

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: очная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: компьютерной графики и дизайна

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

в том числе: контактная работа: 42,4 час.

самостоятельная работа: 65,6 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выступление на научной конференции, подготовка публикации	3
выступление с докладом	3
практикум (выполнение практических заданий)	3
присутствие на занятиях	3
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	3

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:

Сторителлинг в рекламе и связях с общественностью

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: 42,4 час.

самостоятельная работа: 65,6 час.

Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	3

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	3	Итого
Лекции	16	16
Практические	24	24
Консультации	2	2
Самостоятельная работа	57	57
Самостоятельная работа во время сессии	8,6	8,6
Итого	107,6	107,6

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	8	0	0	12	0	0	20
2	Применение программы Adobe Illustrator для создания фирменного стиля	8	0	0	12	0	0	20
	ВСЕГО	16	0	0	24	0	0	40

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)
выступление на научной конференции, подготовка публикации	3
выступление с докладом	3
практикум (выполнение практических заданий)	3
присутствие на занятиях	3
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	3

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

входной контроль не проводится

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Примеры вопросы 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

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. Смешенные 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 выполнение 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)	10	2	20
Присутствие на занятиях	2	20	40
Обязательная самостоятельная работа			
Выступление с докладом	5	2	10
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Выступление на научной конференции, подготовка публикации	15	1	15
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
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. Pinterest <https://www.pinterest.ru>
2. Behance <https://www.awwwards.com>
3. Dribbble <https://dribbble.com>

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>

Справочная правовая система КонсультантПлюс.

Электронная библиотека образовательно-издательского центра «Академия».

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

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

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

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, 2 задания в течение семестра), подготовка доклада и подготовка к тестированию.

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