

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 16.12.2025 11:42:29

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«04» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.13 КОММУНИКАЦИОННЫЙ ДИЗАЙН

Для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

маркетинговый; организационный; авторский

Направленность (профиль):

«Цифровые коммуникации»

Формы обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Москва – 2025

Разработчик (и): Филин Виталий Юрьевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«20» января 2025 г.



/В.Ю. Филин /

(подпись)

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 08.06.2017 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ



/Н.Е. Козырева /

(подпись)

Заведующий кафедрой
разработчика РПД



/ Е.С. Мальцева /

(подпись)

Протокол заседания кафедры №6 от «22» января 2025 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: дать обучающимся целостное представление о процессе создания айдентики и фирменного стиля бренда, средств визуальной коммуникации, разработки дизайна интерфейсов.

Задачи:

- сформировать понимание процесса разработки фирменного стиля бренда;
- дать обучающимся представление об особенностях дизайна интерфейсов;
- сформировать знание и понимание процесса разработки упаковки;
- сформировать понимание процесса разработки концепции дизайна наружной рекламы;
- сформировать знания и навыки в области разработки концепции сайта, мобильного приложения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Осваивается: 5 семестр по очной, 6 семестр по очно-заочной и заочной формам обучения.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2 – Способен разрабатывать коммуникационные концепции и креативные решения для различных медиаформатов, применяя визуальные, текстовые и аудиовизуальные средства выразительности

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-2 Способен разрабатывать коммуникационные концепции и креативные решения для различных медиаформатов, применяя визуальные, текстовые и	ПК-2.1 Разрабатывает креативные концепции и сценарные решения для коммуникационных проектов с учетом специфики выбранных медиаформатов и аудитории	Знает: технологию и практику разработки креативных концепций и сценарных решений для коммуникационных проектов с учетом специфики выбранных медиаформатов и аудитории Умеет: разрабатывать креативные концепции и сценарные решения для коммуникационных проектов с учетом специфики выбранных медиаформатов и аудитории Владеет: навыком разработки креативных концепций и сценарных

аудиовизуальные средства выразительности		решений для коммуникационных проектов с учетом специфики выбранных медиаформатов и аудитории
	ПК-2.3. Создает авторский контент (визуальный, текстовый, аудиовизуальный) и обосновывает выбор выразительных средств и творческих приемов	<p>Знает: теорию и практику создания авторского контента (визуального, текстового, аудиовизуального) и специфику применяемых выразительных средств</p> <p>Умеет: создавать авторский контент (визуальный, текстовый, аудиовизуальный) и обосновывать выбор творческих решений, основываясь на целях проекта и особенностях аудитории</p> <p>Владеет: навыком создания авторского контента (визуального, текстового, аудиовизуального) и специфику применяемых выразительных средств</p>

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Коммуникационный дизайн» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью составляет 2 зачетные единицы (72 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная/Заочная
Аудиторные занятия	36	36/10
<i>в том числе:</i>		
Лекции	18	18/4
Практические занятия	18	18/6
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	36	36/58
<i>в том числе:</i>		
часы на выполнение КР / КП	-	-
Промежуточная аттестация:		
Вид	Зачет – 5 семестр	Зачет – 6 семестр
Трудоемкость (час.)	-	-/4
Общая трудоемкость з.е. / часов	2 з.е. / 72 час.	

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
по очной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (6 м.ч. КР / КП)
1	Коммуникационный дизайн, определение, сферы применения	1	1	-	2
2	Визуальная культура	1	1	-	2
3	Инструменты формирования визуального образа	2	2	-	4
4	Фирменный стиль и концепция бренда	2	2	-	4
5	Разработка элементов фирменного стиля	2	2	-	4
6	Разработка кейвижуала бренда на основе фирменного стиля	2	2	-	4
7	Дизайн упаковки как коммуникация с потребителем	2	2	-	4
8	Разработка концепта дизайна упаковки	2	2	-	4
9	Адаптация и дифференциация	2	2	-	4
10	Продвижение и поддержка бренда	2	2		4
Итого (часов)		18	18	-	36
Форма контроля:		Зачет			
Всего по дисциплине:		72 / 2 з.е.			

