

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.40**

Коммуникационный дизайн в продвижении туристского продукта

Учебный план: 2026-2027 43.03.02 ИБК Техн и орг гост услуг ОО №1-1-117.plx

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

Направление подготовки:  
(специальность) 43.03.02 Туризм

Профиль подготовки: Технология и организация гостиничных услуг  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) |     | Контактная работа обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоёмкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|-----|-------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------------|--------------------------------------|
|                           |     | Лекции                        | Практ.<br>занятия |                |                   |                      |                                      |
| 7                         | УП  | 16                            | 32                | 59,75          | 0,25              | 3                    | Зачет                                |
|                           | РПД | 16                            | 32                | 59,75          | 0,25              | 3                    |                                      |
| Итого                     | УП  | 16                            | 32                | 59,75          | 0,25              | 3                    |                                      |
|                           | РПД | 16                            | 32                | 59,75          | 0,25              | 3                    |                                      |

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<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. 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                           |                               |
| Раздел 3. Программные и технические средства коммуникационного дизайна                                                                                                                         |                           |                   |               |              |                              | РГР                           |
| 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                            |                               |
| 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.<br>Выбирает средства коммуникации, актуальные для продвижения туристского продукта в заданных условиях.<br>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         | Фотография 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>       |                                                           |                                                                                 |             |                                                                                                                                     |
| Еркович, В. В.                                 | Проектирование в дизайне                                  | Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО)            | 2022        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/125422.html">https://www.iprbooks.hop.ru/125422.html</a>                                       |
| 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> |
| Аббасов, И. Б.                                 | Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS6 | Саратов: Профобразование                                                        | 2021        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/108004.html">https://www.iprbooks.hop.ru/108004.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>                                             |
| 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>                                             |
| 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>     |

### 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 |