

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

ОП.12

Стратегии визуальных коммуникаций

Учебный план: № 26-02-1-16

Код, наименование
специальности,

направленность 54.02.01 Дизайн (по отраслям), Промышленная графика

Квалификация

выпускника дизайнер

Уровень

образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Трудоемкость учебной дисциплины	76	
	Из них аудиторной нагрузки	54	
	Лекции, уроки	36	
	Практические занятия	18	
	Консультации		
	Промежуточная аттестация	6	
	Курсовой проект (работа)		
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Самостоятельная работа	16	
	Экзамен	7	
	Зачет		
	Контрольная работа		
	Курсовой проект (работа)		

**Санкт-Петербург
2026**

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии
с федеральным государственным образовательным стандартом
среднего профессионального образования по специальности
54.02.01 Дизайн (по отраслям), утверждённым приказом
Минпросвещения России от **05.05.2022 N 308 (ред. от 03.07.2024)**

Составитель(и): Зуева Т.Н., Калинина Л.В.

(Ф.И.О.)

Председатель цикловой
комиссии:

Красильникова М.В.

(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Леонов С.А.

(Ф.И.О.)

Методический отдел: Ястребова С.А.

(Ф.И.О. сотрудника отдела)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части общепрофессионального цикла образовательной программы (ОП).

Дисциплина обеспечивает формирование общих (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающегося следующих компетенций на базе полученных знаний и умений

Код и формулировка ОК, ПК	Знания	Умения
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности, значимость профессиональной деятельности по специальности; основные особенности современных маркетинговых коммуникаций; базовые методы офлайн-коммуникаций (наружную, печатную и сувенирную рекламу, рекламу в местах продаж, POS-материалы); приемы структурирования информации	выделять основные этапы маркетинговой коммуникационной кампании; выделять задачи коммуникационной кампании и исследования в рекламе (количественные и качественные)
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	особенности формирования рекламного обращения; виды, формы и правила создания современной маркетинговой коммуникации в сети интернет; примеры креативных концепций коммуникационных кампаний	планировать коммуникационные кампании; разрабатывать креативные концепции коммуникационной кампании; применять современную научную профессиональную терминологию; разрабатывать рекламные концепции и оформлять рекламные носители на государственном и иностранных языках
ПК 1.3 Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ	базовые методы онлайн-коммуникаций: медийную рекламу, технологии продвижения web-сайта, SMM-маркетинг, e-mail рассылки; правила создания эффективного текста, виды иллюстраций, вербальные и визуальные элементы разработки страницы сайта рекламы; законы формообразования применительно к практической деятельности	разрабатывать креативные концепции коммуникационной кампании с применением компьютерных программ; выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм; проводить работу по анализу исходных данных, подготовительного материала, выполнять необходимые предпроектные исследования

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

2.1. Тематический план и содержание дисциплины:

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
1	2	3
Тема 1. Рекламное обращение: виды, формы и правила создания	Содержание учебного материала:	22
	Современные маркетинговые коммуникации. Определение целей и задач курса. Понятийно - терминологический	2
	Понятие и основные особенности современных маркетинговых коммуникаций. Базовые методы офлайн-коммуникаций: наружная реклама, ambient media, печатная реклама, сувенирная реклама, реклама в местах продаж POS-материалы	4
	Базовые методы онлайн-коммуникаций: медийная реклама, технологии продвижения web-сайта. SMM-маркетинг, e-mail рассылки, современные системы взаимодействия с аудиторией	4
	Коммуникационная кампания: основные этапы. Форматы программ продвижения: рекламная кампания, рекламная акция, флешмоб Текущий контроль – устный опрос	4
	Цели и задачи коммуникационной кампании. Исследования в рекламе: количественные и качественные исследования	2
	Опрос, наблюдение, фокус-группа, глубинное интервью, эксперимент, проекционные методики Текущий контроль – устный опрос	2
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие № 1. Постановка цели и определение задачи коммуникационной кампании	2
	Практическое занятие № 2. Планирование коммуникационной кампании. Определение целевой аудитории	2
	Текущий контроль – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы	
Тема 2. Креативная концепция коммуникационной кампании	Содержание учебного материала:	32
	Креативная концепция коммуникационной кампании как основа её эффективности	4
	Маркетинговая, медийная и креативная концепции коммуникационной кампании	4
	Проблемы визуализации коммуникативного сообщения	4
	Основные приёмы формирования визуального образа: синонимия, антонимия, символизация, гиперболизация	4
	Визуальная метафора	2
	В том числе, практических занятий	14
	Практическое занятие № 3. Разработка креативной концепции коммуникационной кампании. Визуализация: приёмы. Разработка рекламной концепции и подбор рекламных носителей	2
	Практическое занятие № 4. Разработка визуально-графического сопровождения к коммуникационной кампании. Разработка коммуникативного сообщения для целевой аудитории	2
	Практическое занятие № 5. Разработка слогана. Разработка визуальной креативной идеи и медиастратегии	2
	Практическое занятие № 6. Разработка фирменного стиля коммуникационной компании. Разработка цветового решения	2
	Практическое занятие № 7. Разработка шрифтового решения. Разработка фирменного паттерна	2

	Практическое занятие № 8. Создание презентации проекта.	2
	Практическое занятие № 9. Итоговое согласование визуальной подачи проекта	2
Текущий контроль – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы		
Самостоятельная работа обучающихся: оформление работ, подготовка к экзамену		16
Промежуточная аттестация: экзамен		6
ВСЕГО:		76

2.2 Курсовое проектирование
Не предусмотрено

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

3.1. Для реализации программы дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебный кабинет для теоретической и практической работы, оснащенный оборудованием:
стол, стул для преподавателя,
демонстрационная доска, шкафы,
компьютер с программным обеспечением Microsoft Windows 10 Pro; Office Standart 2016;
проектор, экран,
столы и стулья (по кол-ву обучающихся в группе),
графические материалы (линеры, маркеры, ручки капиллярные, перья, тушь, чернила и т.п.);
инструменты и аксессуары;
дидактические материалы;
методические демонстрационные пособия.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы дисциплины

3.2.1 Учебная литература

а) основная

1. Основы дизайна и композиции: современные концепции: учебник для среднего профессионального образования / ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586951>.

