиВКвБ ОО №1-1-163.plx

Кафедра:

**37**

Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:  
(специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:  
(специализация)

Арт-коммуникации и визуальная культура в бизнесе

Уровень образования:

бакалавриат

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 |                |                   |                          |                                      |
| 7                         | УП  | 32                               | 32                | 53             | 27                | 4                        | Экзамен                              |
|                           | РПД | 32                               | 32                | 53             | 27                | 4                        |                                      |
| Итого                     | УП  | 32                               | 32                | 53             | 27                | 4                        |                                      |
|                           | РПД | 32                               | 32                | 53             | 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):

старший преподаватель

\_\_\_\_\_

Кислицына Анастасия  
Алексеевна

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:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций и современных знаний о проектировании брендов, визуальных коммуникациях в арт-дирекшене.

**1.2 Задачи дисциплины:**

- развить исходный уровень общепрофессиональных компетенций;
- дать базовые понятия и сформировать представление о коммуникационной сфере как отдельной сфере деятельности по созданию и реализации визуальных концепций: айдентики, фирменного стиля, дизайна рекламы, оформлению ивентов, онлайн-площадок, игр и т.д.
- определить специфику и дать представление о спектре технологий проектирования брендов;
- дать представления об особенностях реализации задач профессиональной деятельности в сфере прикладных коммуникаций в контексте арт-коммуникаций.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

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

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

Маркетинговые исследования в профессиональной сфере

Фандрайзинг и социальное партнерство

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| ПК-2: Способен разрабатывать коммуникационную стратегию для медиапродукции                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Знать:</b> особенности коммуникационного построения и управления брендом с использованием ресурсов современной культуры; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность; |
| <b>Уметь:</b> эффективно использовать современными культурные ресурсы для разработки бренда, выявлять актуальные темы для целевой аудитории;                                                                                                       |
| <b>Владеть:</b> навыками интегрирования различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций при проектировании бренда.                                                                                                             |

### 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. Раздел 1. Коллаборации в бизнес- коммуникациях                                                                                                                                        | 7                         |                   |               |              |                              | О,Пр                          |
| Тема 1. Основы арт-коллабораций<br>Практическое занятие: Анализ успешных кейсов арт-коллабораций из разных отраслей.                                                                            |                           | 4                 | 2             | 7            |                              |                               |
| Тема 2. Визуальная коммуникация и арт-дирекшн<br>Практическое занятие: Разработка стилистики и дизайна для рекламной кампании с использованием коллаборативного подхода.                        |                           | 2                 | 2             | 4            |                              |                               |
| Тема 3. Управление командой и работа в коллаборации<br>Практическое занятие: Создание команды для реализации проекта по разработке бренда                                                       |                           | 2                 | 2             | 4            |                              |                               |
| Раздел 2. Раздел 2. Проектирование брендов                                                                                                                                                      |                           |                   |               |              |                              | ДЗ,О,Д                        |
| Тема 4. Технологии проектирования брендов<br>Практическое занятие: Принципы брендинга.                                                                                                          |                           | 2                 | 2             | 6            |                              |                               |
| Тема 5. Концепция брендинга и идентичности бренда<br>Практическое занятие: Создание мудборда и иллюстрации для концепции нового бренда.                                                         |                           | 2                 | 2             | 2            |                              |                               |
| Тема 6. Стратегия развития и позиционирование бренда<br>Практическое занятие: Разработка стратегии продвижения бренда на основе SWOT-анализа и конкурентной среды.                              |                           | 2                 | 2             | 2            |                              |                               |
| Тема 7. Дизайн упаковки и презентация продукта<br>Практическое занятие: Создание дизайна упаковки продукта с учетом брендинга и идентичности бренда.                                            |                           | 2                 | 2             | 2            |                              |                               |
| Тема 8. Этика и ответственность в брендинге<br>Практическое занятие: Обсуждение этических вопросов и задач ответственного брендинга.                                                            |                           | 2                 | 2             | 2            |                              |                               |
| Раздел 3. Раздел 3. Проектирование коллабораций                                                                                                                                                 |                           |                   |               |              |                              | ДЗ,Пр,О,П                     |
| Тема 9. Исследование целевой аудитории и трендов<br>Практическое занятие: Проведение экспериментального исследования предпочтений и вкусов целевой аудитории для создания уникального продукта. |                           | 4                 | 4             | 4            |                              |                               |

