

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), Веб-дизайн

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	
	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): Красильникова М.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; примеры креативных концепций коммуникационных кампаний; стандарты и нормативы, регулирующие визуальное оформление и представление дизайн-проектов; основы структуры и формата различной профессиональной документации, включая технические задания, презентации, проектные отчеты и рекламные материалы; методы перевода специализированной терминологии и особенностей коммуникации в области дизайна на иностранный язык; правила цитирования и оформления ссылок на источники в профессиональной документации	разрабатывать креативные концепции коммуникационной кампании; анализировать и интерпретировать профессиональную документацию на русском и иностранном языках, включая технические условия и презентации; составлять и оформлять профессиональные документы, такие как техзадания, проектные отчеты и рекламные материалы, на русском и иностранном языке; применять специализированную терминологию при разработке и презентации дизайн-проектов; переводить и адаптировать документацию с учетом культурных и профессиональных особенностей целевой аудитории
ПК 1.3 Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ	основные принципы и этапы дизайнерского проектирования; современные специализированные компьютерные программы, используемые в дизайне пространственной среды (AutoCAD, SketchUp и др.); технические требования и стандарты, применяемые в дизайне пространственной среды; основы теории цвета, композиции и визуальной грамоты, важные для	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; разрабатывать проектную документацию, включая

	создания эффективных дизайнерских решений	планы, чертежи и спецификации, с использованием программного обеспечения
--	---	--

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:	16
	Дизайн-технологии в рекламе. Наружная реклама	2
	Мерчандайзинг	2
	Витринистика. Интерьеры ТЦ	2
	Сценарные технологии. Драматургическая схема. Методы создания визуальных образов	2
	Нейрореклама. Рекламные тексты. Слоганы. Технологии перевода словесного образа в визуальный гештальт	2
	Эстетические категории. Теория. Номинации	2
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие № 1. Презентация рекламного обращения Текущий контроль – устный опрос «Мышление, восприятие, воображение»	2
	Практическое занятие № 2. Сценарии в организации пространства кафе. Рекламные тексты. Слоганы. Предметный дизайн в эстетических номинациях	2
	Содержание учебного материала:	18
Тема 2. Современные маркетинговые коммуникации. Фирменный стиль. Плакат	Фирменный стиль. Бренд. Торговая марка	2
	Визитка. Логотип. Упаковка	2
	Интерьер. Фасад. Пространство открытое. Примеры рекламного дизайна в материале	2
	История плаката. Периодика	2
	Идеи, которые меняли графический дизайн. Стилистика	2
	В том числе, практических занятий	8
	Практическое занятие № 5. Примеры рекламного дизайна в архитектурном пространстве	2
	Практическое занятие № 6. Разработка витрин в магазине. Макет витрины Текущий контроль – устный опрос «Стилистика графических изображений в визитке и плакате». Таблица	2
	Практическое занятие № 8. Компоновка визитки, логотипа	2
	Практическое занятие № 9. Мокапы фирменного стиля. Компоновка плаката, афиши Текущий контроль – просмотр практических работ	2
	Содержание учебного материала:	20
Тема 3. Креативная концепция. Проект «Зона релакса»	Проект зоны релакса в жилом, общественном, производственном пространстве.	2
	ТРИЗ: постановка целей и задач УТП (улучшение качества жизни).	2
	Метаязык. Метапрограммы. Целевая аудитория.	2
	Имиджевые стратегии. Эстетические категории.	2
	Вкусовых потребительские предпочтения. Перевод в дизайнерские предложения.	2
	Эстетическая конструкция пространства зоны релакса.	2
	Эмоционально-психологическая конструкция пространства зоны релакса	2
	В том числе, практических занятий	6

	Практическое занятие № 11. Формирование идей. Анкета. Образ-модель персонажа. Мудборд пространства зоны релакса	2
	Практическое занятие № 15. Уникальное торговое предложение. Таблица	2
	Практическое занятие № 16. Создание презентации проекта «УТП зоны релакса» Текущий контроль – просмотр практических работ	2
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. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама / Курушин В.Д. — 3-е изд. — Саратов: Профобразование, 2024 — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145906.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная:

1. Курушин В. Д. Графический дизайн и реклама: самоучитель. — 2-е изд., эл. / В.Д. Курушин. - Москва: ДМК Пресс, 2023. - 272 с. - ISBN 978-5-89818-617-3. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/392315/reading> - Текст: электронный.

2. Россман, Р. Дизайн впечатлений: инструменты и шаблоны создания у клиента положительных эмоций от взаимодействия с компанией и продуктом / Р. Россман, М. Дюрден; перевод Е. Деревянко; под редакцией Л. Любавиной, Л. Макариной. — Москва: Альпина Пабlishер, 2026. — 332 с. — ISBN 978-5-9614-2726-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/158295.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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 принципов визуальных	

