

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе


_____ Н.В.Лобов

« 28 » мая _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Коммуникационный дизайн для IT-компаний, наукоёмких
индустрий, технологических продуктов
_____ (наименование)

Форма обучения: _____ очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: _____ бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: _____ 144 (4)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: _____ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления)

Направленность: Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)
_____ (наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. 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 наукоемких 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.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- коммуникационный дизайн
- фирменный стиль
- UI/UX дизайн
- история коммуникационного дизайна

1.3. Входные требования

Требования к предметным результатам освоения курсов «Креативные технологии в маркетинговых коммуникациях», «Имиджелогия», «Производственная (профессионально-творческая) практика» основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Связи с общественностью и реклама.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
-------------	-------------------	---	--	-----------------

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.1	ИД-1ПК-1.1	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 наукоемких 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; 	<p>Знает гражданское законодательство Российской Федерации; маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.</p>	Дифференцированный зачет
ПК-1.1	ИД-2ПК-1.1	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты; 	<p>Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты; находить и анализировать</p>	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>самостоятельно осваивать новые программные средства для реализации медиа проектов;</p> <ul style="list-style-type: none"> • интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; <p>использовать визуальные коммуникации в разработке проектной задачи и определять пути их реализации;</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции: находить оптимальные решения визуальной коммуникации; формулировать цель визуальной коммуникации; доводить проектные решения до производственного качества; 	<p>необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию, в том числе СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования.</p>	
ПК-1.1	ИД-3ПК-1.1	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>Владеет навыками поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке, в том числе продукции СМИ; анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке, в том числе продукции СМИ; определение целевой аудитории потребителей, в том числе продукции СМИ.</p>	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		компьютерной графики, различных программ при разработке проектных материалов.		
ПК-1.2	ИД-1ПК-1.2	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 наукоемких 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; 	<p>Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность; основные принципы организации рекламной кампании; методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах; основы проектной деятельности; принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции, в том числе СМИ.</p>	Дифференцированный зачет
ПК-1.2	ИД-2ПК-1.2	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> использовать современные информационно- 	<p>Умеет использовать современные информационно-коммуникационные</p>	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>коммуникационные технологии и специализированные программные продукты: самостоятельно осваивать новые программные средства для реализации медиа проектов;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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; 	<p>технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение; выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); анализировать результаты продвижения, в том числе продукции СМИ, на основе полученных данных.</p>	
ПК-1.2	ИД-3ПК-1.2	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>Владеет навыками разработки концепции продвижения продукции, в том числе СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации; разработки плана мероприятий по продвижению, в том числе продукции СМИ;</p>	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		способностью к моделированию объектов дизайна; • использования компьютерной графики, различных программ при разработке проектных материалов.		

3. 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: 1.1. Контактная аудиторная работа, из них:	54	54	
- 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	

4. 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				
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 ИТ, Ядертех, Энерготех, Биомед, Промтех и других наукоемких индустриях. Отличительные особенности КД на разных этапах развития. Особенности современного КД.				
Тема 2. Особенности современного КД в сферах ИТ, наукоемких индустрий, технологических продуктов и компаний	4	0	2	8
Особенности современного КД в сферах ИТ, наукоемких индустрий, технологических продуктов и компаний. Классификация направлений КД. Визуальное исследование. Инфографика.				
Тема 3. Язык визуального мышления	2	0	4	12
Язык визуального мышления. Проектирование визуальных коммуникаций. Изображение, как средство воздействия. Форма, цвет, инфографика.				
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 ИТ-компаний, наукоемких индустрий, технологических продуктов				
Раздел 2.	0	0	0	0
Технические средства в проектировании				
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. 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 ИТ-компаний, наукоемких индустрий, технологических продуктов.				
Тема 6. Изучение техники и методов проектирования в редакторе векторной графики Adobe Illustrator	2	0	6	15
Изучение техники и методов проектирования в редакторе				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
векторной графики Adobe Illustrator. Разработка большого брендингового проекта для IT-компаний, наукоёмких 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 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.				
ИТОГО по 7-му семестру	16	0	36	90
ИТОГО по дисциплине	16	0	36	90

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Отличительные особенности КД на разных этапах развития. Особенности современного КД
2	Особенности современного КД в сферах IT, наукоёмких индустрий, технологических продуктов и компаний
3	Визуальное исследование
4	Проектирование визуальных коммуникаций
5	Форма, цвет, инфографика
6	Разработка концепции малого фирменного стиля и его элементов для IT-компаний, наукоёмких индустрий, технологических продуктов
7	Составление технического задания на разработку дизайн-проекта
8	Основы работы с программой Adobe Photoshop
9	Визуализация работы посредством создания рекламного материала в выбранном формате (постер, баннер, буклет и т.д.) для IT-компаний, наукоёмких индустрий, технологических продуктов.
10	Техники коллажирования и особенности искусства коллажа в создании плакатов средствами программы Adobe Photoshop
11	Основы работы с программой Adobe Illustrator
12	Разработка фирменного стиля в формате визуализации айдентики и двух серий объектов, иллюстрирующих концепцию фирменного стиля