|                                                                                                                                                                                                  |  |      |    |      |  |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------|----|------|--|--|
| Тема 10. Проектирование мероприятий и промо-акций<br>Практическое занятие: Планирование промо-акций и арт-событий для продвижения бренда                                                         |  | 4    | 4  | 4    |  |  |
| Тема 11. Использование социальных сетей и онлайн-маркетинга<br>Практическое занятие: Разработка контент-плана для продвижения бренда в социальных сетях.                                         |  | 2    | 4  | 4    |  |  |
| Тема 12. Творческий проект "Создание собственного бренда"<br>Практическое занятие: Разработка концепции, дизайна и стратегии продвижения собственного бренда с использованием полученных знаний. |  | 4    | 4  | 12   |  |  |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)                                                                                                                                                              |  | 32   | 32 | 53   |  |  |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)                                                                                                                                                |  | 2,5  |    | 24,5 |  |  |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>                                                                                                                                                |  | 66,5 |    | 77,5 |  |  |

#### 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-2            | Объясняет принципы разработки коммуникационной стратегии; специфику брендинга в контексте современной культуры; использует актуальные брендинговые стратегии; осуществляет комплекс маркетинговых коммуникаций при проектировании бренда. |                                  |

##### 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 |  |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## 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         | Современные требования к квалификации коммуникационного персонала. Понятие «цифровые компетенции»                                  |
| 2         | Медиакультура и медиаиндустрия                                                                                                     |
| 3         | Анализ успешных кейсов арт-коллабораций из разных отраслей.                                                                        |
| 4         | Разработка концепции, дизайна и стратегии продвижения бренда.                                                                      |
| 5         | Конвергенция в СМИ                                                                                                                 |
| 6         | Целевая аудитория                                                                                                                  |
| 7         | Творческий проект "Создание собственного бренда"                                                                                   |
| 8         | Этика и ответственность в брендинге                                                                                                |
| 9         | Создание команды для реализации проекта по разработке бренда.                                                                      |
| 10        | Концепция брендинга и идентичности бренда                                                                                          |
| 11        | VR- / AR-решения для создания иммерсивного контента                                                                                |
| 12        | Управление командой и работа в коллаборации                                                                                        |
| 13        | Разработка контент-плана для продвижения бренда в социальных сетях.                                                                |
| 14        | Использование социальных сетей и онлайн-маркетинга                                                                                 |
| 15        | Создание мудборда и иллюстрации для концепции нового бренда.                                                                       |
| 16        | Планирование промо-акций и арт-событий для продвижения бренда.                                                                     |
| 17        | Дизайн упаковки и презентация продукта. Создание дизайна упаковки продукта с учетом брендинга и идентичности бренда.               |
| 18        | Анализ больших данных о предпочтениях и поведении потребителей                                                                     |
| 19        | Стратегия развития и позиционирование бренда. Разработка стратегии продвижения бренда на основе SWOT-анализа и конкурентной среды. |
| 20        | Технологии проектирования брендов                                                                                                  |
| 21        | Проведение экспериментального исследования предпочтений и вкусов целевой аудитории для создания уникального продукта.              |
| 22        | Визуальная коммуникация и арт-дирекшн                                                                                              |
| 23        | Исследование трендов и динамики запросов в Google Trends, Wordstat.Yandex и т.д.                                                   |
| 24        | Разработка стилистики и дизайна для рекламной кампании с использованием коллаборативного подхода.                                  |
| 25        | Исследование целевой аудитории и трендов в дизайне                                                                                 |
| 26        | Креативные индустрии и арт-дирекшн                                                                                                 |

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Назовите главное отличие рекламы от PR:
  - а) проводится через средства массовой информации;
  - б) ориентирована на привлечение внимания потенциального потребителя услуг;
  - в) имеет односторонний характер;
  - г) направлена на реализацию товаров и услуг.
2. 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)

1. Предложите проект стратегических бизнес-коммуникаций для компании.
2. Назовите оптимальные цифровые инструменты коммуникационной сферы (схема ответа – название сервиса, ссылка, назначение, операция, описание).
3. Разработайте коллаборативный проект для бренда.

