

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«**Российский государственный гуманитарный университет**»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИИ ИСКУССТВА  
УЦ Арт-дизайн

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ДИЗАЙНЕ  
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 54.04.01 Дизайн  
Направленность (профиль) Графический дизайн  
Уровень квалификации выпускника магистр  
Формы обучения очно-заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными  
возможностями здоровья и  
инвалидов

Москва 2024

Коммуникативные стратегии в дизайне  
Рабочая программа дисциплины  
Составитель(и):  
Казьмина А.В.

УТВЕРЖДЕНО  
Протокол заседания УЦ Арт-дизайн  
№ 5 от 02.04.2024 г.

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

### **1. Пояснительная записка**

- 1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)
- 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
- 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

### **2. Структура дисциплины (модуля)**

### **3. Содержание дисциплины (модуля)**

### **4. Образовательные технологии**

### **5. Оценка планируемых результатов обучения**

- 5.1. Система оценивания
- 5.2. Критерии выставления оценок
- 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

- 6.1. Список источников и литературы
- 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

### **9. Методические материалы**

- 9.1. Планы семинарских занятий

## **Приложения**

Приложение 1. Аннотация дисциплины

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

**Цель данной дисциплины** - формирование знаний и умений, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в организациях, освоением и применением различных технологий с учетом сфер деятельности.

#### Задачи курса:

- сформировать представление о понятиях «бизнес-цели», «маркетинговые цели», «медийные цели» компании;
- научиться определять стратегию информационной политики компании в зависимости от сферы деятельности, масштаба компании, её целей и задач;
- освоить технологии проведения коммуникационного аудита, конкурентного анализа, формирования креативной и медийной стратегии.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных индикаторами достижения компетенций

<b>Компетенция</b> (код и наименование)	<b>Индикаторы компетенций</b> (код и наименование)	<b>Результаты обучения</b>
ПК -2 Подготовлен к владению рисунком, навыками линейно-конструктивного построения и основами академической живописи и скульптуры, способностью к творческому проявлению своей индивидуальности и профессиональному росту	ПК-2.1 Владеет базовыми навыками дизайнерского рисунка и других художественных практик, необходимых для дизайнерской работы	1) Знать: <ul style="list-style-type: none"> <li>- место, роль, значимость и возможности коммуникаций в современном мире дизайн-проектирования;</li> <li>- различные коммуникационные системы, применяемые при проектировании айдентики, упаковки, сложноструктурных книг, многостраничников, плакатов, наружной и интернет-рекламы, социальной рекламы, их назначение;</li> <li>- современную классификацию существующих коммуникационных систем, их назначение и рекомендуемые области применения различных трендов в современном проектировании;</li> <li>- специфику применения различных коммуникаций в дизайне, особенности их сочетания в проектной деятельности;</li> <li>- основные тенденции развития национальных дизайнерских школ;</li> <li>- основные профессиональные конкурсы;</li> <li>- основные принципы создания коммуникационных систем и выбора того или иного коммуникативного направления в дизайне.</li> </ul> 2) Уметь:
	ПК-2.2 Адаптирует профессиональные навыки в области художественных практик к условиям повседневной дизайнерской деятельности	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- задавать верные с точки зрения современных методов проектирования коммуникационные параметры;</li> <li>- грамотно применять необходимые коммуникационные системы в различных областях проектирования: айдентике, упаковке, плакате, многополосных изданиях (включая периодику), мультимедийных проектах;</li> <li>- выбирать соответствующие поставленной проектной задаче коммуникационные системы для создания способного к развитию и интересного проектного предложения;</li> <li>- пользоваться различными приемами коммуникаций в графическом дизайне.</li> </ul> <p>3) Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными стилевыми приемами коммуникационного дизайна;</li> <li>- различными принципами проектирования коммуникаций;</li> <li>- грамотным применением специфики коммуникативного дизайна при проектировании айдентики, упаковки, плаката, многополосных изданий (включая периодику), мультимедийных проектов.</li> </ul>
--	--	--

### 1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммуникативные стратегии в дизайне» относится к вариативной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины «Проектирование печатных изданий» необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Дизайн-графика в мобильном маркетинге», «Компьютерные технологии в дизайне».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Менеджмент дизайн-проектов», «Современный шрифт и типографика».