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
13	Разработка большого брендингового проекта для IT-компаний, наукоёмких индустрий, технологических продуктов. Анализ целевой аудитории, конкурентов, проработка позиционирования будущего бренда и контекста его существования
14	Изучение Figma
15	Основы верстки веб-страниц
16	Основы создания UI/UX дизайна
17	Подготовка презентационных материалов для IT-компаний, наукоёмких индустрий, технологических продуктов
18	Защита творческих индивидуальных заданий (кейс-задача)

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Рунге В. Ф. Основы теории и методологии дизайна : учебное пособие для вузов / В. Ф. Рунге, В. В. Сеньковский. - Москва: МЗ-Пресс, 2005.	30
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Берд Д. Веб-дизайн. Руководство разработчика : пер. со 2-го англ. изд. / Д. Берд. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2012.	7
2	Волкова В. В. Дизайн рекламы : учебное пособие / В. В. Волкова. - Москва Ростов-на-Дону: Университет, Феникс, 1999.	11
3	Дизайн : Основные положения. Виды дизайна. Особенности дизайнерского проектирования. Мастера и теоретики : иллюстрированный словарь-справочник : учебное пособие для вузов / Г. Б. Минервин [и др.]. - Москва: Архитектура-С, 2004.	11
4	Дизайн индустриального и постиндустриального общества. - Москва: , Союз Дизайнеров России, 2003. - (История дизайна : учебник для вузов : в 2 т.; Т. 2).	45
5	Ковешникова Н.А. Дизайн: история и теория : учебное пособие для вузов / Н.А. Ковешникова. - М.: Омега-Л, 2009.	5
6	Курушин В. Д. Графический дизайн и реклама : самоучитель / В. Д. Курушин. - Москва: ДМК, 2001.	2
7	Луптон Э. Графический дизайн. Базовые концепции : пер. с англ. / Э. Луптон, Дж. Филлипс. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2017.	3
8	Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для вузов / Р.Ю. Овчинникова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.	3
9	Павловская Е.Э. Дизайн рекламы: поколение NEXT. Стратегия творческого проектирования / Е.Э.Павловская. - СПб: Питер, 2004.	4
10	Тимофеев Г. С. Графический дизайн / Г. С. Тимофеев, Е. В. Тимофеева. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2002.	7
11	Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн : пер. с англ. / Дж. Феличи. - Санкт-Петербург: ВHV-СПб, 2007.	1
12	Шпаковский В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. - Москва: Инфра-Инженерия, 2018.	1
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Е. А. Зиновьева Компьютерный дизайн. Векторная графика : Учебно-методическое пособие / Е. А. Зиновьева. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks87161	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	И. И. Орлов Шрифты, шрифтовые композиции, буквенный орнамент : Учебно-методическое пособие / И. И. Орлов. - Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2012.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks88100	локальная сеть; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Н. В. Бессонова Композиция и дизайн в создании мультимедийного продукта : Учебное пособие / Н. В. Бессонова. - Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ, 2016.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks87444	локальная сеть; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Основы и язык визуальной культуры : Учебное пособие / сост.: Н. П. Приказчикова, И. В. Беседина. - Астрахань: Астраханский инженерно-строительный институт, ЭБС АСВ, 2014.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks83966	локальная сеть; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Промышленный дизайн : Учебник / М. С. Кухта [и др.]. - Томск: Томский политехнический университет, 2013.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84539	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Промышленный дизайн : Учебник / М. С. Кухта [и др.]. - Томск: Томский политехнический университет, 2013.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84539	локальная сеть; авторизованный доступ

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Ю. В. Веселова Графический дизайн рекламы. Плакат : Учебное пособие / Ю. В. Веселова, О. Г. Семёнов. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84717	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	А. Д. Попов Графический дизайн : Учебное пособие / А. Д. Попов. - Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2016.	http://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks88380	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
ПО для обработки изображений	Adobe Photoshop CS3 Russian (ПНИПУ 2008 г.)

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	компьютер	1
Лекция	проектор	1

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Практическое занятие	компьютер	10

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Коммуникационный дизайн для IT-компаний, наукоёмких индустрий,
технологических продуктов»

Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы:	Связи с общественностью и реклама
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Выпускающая кафедра:	Иностранные языки и связи с общественностью
Форма обучения:	Очная

Курс: 4

Семестр: 7

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану:	4 ЗЕ
Часов по рабочему учебному плану:	144 ч.