## 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. Все обучающиеся проходят предварительно интернет тестирование с сервисом onlinetestpad.com. Далее, обучающийся получает 1 вопрос и 1 практико-ориентированное задание. На подготовку к ответу по билету экзамена обучающемуся дается 20 мин.

Во время сдачи экзамена обучающемуся не разрешается пользоваться словарями, справочниками и иными учебно-методическими и научными материалами по изученному курсу.

При ответе на билет обучающийся должен быть способен связно излагать (а не читать) подготовленный ответ и свободно переходить к ответам на вопросы преподавателя.

В итоговой оценке учитываются результаты всех этапов (тест, вопрос, задание).

## 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>       |                                           |                                                                                           |             |                                                                                                                                     |
| Шохнех, А. В.                                  | Стратегическое управление и бизнес-анализ | Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена» | 2023        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/129114.html">https://www.iprbooks.hop.ru/129114.html</a>                                       |
| Макашева З. М., Макашев М. О.                  | Брендинг: Учебное пособие.                | Санкт-Петербург: Питер                                                                    | 2021        | <a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=377968">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=377968</a> |
| Белый, Е. М., Романова, И. Б.                  | Управление проектами                      | Москва: Ай Пи Ар Медиа                                                                    | 2023        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/127576.html">https://www.iprbooks.hop.ru/127576.html</a>                                       |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b> |                                           |                                                                                           |             |                                                                                                                                     |

|                                                                                                                    |                                              |                                       |      |                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ishkov, A. D.,<br>Miloradova, N. G.,<br>Abramova, N. V.,<br>Magera, T. N.,<br>Maksimova, E. V.,<br>Romanova, E. V. | Leadership and Team<br>Management            | Москва: MISI – MGSU                   | 2023 | <a href="https://www.iprbookshop.ru/134612.html">https://www.iprbookshop.ru/134612.html</a> |
| Бердников И. П.,<br>Стрижова А. Ф.                                                                                 | PR-коммуникации                              | Москва: Дашков и К, Ай<br>Пи Эр Медиа | 2019 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/83123.html">http://www.iprbookshop.ru/83123.html</a>     |
| Головлева, Е. Л.                                                                                                   | Массовые коммуникации и<br>медиапланирование | Москва: Академический<br>проект       | 2020 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/110054.html">http://www.iprbookshop.ru/110054.html</a>   |

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

1. Профессиональный стандарт специалиста по связям с общественностью [Электронный ресурс] // Российская ассоциация по связям с общественностью. – Режим доступа : <https://www.raso.ru/profstandart.php>]
2. Группа компаний HeadHunter [HR for Business Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://spb.hh.ru/>]
3. SuperJob [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.superjob.ru/research/>
4. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов – Режим доступа: <http://fgosvo.ru/fgosvo/146/145/19/92>
5. Электронный научный журнал «МедиаСкоп» –URL: [<http://www.mediascope.ru>]
6. Электронный научный журнал «МедиаАльманах» <http://mediaalmanah.ru/>
7. Сайт международной ассоциации консультантов в области связей с общественностью. URL: <http://www.icco.org>
8. Сайт ассоциации компаний консультантов в области связей с общественностью. URL: <http://www.akospr.ru>
9. Сайт профессионального PR-портала «Советник.ру». URL: <http://sovetnik.ru>
10. Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>.
11. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>.
12. Атлас новых профессий. URL: <http://atlas100.ru/future/>
13. Агентство инноваций Москвы URL: [www.innoagency.ru](http://www.innoagency.ru)
14. Сервисы Yandex: (например «Яндекс.Метрика» — бесплатный интернет-сервис компании Яндекс, предназначенный для оценки посещаемости веб-сайтов, и анализа поведения пользователей).
15. Сервисы google.
16. Сервисы для создания инфографики: Easel.ly, <https://www.powtoon.com>, Infogr.am и др.
17. Сервисы видеоконференцсвязи и интерактивных досок: zoom, [telemost.yandex](http://telemost.yandex.ru), webinar; <https://www.spiderscribe.net>, <http://www.mindmeister.com>, <https://miro.com/> и др.

## 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 |
| Учебная аудитория    | Специализированная мебель, доска                              |