по очно-заочной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (6 м.ч. КР / КП)
1	Коммуникационный дизайн, определение, сферы применения	2	2	-	4
2	Визуальная культура	2	2	-	4
3	Инструменты формирования визуального образа	2	2	-	4
4	Фирменный стиль и концепция бренда	2	2	-	4
5	Разработка элементов фирменного стиля	2	2	-	4
6	Разработка кейвижуала бренда на основе фирменного стиля	2	2	-	4
7	Дизайн упаковки как коммуникация с потребителем	2	2	-	4
8	Разработка концепта дизайна упаковки	2	2	-	4
9	Адаптация и дифференциация	2	2	-	4
10	Продвижение и поддержка бренда				

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. KP / КИ)
	Итого (часов)	18	18	-	36
Форма контроля:		Зачет			
Всего по дисциплине:		72 / 2 з.е.			

по заочной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. KP / КИ)
1	Коммуникационный дизайн, определение, сферы применения	1		-	4
2	Визуальная культура	1		-	6
3	Инструменты формирования визуального образа	1		-	6
4	Фирменный стиль и концепция бренда	1		-	6
5	Разработка элементов фирменного стиля		1	-	6
6	Разработка кейвижуала бренда на основе фирменного стиля		1	-	6
7	Дизайн упаковки как коммуникация с потребителем		1	-	6
8	Разработка концепта дизайна упаковки		1	-	6
9	Адаптация и дифференциация		1	-	6
10	Продвижение и поддержка бренда		1		6
Итого (часов)		4	6	-	58
Форма контроля:		Зачет			4
Всего по дисциплине:		72 / 2 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Коммуникационный дизайн, определение, сферы применения

Возникновение и развитие коммуникационного дизайна. Определение: коммуникационный дизайн как современный визуальный язык. Классификация и виды коммуникационного дизайна. Коммуникационный дизайн и визуальное восприятие информации.

Тема 2. Визуальная культура

Понятие визуальной культуры, как среды существования и развития коммуникационного дизайна и визуальных коммуникаций

Тема 3. Инструменты формирования визуального образа

Знаки и символы, как часть визуально языка. Инфографика и навигация. Значение цвета в коммуникационном дизайне. Шрифт, как основной инструмент коммуникационного дизайна, история, классификация

Тема 4. Фирменный стиль и концепция бренда

Фирменный стиль как способ коммуникации. Визуальный образ. Определение критериев визуального образа на основании идеи позиционирования и концепции бренда. Анализ фирменных стилей прямых и косвенных конкурентов. Мудборд как образ будущего бренда.

Тема 5. Разработка элементов фирменного стиля

Основные элементы фирменного стиля. Логотип, цветовое решение, шрифт и типографика стиля. Большой и малый фирменный стиль. Брендбук. Создание единого, оригинального визуального образа бренда (айдентика). Развитие фирменного стиля на все ключевые типы носителей. Понятие динамичной айдентики

Тема 6. Разработка кейвижуала бренда на основе фирменного стиля

Кейвижуал — ключевой визуальный образ продукта или бренда в рекламе и коммуникациях. Кейвижуал как отражение идеи бренда. Продуктовая и имиджевая концепции. Создание кейвижуала на основе элементов фирменного стиля. Фотостиль и иллюстрация, как дополнительные элементы фирменного стиля.

Тема 7. Дизайн упаковки как коммуникация с потребителем

Краткая история дизайна упаковки. Упаковка как средство коммуникации с потребителем. Российский и зарубежный опыт в области дизайна упаковки. Анализ рынка и тренды. Оценка эффективности дизайна упаковки.

Тема 8. Разработка концепта дизайна упаковки

Типы упаковок, материал и форма. Разработка концепции дизайна упаковки на основе позиционирования и концепции бренда. Инструменты создания дизайна упаковки

Тема 9. Адаптация и дифференциация

Адаптация концепции дизайна на различные типы упаковки. Дифференциация внутри линейки. Разработка саббрендов и коллабраций, разработка мультикатегорийных брендов и СТМ.

Тема 10. Продвижение и поддержка бренда.

