

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

**Е. В. САЗОНОВА**  
ректор

Сертификат: 00eec2e5b252a0885bc682f9fa99feef8b

Основание: УТВЕРЖДАЮ

Дата утверждения: 19 июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**«Компьютерный дизайн в рекламе и связях с  
общественностью»**

Наименование ОПОП: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очно-заочная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: компьютерной графики и дизайна

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 академ. час. / 3 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 34,4 час.

самостоятельная работа: 73,6 час.

<b>Вид(ы) текущего контроля</b>	<b>Семестр (курс)</b>
доклад	4
посещение занятий	4
практикум (выполнение практических заданий)	4
тест	4
<b>Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты</b>	<b>Семестр (курс)</b>
зачет с оценкой	4

Рабочая программа дисциплины «Компьютерный дизайн в рекламе и связях с общественностью» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Составитель(и):**

Газеева И.В., доцент кафедры компьютерной графики и дизайна

**Рецензент(ы):**

Крейнин В.Г., Ген. директор ООО "Балтийское телевидение"

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры компьютерной графики и дизайна

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

**СОГЛАСОВАНО**

Руководитель ОПОП

И.А. Байкова

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

**УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС**

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

# 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## 1.1. Цели и задачи дисциплины

### Цель(и) дисциплины:

Изучение теоретических основ дизайна в рекламе и связях с общественностью и овладение средствами компьютерных технологий формирования фирменного стиля.

### Задачи дисциплины:

Формирование системного представления о фирменном стиле и его элементах, знакомство с приемами и современными технологиями создания фирменного стиля, приобретение навыков работы с программными средствами редактирования визуальной информации.

## 1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

Информационные и коммуникационные технологии в медиаиндустрии

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:

Интернет-продвижение медиапродукта

Основы видеомонтажа

Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

## 1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

### Общепрофессиональные компетенции

ОПК-6 — Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ОПК-6.2 — Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности.

**Знает:** назначение и принципы работы цифровых устройств, платформ и программного обеспечения, используемого на всех этапах создания рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов

**Умеет:** использовать цифровые устройства и программное обеспечение на всех этапах создания коммуникационных продуктов

**Владеет:** опытом создания рекламы и других коммуникационных продуктов с использованием цифровых устройств и соответствующего программного обеспечения

ОПК-6.1 — Понимает принципы работы современных информационных технологий.

**Знает:** назначение и принципы функционирования технического оборудования и программного обеспечения, используемого в профессиональной деятельности

**Умеет:** решать профессиональные задачи с использованием аппаратно-программного обеспечения

**Владеет:** навыками решения профессиональных задач с использованием аппаратно-программного обеспечения

## 2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ

### 2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 академ. час. / 3 зач.ед.  
 в том числе: контактная работа: 34,4 час.  
 самостоятельная работа: 73,6 час.

<b>Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты</b>	<b>Семестр (курс)</b>
зачет с оценкой	4

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	4	Итого
Лекции	8	8
Практические	24	24
Консультации	2	2
Самостоятельная работа	65	65
Самостоятельная работа во время сессии	8,6	8,6
<b>Итого</b>	<b>107,6</b>	<b>107,6</b>

## 2.2. Содержание учебной дисциплины

### Тема 1. Дизайн фирменного стиля

История возникновения понятия фирменный стиль. Основные элементы фирменного стиля. Виды логотипов. Шрифты в фирменном стиле. Композиция элементов фирменного стиля. Цветовое решение фирменного стиля. Сбор и систематизация информации для создания фирменного стиля. Онлайн-сервисы для генерирования логотипа и ресурсы с коллекциями иконок. Брендбук, назначение и характеристики элементов. Практическая работа над логотипом.

### Тема 2. Применение программы Adobe Illustrator для создания фирменного стиля

Интерфейс и инструменты программы Adobe Illustrator. Создание векторного рисунка в Adobe Illustrator. Экспорт рисунка в Adobe Illustrator.

### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
1	Дизайн фирменного стиля	4	0	0	12	0	0	16
2	Применение программы Adobe Illustrator для создания фирменного стиля	4	0	0	12	0	0	16
	<b>ВСЕГО</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>32</b>

\* — тема для изучения в рамках самостоятельной работы студента

#### 4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Компьютерный дизайн в рекламе и связях с общественностью» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

#### 5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Дизайн фирменного стиля	12
2	Применение программы Adobe Illustrator для создания фирменного стиля	12

#### 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Компьютерный дизайн в рекламе и связях с общественностью».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
доклад	4
посещение занятий	4
практикум (выполнение практических заданий)	4
тест	4
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	4

##### 6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

входной контроль не проводится

## 6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Примеры вопросов теста:

1 Форматы векторных рисунков имеют расширение ...

svg  
jpeg  
png  
html  
emf  
wmf  
ai

2 Команда, с помощью которой в Adobe Illustrator можно повторить последнее действие:

Ctrl+G  
Ctrl+D  
Ctrl+G  
Ctrl+L

3 Эффект в Adobe Illustrator, используемый для получения трехмерных объектов выдавливанием двумерной фигуры ...

Extrud & Bevel  
Revolve  
Rotate

4 Какой шрифт обладает лучшей читабельностью?

готический  
антиквенный  
рукописный  
акцидентный

5 Какой шрифт создает впечатление основательности?

готический с вытянутыми буквами  
округлый  
рукописный каллиграфический  
с курсивным начертанием  
антиквенный с квадратными буквами

6 Какое может быть минимальное количество объединяющих признаков для получения шрифтовых пар?

два  
один  
три

7 Какой цвет ассоциируется с экологией и здоровьем?

синий  
зеленый  
красный  
белый  
фиолетовый  
розовый

8 Для фирменного стиля каких организаций может встречаться многоцветие?

детская студия  
металлургический завод  
автомобильный завод  
банк  
телевизионный канал  
юридическая контора

9 Какие геометрические фигуры в композиции воспринимаются неустойчивыми?

эллипс  
прямоугольник  
треугольник  
квадрат  
ромб

10 Какая композиция ассоциируется с движением?

симметричная  
асимметричная

11 Какой вид логотипа лучше использовать компании, которая только выходит на рынок?

текстовый  
в виде графического символа  
комбинированный

12 Как называется композиция составленная из логотипа и лозунга?

фирменный блок  
брендбук  
комбинированный логотип

13 Как называется процесс векторизации растрового изображения в Adobe Illustrator?

выравнивание  
обработка контура  
экструзия  
трассировка

14 С помощью какой инструмента можно создать фигуру треугольника в Adobe Illustrator?

квадрат  
многоугольник  
эллипс  
спираль

15 Какой цвет ассоциируется с женственностью и романтичностью?

синий  
зеленый  
красный  
белый  
розовый  
фиолетовый

Примерные темы докладов:

1. Разработка дизайна фирменного стиля на примере компании, связанной с игровой индустрией. Работа выполняется в программе Adobe Illustrator.
2. Планирование и реализация фирменного стиля IT-компании при помощи шаблонов

онлайн-сервиса.

3. Разработка комбинированного логотипа для крупной компании в сфере металлургической индустрии. Работа выполняется в программе Adobe Illustrator.
4. Проведение ребрендинга фирменного стиля для компании модной индустрии. Работа выполняется в программе Adobe Illustrator.
5. Планирование и реализация фирменного стиля спортивной секции при помощи шаблонов онлайн-сервиса.
6. Разработка словесного логотипа с отделяемым буквенным символом для сетевого магазина продуктов питания. Работа выполняется в программе Adobe Illustrator.
7. Планирование и реализация фирменного стиля крупной сельскохозяйственной компании. Работа выполняется в программе Adobe Illustrator.
8. Разработка фирменного блока с лозунгом для крупной компании, выпускающей мобильные телефоны. Работа выполняется в программе Adobe Illustrator.
9. Проведение ребрендинга фирменного стиля для компании-производителя продуктов питания. Работа выполняется в программе Adobe Illustrator.
10. Разработка логотипа для аптечной сети. Работа выполняется в программе Adobe Illustrator.

### **6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

Теоретические вопросы к зачету с оценкой:

1. Элементы фирменного стиля.
2. Виды шрифтов. Понятие гарнитура. Начертания шрифтов.
3. Виды логотипов.
4. Психология восприятия геометрической формы знака.
5. Применение модульной сетки и геометрических фигур при создании логотипа.
6. Влияние видов линий и симметрии в композиции на психологическое восприятие.
7. Психология восприятия цвета.
8. Гармония цветов.
9. Правила составления шрифтовых пар.
10. Психология восприятия шрифта.
11. Онлайн-сервисы и онлайн-ресурсы, применяемые при разработке логотипа.
12. Назначение брендбука и его составные элементы.
13. Требования к дизайну логотипа.
14. Основные элементы шрифта.
15. Читабельность текста.