Форма промежуточной аттестации:

Дифференцированный зачёт: 7 семестр

Пермь 2020

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (7 семестра (очная форма) учебного плана) и разбито на 7 тем (или 2 учебных модуля). В каждой теме (каждом модуле) предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по самостоятельным работам и дифференцированного зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КР		Зачёт
Усвоенные знания						
3.1. основные виды визуальных коммуникаций в маркетинговых коммуникациях		ТО		ПЗ		ТВ
3.2. 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 наукоемких индустрий		ТО		ПЗ		ТВ
3.3. маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента: особенности использования коммуникационного дизайна в технологических компаниях		ТО		ПЗ		ТВ
3.4. основные принципы организации рекламной кампании: основные принципы и требований, предъявляемых к проектированию визуальных коммуникаций		ТО		ПЗ		ТВ
3.5. основы проектной деятельности: современные тенденции коммуникационного дизайна		ТО		ПЗ		ТВ
Освоенные умения						

У.1. интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций: использовать визуальные коммуникации в разработке проектной задачи и определять пути их реализации				ПЗ		КЗ
У.2. осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции: находить оптимальные решения визуальной коммуникации				ПЗ		КЗ
У.3. использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты: самостоятельно осваивать новые программные средства для реализации медиа проектов				ПЗ		КЗ
У.4. осуществлять планирование и реализацию мероприятий по продвижению продукции: находить оптимальные решения визуальной коммуникации; формулировать цель визуальной коммуникации; доводить проектные решения до производственного качества				ПЗ		КЗ
Приобретенные владения						
В.1. составления проектной документации;				ПЗ		КЗ
В.2. разработки концепции продвижения продукции, формирование коммуникационных целей: разработки проектной идеи и планирования этапов ее реализации				ПЗ		КЗ
В.3. владения приемами компьютерного мышления и способностью к моделированию объектов дизайна				ПЗ		КЗ
В. 4. использования компьютерной графики, различных программ при разработке проектных материалов				ПЗ		КЗ

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.

Итоговой оценкой результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде дифференцированного зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;
- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;
- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или

бланочного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), защиты отчетов по лабораторным работам, рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения модуля дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри модулей дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;

- контроль остаточных знаний.

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме защиты решения кейс-задачи (индивидуального задания).

2.2.1. Защита лабораторных работ

Не предусмотрено.

2.2.2. Рубежная контрольная работа

Не предусмотрено.

2.2.3. Защита решения кейс-задачи (индивидуального задания)

1. Создание фирменного стиля для компании сферы IT, наукоёмких индустрий, технологических продуктов.
2. Создание рекламного плаката для компании сферы IT, наукоёмких индустрий, технологических продуктов.
3. Создание дизайна web-страницы для компании сферы IT, наукоёмких индустрий, технологических продуктов.
4. Создание UI (user interface) для компании сферы IT, наукоёмких индустрий, технологических продуктов

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального задания (кейс-задачи) приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения) как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

Типовое комплексное индивидуальное задание:

1. Создание дизайн-проекта по согласованной с преподавателем темой для

компании сферы ИТ, наукоёмких индустрий, технологических продуктов.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех запланированных работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих индивидуальных заданий студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

2.4.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. История развития коммуникационного дизайна, его цель, задачи, функции.
2. Особенности позиционирования направлений ИТ, Ядертех, Энерготех, Биомед, Промтех и других с помощью инструментов коммуникационного дизайна.
3. Особенности использования коммуникационного дизайна в технологических компаниях.
4. Современные тенденции коммуникационного дизайна – тренды и антитренды.
5. Основы создания технического задания (проектной документации), основные элементы.
6. Основы и элементы создания фирменного стиля.
7. Отличие работы в редакторах растровой и векторной графики.
8. Особенности создания UI и UX интерфейсов, их отличие.
9. Цветовое и пиктографическое оформление элементов дизайна – атомный, молекулярный и модульный уровень.

10. Модульная сетка, методы применения.

11. Верстка слайдов, использование визуальных составляющих в создании презентационных материалов.

12. Типографика, шрифты, их функции и виды.

Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:

1. Создайте и представьте индивидуальный проект по разработке дизайна по представленному техническому заданию для компании сферы IT, наукоёмких индустрий, технологических продуктов.
2. Проанализируйте коммуникационный дизайн для компаний сферы IT, наукоёмких индустрий, технологических продуктов.

Полный перечень теоретических вопросов и практических заданий в форме утвержденного комплекта экзаменационных билетов хранится на выпускающей кафедре.

2.4.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде дифференцированного зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.