## 2. Структура дисциплины (модуля)

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Практические занятия	24
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа(ов).

### 3. Содержание дисциплины (модуля)

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Коммуникационная стратегия: основные составляющие понятия	Основные тренды коммуникационного продвижения. Бизнес-стратегия. Маркетинговая стратегия. Фазы построения коммуникационной стратегии. Дерево целей. Базовые правила построения целей. STP-модель выстраивания коммуникаций.
2.	Информационная политика компании	Информационная политика как стратегия компании и документ. Цели, задачи и функции информационной политики. Основные принципы формирования информационной политики. Способы внедрения компании в работу компании. Ошибки при разработке и использовании информационной политики
3.	Факторы, определяющие коммуникационную стратегию	Цели и задачи компании. Особенности местного профессионального рынка. Особенности регионального рынка. Личности: руководители компаний и PR-специалисты. Бюджет. KPI. Особенности целевой аудитории. Сфера функционирования.
4.	Формирование контент-стратегии	Пирамида бренда. Медийная и креативная стратегии. Контент-маркетинг. Структура контента. Виды контента. Контент-план и график размещения: специфика формирования.

### 4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Коммуникационная стратегия: основные составляющие понятия	Практическая работа  Самостоятельная работа	Разъяснение задания с использованием наглядного методического материала Консультации по практическим приемам графического мастерства. Консультации по выполнению задания. Занятия проводятся в специализированном компьютерном классе УЦ «Арт-дизайн» с обязательным наличием индивидуального рабочего места и наличием специализированного программного обеспечения Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2.	Информационная политика компании	Практическая работа  Самостоятельная работа	Разъяснение задания с использованием наглядного методического материала Консультации по практическим

			<p>приемам графического мастерства.</p> <p>Консультации по выполнению задания.</p> <p>Занятия проводятся в специализированном компьютерном классе УЦ «Арт-дизайн» с обязательным наличием индивидуального рабочего места и наличием специализированного программного обеспечения</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</p>
3.	Факторы, определяющие коммуникационную стратегию	<p>Практическая работа</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Разъяснение задания с использованием наглядного методического материала</p> <p>Консультации по практическим приемам графического мастерства.</p> <p>Консультации по выполнению задания.</p> <p>Занятия проводятся в специализированном компьютерном классе УЦ «Арт-дизайн» с обязательным наличием индивидуального рабочего места и наличием специализированного программного обеспечения</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</p>
4.	Формирование контент-стратегии	<p>Практическая работа</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Разъяснение задания с использованием наглядного методического материала</p> <p>Консультации по практическим приемам графического мастерства.</p> <p>Консультации по выполнению задания.</p> <p>Занятия проводятся в специализированном компьютерном классе УЦ «Арт-дизайн» с обязательным наличием индивидуального рабочего места и наличием специализированного программного обеспечения</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</p>

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов
----------------	-------------------------

	<b>За одну работу</b>	<b>Всего</b>
Текущий контроль по дисциплине включает в себя оценку знаний на практических занятиях, а также оценку самостоятельной работы студентов. Кроме того, в течение семестра УЦ «Арт-дизайн» устраивается как минимум один творческий просмотр студентов, на котором делаются замечания по представленным работам и выставляются оценки, учитываемые в дальнейшем на зачетном и экзаменационном просмотрах.	<i>60 баллов</i>	<i>60 баллов</i>
Промежуточная аттестация - проводится в форме зачетного просмотра в присутствии комиссии		<i>40 баллов</i>
<b>Итого за семестр экзамен</b>		<i>100 баллов</i>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Основной формой обучения по данной дисциплине являются практические занятия под руководством преподавателя, предполагающие на каждом занятии непосредственный контакт преподавателя с контингентом обучаемых, что дает возможность индивидуального подхода к каждому студенту, персонализации домашних заданий. Занятия являются коллективным творческим процессом, где студенты под руководством преподавателя создают свои учебные работы.