б) дополнительная:

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587419>.

3.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, в т. ч. электронные образовательные ресурсы

1. Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru>
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru>

4. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Наименование оценочных средств ПА
Отлично	Обучающийся демонстрирует глубокое понимание теоретических основ визуальных коммуникаций: принципов композиции, колористики, типографики, семиотики, психологии восприятия;	Просмотр выполненных

	свободное владение профессиональной терминологией и умение применять её для анализа и критики визуальных решений; способность разрабатывать комплексные стратегии визуальных коммуникаций с учётом целевой аудитории, целей бренда и контекста использования; высокий уровень практических навыков: создание макетов, логотипов, брендбуков, рекламных материалов с безупречным соблюдением визуальной иерархии, читаемости и стилистического единства; творческий подход и оригинальность идей при чётком соответствии брифу и задачам проекта; умение обосновать выбранные визуальные решения с точки зрения их эффективности, культурной релевантности и соответствия коммуникационной стратегии; безупречное оформление проектной документации: чёткая структура, высокое качество графических материалов, соответствие техническим требованиям; грамотную и уверенную защиту проекта: чёткие ответы на вопросы, способность аргументировать выбор визуальных средств, анализировать альтернативные варианты; отсутствие ошибок или наличие единичных несущественных недочётов, не влияющих на общее восприятие и эффективность решения	работ
Хорошо	Обучающийся показывает хорошее знание теоретического материала с небольшими пробелами (не более 1–2 тем), не искажающими общую картину; уверенное владение основными инструментами и методами визуальных коммуникаций, умение применять их на практике; качественное выполнение практических заданий с соблюдением базовых принципов дизайна, но с небольшими недочётами в деталях (например, незначительные нарушения цветовой гармонии или типографической сетки); способность разрабатывать стратегии визуальных коммуникаций с опорой на бриф, хотя не всегда с максимальной оригинальностью или глубиной проработки; достаточный уровень самостоятельности при выполнении заданий: иногда требуется незначительная корректировка со стороны преподавателя; чёткое оформление документации и презентаций с небольшими стилистическими или техническими недочётами (например, небольшие погрешности в вёрстке или экспорте файлов); уверенную защиту проекта: ответы на большинство вопросов, возможны затруднения с ответами на узкоспециальные или комплексные вопросы (например, о глубинных культурных кодах в визуальных образах)	
Удовлетворительно	Обучающийся обладает базовым уровнем знаний теории визуальных коммуникаций с существенными пробелами (2–3 темы), затрудняющими целостное восприятие дисциплины (например, слабое понимание принципов цветовой теории или типографики); ограниченным владением профессиональной терминологией: понимает основные понятия, но испытывает трудности с их применением в нестандартных ситуациях; выполнением практических заданий на минимально допустимом уровне: соблюдает ключевые требования (композиция, читаемость), но допускает ошибки в деталях или расчётах (например, не учитывает технические требования к печати);	

	частичным анализом задач: учитывает основные факторы (целевая аудитория, цель коммуникации), но игнорирует второстепенные (культурный контекст, тренды, нюансы восприятия); потребностью в помощи преподавателя для выполнения заданий: требуются подсказки, уточнения, пошаговое руководство; оформлением документации с заметными недочётами: нарушение структуры, нечёткие пояснения, ошибки в графической части (низкое разрешение изображений, некорректные цветовые профили); затруднениями при защите проекта: отвечает на простые вопросы, но не может обосновать выбор решений или проанализировать альтернативные варианты, слабо связывает визуальные элементы со стратегией коммуникации	
Неудовлетворительно	Обучающийся не владеет базовыми теоретическими знаниями визуальных коммуникаций: допускает грубые ошибки в понимании ключевых принципов (например, путает основные цветовые модели, не различает шрифты по категориям); не способен применять теоретические знания на практике: не выполняет анализ целевой аудитории, не разрабатывает визуальную стратегию, создаёт работы без чёткой концепции; демонстрирует низкий уровень практических навыков: работы не соответствуют базовым нормам дизайна (нарушение композиции, плохая читаемость, стилистическая несогласованность), содержат системные ошибки, делающие продукт непригодным для использования; не анализирует проектные задачи комплексно: игнорирует ключевые требования (целевая аудитория, цели коммуникации), не обосновывает решения, копирует чужие идеи без переработки; полностью зависим от помощи преподавателя: не может выполнить задание без подробных инструкций и постоянного контроля; оформляет документацию с грубыми нарушениями: отсутствие структуры, нечитаемые макеты, нелогичные пояснения, несоблюдение технических требований (например, использование RGB вместо CMYK для печатной продукции); не может защитить проект: не отвечает на базовые вопросы, не понимает сути выполненных работ, не способен аргументировать свои действия, не видит связи между визуальными элементами и коммуникационной стратегией; систематически пропускает занятия или не сдаёт обязательные работы в установленные сроки	