	коммуникаций и их роли в дизайне пространственной среды; свободно оперирует ключевыми понятиями и терминами: визуальный код, коммуникативная стратегия, айдентика, фирменный стиль, навигация, визуальная иерархия, инфографика, семиотика пространства, пользовательский опыт (UX), визуальное воздействие, метафора в дизайне, точка фокуса, паттерн восприятия и др.; знает основные стратегии визуальных коммуникаций и умеет применять их в проектировании пространств (торговых центров, музеев, офисов, общественных зон); грамотно разрабатывает коммуникативные концепции: создаёт визуальные системы, которые эффективно передают заданные смыслы и направляют поведение людей в пространстве; применяет инструменты визуальной коммуникации на практике: проектирует навигацию, информационные стенды, вывески, пиктограммы, интерактивные элементы, световые решения; решает практические задачи повышенной сложности: разрабатывает комплексные системы визуальных коммуникаций для сложных объектов (аэропорты, вокзалы, выставочные комплексы), моделирует сценарии взаимодействия пользователей с пространством; составляет профессиональные коммуникативные брифы и концепции: описывает цели, задачи, целевую аудиторию, каналы коммуникации, ключевые сообщения, визуальные решения; аргументированно представляет результаты работы: чётко излагает ключевые коммуникативные идеи, отвечает на сложные вопросы, обосновывает выбор визуальных решений с опорой на исследования и теорию дизайна; проявляет творческий подход: находит нестандартные способы передачи информации через визуальные средства, предлагает инновационные решения для навигации и информирования; выполняет задания в установленные сроки с высоким качеством результата, демонстрирует аккуратность и внимание к деталям в проработке визуальных элементов	Просмотр выполненных работ
Хорошо	Обучающийся владеет основным содержанием дисциплины, знает базовые стратегии визуальных коммуникаций и терминологию; разрабатывает коммуникативные решения с незначительными недочётами (например, не всегда оптимально выстраивает визуальную иерархию или не полностью учитывает особенности целевой аудитории); оперирует ключевыми терминами, но иногда допускает небольшие неточности в их трактовке или применении, которые исправляет после уточнения; анализирует коммуникативные задачи, но не всегда учитывает глубинные факторы (культурный контекст, возрастные особенности)	

	аудитории, специфику поведения в общественных пространствах); использует инструменты визуальной коммуникации на базовом уровне: создаёт навигационные схемы, информационные таблички, простые инфографические элементы, но может испытывать трудности с комплексными системами; отвечает на большинство вопросов преподавателя, в т.ч. дополнительных, но может допускать мелкие ошибки в интерпретации коммуникативных стратегий, которые устраняет после уточнения; демонстрирует понимание значимости визуальных коммуникаций для дизайна пространственной среды, но не всегда видит комплексные решения для сложных ситуаций; оформляет коммуникативные концепции с чёткими выводами, но иногда недостаточно развёрнуто аргументирует выбор визуальных средств или решений; выполняет задания в срок, но иногда требуется дополнительная проверка или корректировка визуальных решений	
Удовлетворительно	Обучающийся имеет фрагментарные знания теории, ориентируется только в простейших понятиях (цвет, форма, знак, символ, навигация, информация, шрифт, логотип, айдентика); слабо понимает взаимосвязь визуальных элементов и коммуникативных задач, путает понятия «визуальная иерархия» и «композиция», «айдентика» и «логотип», «инфографика» и «иллюстрация»; выполняет элементарные задания (создать простой знак, подобрать цвета для вывески, разместить информацию на стенде) с частыми ошибками, нуждается в подсказках и образцах; анализирует визуальные коммуникации поверхностно, не видит системных проблем или путей их решения (например, не учитывает влияние освещения на читаемость знаков или не анализирует маршруты движения пользователей); работает с коммуникативными инструментами только при наличии подробной инструкции, допускает ошибки в выборе шрифтов, цветов, символов или их размещении; решает только простейшие типовые задачи при наличии образца (например, может скопировать навигационную схему по шаблону, но не разработать её самостоятельно); отвечает только на простые вопросы базового уровня, испытывает трудности с развёрнутыми ответами и дополнительными вопросами о стратегиях коммуникации; проявляет низкий уровень самостоятельности, постоянно нуждается в контроле и подсказках при работе с коммуникативными материалами; не осознаёт роли визуальных коммуникаций в профессиональной деятельности дизайнера, не видит связи между грамотным проектированием и эффективностью передачи информации; допускает нарушения принципов визуальной коммуникации из-за недостаточного понимания	

	норм (например, использует нечитаемые шрифты, создаёт перегруженные композиции, игнорирует потребности МГН)	
Неудовлетворительно	Обучающийся не владеет базовыми знаниями по дисциплине: не знает основных принципов визуальных коммуникаций, не понимает сути стратегий и инструментов; не ориентируется в терминологии визуальных коммуникаций, путает или неверно трактует базовые понятия (визуальный код, навигация, айдентика, инфографика, UX, визуальная иерархия и т.п.); не может выполнить даже простейшие задания без посторонней помощи (например, отличить эффективный навигационный знак от неэффективного или подобрать контрастные цвета для читаемости); допускает грубые ошибки при работе с материалами (искажение смыслов, неверная интерпретация символов, пропуск обязательных элементов навигации); не решает типовые задачи даже с опорой на образец, допускает систематические грубые ошибки в интерпретации стратегий (например, путает информационные и декоративные элементы, не понимает принципов визуальной иерархии); не использует базовые инструменты проектирования визуальных коммуникаций, не умеет работать с графическими редакторами, стандартами навигации, нормами контрастности и читаемости; не отвечает на основные вопросы преподавателя даже после уточнений и наводящих вопросов; демонстрирует отсутствие понимания значимости визуальных коммуникаций для дизайнера, проявляет безразличие к освоению навыков проектирования эффективных систем информирования; не составляет даже упрощённое описание коммуникативной концепции без грубых ошибок в структуре, содержании и терминологии; систематически нарушает правила проектирования визуальных коммуникаций (не соблюдает стандарты размеров знаков, игнорирует требования к контрастности, создаёт нелогичные навигационные схемы)	