Коммуникационная стратегия как. Формирование целостного и правильного представления о бренде. Точки контакта с потребителем. POS-материалы, как инструмент поддержки бренда в точках продаж. Продвижение на маркет-плейсах и социальных сетях.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Большаков П. П. Упаковка как элемент брэнда, М.: Лаборатория книги, 2010. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=88737
2. Костюченко, О.А. Творческое проектирование в мультимедиа: монография - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429292>
3. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114422.
4. Цыганков В. А. Фирменный стиль или корпоративная идентификация: учебное пособие - Москва: ООО “Сам Полиграфист”, 2015. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=488275
5. Большаков П. П. Упаковка как элемент брэнда, М.: Лаборатория книги, 2010. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=88737
6. Костюченко, О.А. Творческое проектирование в мультимедиа: монография - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429292>
7. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114422.
8. Цыганков В. А. Фирменный стиль или корпоративная идентификация: учебное пособие - Москва: ООО “Сам Полиграфист”, 2015. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=488275
9. Чернатони Л., МакДональд М. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник. М.: Юнити-Дана, 2015. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436697
10. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие – М.: Изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 2015. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=452896

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gupo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gupo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. www.idi.ru - новости промышленного дизайна
10. www.designet.ru - первый в рунете ресурс о промышленном дизайне
11. www.sreda.boom.ru - среда обитания: дизайн, стили, библиотека по дизайну
12. www.forma.spb.ru - форма: архитектура и дизайн для тех, кто понимает
13. www.rosdesign.com - дизайн как стиль жизни: история, теория, практика дизайна
14. www.deforum.ru - Российский дизайнерский форум
15. www.index.ru - дизайн, реклама, фотография в России - новости, работы, проекты
16. www.kak.ru - журнал о графическом дизайне
17. www.expert.ru - журнал «Вещь»
18. www.flexform.ru - центр дизайна интерьеров
19. www.gardener.ru - ландшафтный дизайн и архитектура сада
20. www.myhouse.ru - ландшафтный дизайн

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
4. Аудио и видеоаппаратура.
5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 424

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его конспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысляют теоретические положения по теме занятия, пытаются применить эти знания при выполнении творческих работ, серий эскизов. В процессе обсуждения ошибок и удачных вариантов разработанных серий эскизов, вырабатывается уверенность в умении правильно использовать приобретенные знания для решения практических задач.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.В.13 КОММУНИКАЦИОННЫЙ ДИЗАЙН

Для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:
маркетинговый; организационный; авторский

Направленность (профиль):
«Цифровые коммуникации»

Формы обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Москва – 2025

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-2 Способен разрабатывать коммуникационные концепции и креативные решения для различных медиаформатов, применяя визуальные, текстовые и аудиовизуальные средства выразительности	ПК-2.1 Разрабатывает креативные концепции и сценарные решения для коммуникационных проектов с учетом специфики выбранных медиаформатов и аудитории	Знает: технологию и практику разработки креативных концепций и сценарных решений для коммуникационных проектов с учетом специфики выбранных медиаформатов и аудитории Умеет: разрабатывать креативные концепции и сценарные решения для коммуникационных проектов с учетом специфики выбранных медиаформатов и аудитории Владеет: навыком разработки креативных концепций и сценарных решений для коммуникационных проектов с учетом специфики выбранных медиаформатов и аудитории
	ПК-2.3. Создает авторский контент (визуальный, текстовый, аудиовизуальный) и обосновывает выбор выразительных средств и творческих приемов	Знает: теорию и практику создания авторского контента (визуального, текстового, аудиовизуального) и специфику применяемых выразительных средств Умеет: создавать авторский контент (визуальный, текстовый, аудиовизуальный) и обосновывать выбор творческих решений, основываясь на целях проекта и особенностях аудитории Владеет: навыком создания авторского контента (визуального, текстового, аудиовизуального) и специфику применяемых выразительных средств

Результат обучения	Критерии оценивания результатов обучения (показатели успешности по уровням освоения)			
	Компетенция не сформирована	Базовый уровень сформированности компетенции	Средний уровень сформированности компетенции	Повышенный уровень сформированности компетенции
ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Общие, но не структурированные	Сформированные, но содержащие	Сформированные структурированные

		знания	отдельные пробелы	знания
УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частично освоенное умение	В основном освоенное, применяемое в стандартных ситуациях умение	Полностью освоенное, применяемое в стандартных ситуациях умение
НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частично владеет навыками	В целом владеет навыком	Свободно владеет навыком

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример творческих заданий:

1. Создание шрифтового логотипа, стилизация.
2. Создание графического логотипа, стилизация.
3. Создание коллажей и творческая обработка.
4. Разработка концепции и элементов фирменного стиля.
5. Разработка носителей фирменного стиля.
6. Сбор руководства по фирменному стилю.
7. Дизайн и верстка печатной версии бренд-бука.
8. Разработка общей концепции дизайна упаковки бренда.
9. Разработка концепции дизайна наружной рекламы.
10. Визуализация UX и UI инструментов.
11. Разработка концепции дизайна сайта.
12. Разработка концепции мобильного приложения.

