

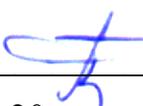
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной  
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 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 ИТ, 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 ИТ, 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"> <li>• 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;</li> <li>• основные виды визуальных коммуникаций в маркетинговых коммуникациях;</li> <li>• маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента: особенности использования коммуникационного дизайна в технологических компаниях;</li> <li>• основные принципы организации рекламной кампании: основные принципы и требований, предъявляемых к проектированию визуальных коммуникаций;</li> <li>• основы проектной деятельности: современные тенденции коммуникационного дизайна;</li> </ul>	<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"> <li>• использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты;</li> </ul>	<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"> <li>• интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций:</li> </ul> <p>использовать визуальные коммуникации в разработке проектной задачи и определять пути их реализации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции: находить оптимальные решения визуальной коммуникации; формулировать цель визуальной коммуникации; доводить проектные решения до производственного качества;</li> </ul>	<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"> <li>• разработки концепции продвижения продукции, формирование коммуникационных целей: разработки проектной идеи;</li> <li>• разработки плана мероприятий по продвижению: планирования этапов реализации проектной идеи;</li> <li>• составления проектной документации;</li> <li>• владения приемами компьютерного мышления и способностью к моделированию объектов дизайна;</li> <li>• использования</li> </ul>	<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"> <li>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;</li> <li>основные виды визуальных коммуникаций в маркетинговых коммуникациях;</li> <li>маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента: особенности использования коммуникационного дизайна в технологических компаниях;</li> <li>основные принципы организации рекламной кампании: основные принципы и требований, предъявляемых к проектированию визуальных коммуникаций;</li> <li>основы проектной деятельности: современные тенденции коммуникационного дизайна;</li> </ul>	<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"> <li>использовать современные информационно-</li> </ul>	<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"> <li>• интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций: использовать визуальные коммуникации в разработке проектной задачи и определять пути их реализации;</li> <li>• осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции: находить оптимальные решения визуальной коммуникации; формулировать цель визуальной коммуникации; доводить проектные решения до производственного качества;</li> </ul>	<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"> <li>• разработки концепции продвижения продукции, формирование коммуникационных целей: разработки проектной идеи;</li> <li>• разработки плана мероприятий по продвижению: планирования этапов реализации проектной идеи;</li> <li>• составления проектной документации;</li> <li>• владения приемами компьютерного мышления и</li> </ul>	<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
<b>1. Основная литература</b>		
1	Рунге В. Ф. Основы теории и методологии дизайна : учебное пособие для вузов / В. Ф. Рунге, В. В. Сеньковский. - Москва: МЗ-Пресс, 2005.	30
<b>2. Дополнительная литература</b>		
<b>2.1. Учебные и научные издания</b>		
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
<b>2.2. Периодические издания</b>		
	Не используется	
<b>2.3. Нормативно-технические издания</b>		
	Не используется	
<b>3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины</b>		
	Не используется	
<b>4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента</b>		
	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.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks87161">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks87161</a>	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.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks88100">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks88100</a>	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.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks87444">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks87444</a>	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.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks83966">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks83966</a>	локальная сеть; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Промышленный дизайн : Учебник / М. С. Кухта [и др.]. - Томск: Томский политехнический университет, 2013.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84539">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84539</a>	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Промышленный дизайн : Учебник / М. С. Кухта [и др.]. - Томск: Томский политехнический университет, 2013.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84539">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84539</a>	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.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84717">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84717</a>	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.	<a href="http://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks88380">http://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks88380</a>	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	<a href="http://lib.pstu.ru/">http://lib.pstu.ru/</a>
Электронно-библиотечная система Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
Электронно-библиотечная система IPRbooks	<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>

### 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*

<b>Направление подготовки:</b>	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
<b>Направленность (профиль) образовательной программы:</b>	Связи с общественностью и реклама
<b>Квалификация выпускника:</b>	Бакалавр
<b>Выпускающая кафедра:</b>	Иностранные языки и связи с общественностью
<b>Форма обучения:</b>	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
<b>Усвоенные знания</b>						
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
<b>Освоенные умения</b>						

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
<b>Приобретенные владения</b>						
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, освоенных 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.