Практические вопросы к зачету с оценкой:

1. Этапы работы над логотипом.
2. Инструменты Adobe Illustrator, используемые для создания текстового логотипа с наложением картинки на букву.
3. Градиентная заливка текста в Adobe Illustrator.
4. Пропорции Фибоначчи при построении логотипа.
5. Смешанные технологии при создании логотипа.
6. Векторные форматы файлов.
7. Выбор цветового решения для медицинской организации.
8. Подбор шрифта и геометрической формы знака для компании модной индустрии.
9. Эффекты для создания объемного логотипа в Adobe Illustrator.
10. Выбор цветового решения для логотипа дома детского творчества.
11. Подбор элементов фирменного блока для компании, деятельность которой связана с производством автотранспортных средств.
12. Параметры настройки шрифта в программах.



13. Категории шрифтов. Поиск шрифта на онлайн-ресурсах.
14. Интернет-ресурсы и онлайн-сервисы для поиска и генерирования логотипов.
15. Принципы согласования в композиции иллюстрации и текста.

#### 6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнении учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
Обязательная аудиторная работа			
Практикум (Выполнение практических заданий)	5	4	20
Посещение занятий	2	16	32
Обязательная самостоятельная работа			
Тест	13	1	13
Доклад	5	1	5
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

#### Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

### 7.1. Литература

1. Коновалов, В. А. Рекламный дизайн : учебное пособие / В. А. Коновалов, М. А. Нестерова. - СПб. : СПбГУКиТ, 2013. - 113 с. - Режим доступа: для автор. пользователей. - Электрон. версия печ. публикации. - Текст : электронный.  
[https://books.gukit.ru/pdf/2013\\_1/000127.pdf](https://books.gukit.ru/pdf/2013_1/000127.pdf)
2. Макарова, Т. В. Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 «Реклама» / Т. В. Макарова, О. Н. Ткаченко, О. Г. Капустина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01526-2. - Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке.  
<https://znanium.com/catalog/product/1028736>
3. Газеева, И. В. Компьютерный дизайн в рекламе и связях с общественностью : учебное пособие / И. В. Газеева, О. В. Еремеева. - Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2024. - 234 с. - Режим доступа: для автор. пользователей. - Электрон. версия печ. публикации. - ISBN 978-5-94760-593-8. - Текст : электронный.  
<https://elib.gikit.ru/elib/60368>
4. Веселова, Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат / Веселова Ю.В., Семенов О.Г. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 104 с.: ISBN 978-5-7782-2192-5. - Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке.  
<https://znanium.com/catalog/product/556602>
5. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. — 176 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0288-4. - Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке.  
<https://znanium.com/catalog/product/1429047>
6. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн : учебное пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 400 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0703-0. - Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке.  
<https://znanium.com/catalog/product/1941725>
7. Зиновьева Е. А. Компьютерный дизайн. Векторная графика : учебно-методическое пособие / Е.А. Зиновьева. - Москва : Флинта, 2017. - 115 с. - ISBN 978-5-9765-3112-3. - Текст: электронный.  
<https://ibooks.ru/bookshelf/354740/reading>
8. Безрукова, Е. А. Шрифтовая графика : учебное наглядное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн» / Е. А. Безрукова. Г. Ю. Мхитарян. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2017. - 130 с. - ISBN 978-5-8154-0407-6. - Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке.  
<https://znanium.com/catalog/product/1041649>

### 7.2. Интернет-ресурсы

1. 70+ лучших ресурсов о веб-дизайне

### 7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Adobe Illustrator CS6

Microsoft Windows

#### 7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

Электронная библиотечная система издательства «ЛАНЬ». <http://e.lanbook.com>

Электронная библиотечная система «Айбукс-ру». <http://ibooks.ru>

Электронная библиотека образовательно-издательского центра «Академия».

<http://www.academia-moscow.ru>

#### 7.5. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

## **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

На первом занятии студент должен быть ознакомлен с основными формами обучения по дисциплине: аудиторные занятия лекционного и семинарского типа (практические занятия) и самостоятельная работа.

В самостоятельной работе студента входит подготовка отчета по выполненным практическим заданиям (практикум, 4 задания в течение семестра), подготовка доклада и подготовка к тестированию.

Перечень и объем литературы, необходимой для изучения дисциплины, определяется программой курса и рекомендациями преподавателя.