Оценка творческих заданий производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену:

1. Ключевые этапы разработки бренда.
2. Критерии оценки бренд-дизайна: как правильно анализировать результат своей и чужой работы.
3. Определение критериев визуального образа на основании идеи позиционирования и креативной концепции.
4. Анализ фирменных стилей конкурентов.
5. Создание единого визуального образа бренда в виде оригинальной айдентики.
6. Создание основного визуального идентификатора бренда.
7. Определение критериев логотипа бренда на основании идеи и креативной концепции.
8. Анализ логотипов конкурентов по заданным критериям.
9. Разработка вариантов логотипа.
10. Презентация вариантов логотипа, обоснование их брендингового потенциала.
11. Выбор и утверждение логотипа бренда.
12. Разработка дизайна деловой документации.
13. Определение места нанесения фирменной символики на рекламную, сувенирную и иную продукцию.

14. Подготовка в печать оригинал-макетов разработанных носителей фирменного стиля.
15. Дизайн и верстка печатной версии бренд-бука.
16. Определение технических требований по воплощению дизайна в производстве
17. Анализ российского и зарубежного опыта в области дизайна упаковки.
18. Формообразование и выбор оптимальной формы упаковки.
19. Разработка общей концепции дизайна упаковки бренда.
20. Разработка дизайна макетов наружных рекламных носителей.
21. Понятие интерфейса. Способы взаимодействия с интерфейсами.
22. Задачи интерфейса.
23. User story. Понятие User eXperience.
24. Референсы: функциональные и визуальные.
25. Визуализация UX и UI инструментов.
26. Критерии оценки качества интерфейса.
27. Профессиональные навыки и личные качества дизайнера интерфейсов.
28. Настоящее и будущее дизайнеров интерфейсов.
29. Постановка задач по разработке сайта.
30. Разработка концепции дизайна сайта.
31. Проектирование интерфейса мобильного приложения.
32. Разработка дизайна интерфейса мобильного приложения.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

Оценивание знаний обучающихся осуществляется по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») или 2-балльной шкале при проведении зачета («зачтено», «не зачтено»).

При прохождении обучающимися промежуточной аттестации оцениваются:

1. Полнота, четкость и структурированность ответов на вопросы, аргументированность выводов.
2. Качество выполнения практических заданий (при их наличии): умение перевести теоретические знания в практическую плоскость; использование правильных форматов и методологий при выполнении задания; соответствие результатов задания поставленным требованиям.
3. Комплексность ответа: насколько полно и всесторонне обучающийся раскрыл тему вопроса и обратился ко всем ее аспектам.

Критерии оценивания

4-балльная шкала и 2-балльная шкалы	Критерии
«Отлично» или «зачтено»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Полные и качественные ответы на вопросы, охватывающие все необходимые аспекты темы. Обучающийся обосновывает свои выводы с использованием соответствующих фактов, данных или источников, демонстрируя глубокую аргументацию. 2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют

	<p>высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов.</p> <p>3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.</p>
«Хорошо» или «зачтено»	<p>1. Обучающийся предоставляет достаточно полные ответы на вопросы с учетом основных аспектов темы. Ответы обучающегося имеют ясную структуру и последовательность, делая их понятными и логически связанными.</p> <p>2. Обучающийся способен применить теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, хотя могут быть некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам.</p> <p>3. Обучающийся представляет хорошее понимание темы вопроса, охватывая основные аспекты и направления ее изучения. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но могут быть некоторые пропуски или недостаточно глубокие суждения.</p>
«Удовлетворительно» или «зачтено»	<p>1. Ответы на вопросы неполные, не охватывают всех аспектов темы и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся предоставляет верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса.</p> <p>2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения.</p> <p>3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.</p>
«Неудовлетворительно» или «не зачтено»	<p>1. Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывая основных аспектов темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с заданным вопросом, отсутствует их логическая обоснованность. Выводы, предоставляемые обучающимся, представляют собой простые утверждения без анализа или четкой аргументации.</p> <p>2. Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практический контекст и не способен применять их для выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются.</p> <p>3. Обучающийся ограничивается поверхностным рассмотрением темы и не показывает понимания ее существенных аспектов. Ответ обучающегося частичный или незавершенный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали или связи.</p>