

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 Тех и орг внутр и въезд тур в Рос ЗАО №1-3-116.plx

Кафедра:

22

Истории и теории дизайна и медиакommunikаций

Направление подготовки:
(специальность)

43.03.02 Туризм

Профиль подготовки:
(специализация)

Технология и организация внутреннего и въездного туризма в России

Уровень образования:

бакалавриат

Форма обучения:

заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4		32		1	
	РПД	4		32		1	
5	УП	4	8	56	4	2	Зачет
	РПД	4	8	56	4	2	
Итого	УП	8	8	88	4	3	
	РПД	8	8	88	4	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

ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта
Знать: возможности информационно-телекоммуникационной сети Интернет для продвижения туристского продукта
Уметь: использовать коммуникационный дизайн в продвижении туристского продукта.
Владеть: 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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Визуальные средства коммуникационного дизайна	4				
Тема 1. Образы и их интерпретация. Шесть точек зрения.		1		12	ГД
Тема 2. Средства визуальной коммуникации от иероглифа до фотографии. Технологии новых медиа.		2		12	ИЛ
Тема 3. Графический дизайн и гештальт-психология.		1		8	Т
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Айдентика и продвижение бренда	5				
Тема 4. Фирменный стиль как компонент языка общения с целевой аудиторией. Практические занятия: Создание информационной структуры брендбука.		1	1	8	РИ
Тема 5. Айдентика как условие существования бренда		1		6	ИЛ
Тема 6. Продвижение бренда средствами айдентики. Практические занятия: Исследование возможности продвижения бренда средствами айдентики в условиях конкуренции.		1	0,5	4	ИЛ
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.			1,5	8	ИЛ
Тема 8. Айдентика - разработка средствами графики и типографики. Практическая работа: разработка элементов фирменного стиля компании, работающей в области туристского бизнеса.		0,5	1,5	10	Т
Тема 9. Айдентика - разработка средствами фотографии. Практическая работа: создание серии фотографий для использования в продвижении туристского продукта.			1,5	10	Т
Тема 10. Коммуникационный дизайн. Воплощение и каналы распространения. Практическая работа: разработка макета непрямой рекламы туристского продукта и технического задания на его продвижение.		0,5	2	10	Т
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	56	

Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		16,25	88	

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
Курс 5	
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, полутонный 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
6.1.1 Основная учебная литература				
Еркович, В. В.	Проектирование в дизайне	Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО)	2022	https://www.iprbooks.hop.ru/125422.html
Медведев В. Ю.	Цветоведение и колористика: учебное пособие (курс лекций)	Санкт-Петербург: Страта	2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=372122
Аббасов, И. Б.	Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS6	Саратов: Профобразование	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/108004.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Есаулова, С. П.	Информационные технологии в туристической индустрии	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/80359.html
Носков А. А.	Дизайн-проектирование. Айдентика экранных изделий	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019111
Божко, А. Н.	Цифровой монтаж в Adobe Photoshop CS	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/79727.html

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