

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Коммуникационный дизайн для IT-компаний, наукоёмких индустрий,
технологических продуктов»

Дисциплина «Коммуникационный дизайн для IT-компаний, наукоёмких индустрий, технологических продуктов» является частью программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)» по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности организовывать маркетинговые исследования (ПК-1.1) (понимание значения коммуникационного дизайна в современном информационном обществе, в сферах IT, наукоёмких индустрий, технологических продуктов и компаний); организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж, в том числе продукции СМИ, разрабатывать маркетинговую стратегию и контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения (ПК-1.2) в области визуальных коммуникаций. Задачи дисциплины: формирование знаний: • основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации: основные виды визуальных коммуникаций; направления и историю использования визуальных элементов в сферах IT, Ядертех, Энерготех, Биомед, Промтех и других наукоёмких индустрий; • основные виды визуальных коммуникаций в маркетинговых коммуникациях; • маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента: особенности использования коммуникационного дизайна в технологических компаниях; • основные принципы организации рекламной кампании: основные принципы и требований, предъявляемых к проектированию визуальных коммуникаций; • основы проектной деятельности: современные тенденции коммуникационного дизайна; формирование умений: • использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты: самостоятельно осваивать новые программные средства для реализации медиа проектов; • интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций: использовать визуальные коммуникации в разработке проектной задачи и определять пути их реализации; • осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции: находить оптимальные решения визуальной коммуникации; формулировать цель визуальной коммуникации; доводить проектные решения до производственного качества; формирование навыков: • разработки концепции продвижения продукции, формирование коммуникационных целей: разработки проектной идеи; • разработки плана мероприятий по продвижению: планирования этапов реализации проектной идеи; • составления проектной документации; • владения приемами компьютерного мышления и способностью к моделированию объектов дизайна; • использования компьютерной графики, различных программ при разработке проектных материалов..

Изучаемые объекты дисциплины

• коммуникационный дизайн • фирменный стиль • UI/UX дизайн • история коммуникационного дизайна.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		7	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16	16	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9	9	
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
7-й семестр				
Тема 4. Основы фирменного стиля. Составление технического задания на разработку дизайн-проекта	2	0	6	15
Основы фирменного стиля. Составление технического задания на разработку дизайн-проекта. Разработка концепции малого фирменного стиля и его элементов для IT-компаний, наукоёмких индустрий, технологических продуктов				
Тема 7. Изучение техники и методов проектирования в онлайн редакторах	2	0	8	17
Изучение техники и методов проектирования в онлайн редакторах. Изучение Figma, основы верстки веб-страниц, создания UI/UX дизайна, подготовки презентационных материалов.				
Раздел 1.	0	0	0	0
История и основные направления коммуникационного дизайна (КД)				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 1. Введение в дисциплину	2	0	4	8
Введение в курс. Цели и задачи предмета. История возникновения и виды визуальных коммуникаций в сферах IT, Ядертех, Энерготех, Биомед, Промтех и других наукоемких индустриях. Отличительные особенности КД на разных этапах развития. Особенности современного КД.				
Тема 6. Изучение техники и методов проектирования в редакторе векторной графики Adobe Illustrator	2	0	6	15
Изучение техники и методов проектирования в редакторе векторной графики Adobe Illustrator. Разработка большого брендингового проекта для IT-компаний, наукоемких индустрий, технологических продуктов. Анализ целевой аудитории, конкурентов, проработка позиционирования будущего бренда и контекста его существования. Разработка фирменного стиля в формате визуализации айдентики и двух серий объектов, иллюстрирующих концепцию фирменного стиля. Основы работы с программой Adobe Illustrator.				
Тема 2. Особенности современного КД в сферах IT, наукоемких индустрий, технологических продуктов и компаний	4	0	2	8
Особенности современного КД в сферах IT, наукоемких индустрий, технологических продуктов и компаний. Классификация направлений КД. Визуальное исследование. Инфографика.				
Раздел 2.	0	0	0	0
Технические средства в проектировании				
Тема 3. Язык визуального мышления	2	0	4	12
Язык визуального мышления. Проектирование визуальных коммуникаций. Изображение, как средство воздействия. Форма, цвет, инфографика.				
Тема 5. Изучение техники и методов проектирования в редакторе растровой графики Adobe Photoshop	2	0	6	15
Изучение техники и методов проектирования в редакторе растровой графики Adobe Photoshop. Основы работы с программой Adobe Photoshop.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Техники коллажирования и особенности искусства коллажа в создании плакатов средствами программы Adobe Photoshop. Визуализация работы посредством создания рекламного материала в выбранном формате (постер, баннер, буклет и т.д.) для IT-компаний, наукоёмких индустрий, технологических продуктов.				
ИТОГО по 7-му семестру	16	0	36	90
ИТОГО по дисциплине	16	0	36	90