Оценочные средства для промежуточной аттестации и для экзамена:

- средствами текущего контроля являются регулярные обсуждения работ и промежуточные просмотры, организация промежуточных краткосрочных выставок лучших студенческих работ, сравнительный анализ работ с использованием методического фонда кафедры;
- средствами промежуточной аттестации являются промежуточные кафедральные просмотры;
- завершающая аттестация (зачет с оценкой) проводится в форме кафедрального просмотра.

Кафедральный просмотр проводится при участии всего состава кафедры. Для того, чтобы студент был допущен к экзамену, он должен представить по каждой теме не менее двух работ формата А4, А2, всего не менее 20 работ.

Методика выполнения проектных работ

Вводная лекция. Анализ конкурентной среды. Предпроектное исследование. Клаузура на выданную тему – общее решение с использованием разных композиционных средств.

Разбор и оценка выполненной клаузурной работы. Разработка идеи и просмотр.

Утверждение окончательного варианта.

Выполнение окончательного варианта проекта и завершение работы. Кафедральный просмотр с обсуждением итогов проектирования.

Контрольные вопросы для проведения зачета.

1. Информационная политика компании.

2. Бизнес и маркетинговая стратегия в процессе формирования коммуникационной стратегии.
3. Дерево целей, значение для коммуникационной стратегии.
4. Факторы, влияющие на коммуникационную стратегию.
5. Фазы построения коммуникационной стратегии.
6. STP-модель выстраивания коммуникаций.
7. Значение коммуникационного аудита для стратегического развития.
8. Конкурентный анализ, значение для коммуникационной стратегии.
9. Пирамида бренда.
10. Медийная и креативная стратегии.
11. Контент-маркетинг.
12. Структура контента.
13. Виды контента.
14. Контент-план и график размещения: специфика формирования.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Список источников и литературы**

#### **Литература**

##### **Основная**

1

Воскресенская, Н. Г. Контент-анализ в медиакоммуникациях : учебно-методическое пособие / Н. Г. Воскресенская. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2019. — 45 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/144958>

2

Шарков, Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — Москва : Дашков и К, 2016. — 408 с. — ISBN 978-5-394-01969-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93302>

3

Реклама и связи с общественностью: теория и практика : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 -журналистика (профиль "Реклама и паблик рилейшнз")] / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т. — Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. — 370, [1] с. — Библиогр. в конце гл. — ISBN 978-5-9273-2223-7.

##### **Дополнительная**

Гринберг, Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект : монография / Т. Э. Гринберг. — Москва : МГУ имени М.В.Ломоносова, 2012. — 324 с. — ISBN 978-5-211-06399-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/114569>

5

Кужелева-Саган, И. П. Новостной раздел корпоративного сайта как предмет деятельности PR-специалиста : учебное пособие / И. П. Кужелева-Саган, Н. А. Сучкова. — Томск : ТГУ, 2017. — 70 с. — ISBN 978-5-94621-691-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/112906>

6

Марочкина, С. С. Планирование и реализация коммуникационных кампаний

и мероприятий : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. — Сочи : СГУ, 2019. — 66 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:  
<https://e.lanbook.com/book/147831>

## **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)  
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
 Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)  
 JSTOR

## **6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:  
 Консультант Плюс  
 Гарант

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

Archicad 21 RusStudent  
 AutoCAD 2010 Student  
 3D Max  
 Adobe Photoshop,  
 Adobe Illustrator,  
 Adobe InDesign  
 Kaspersky Endpoint Security  
 Autodesk Maya  
 Blender

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме

на компьютере.

для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей.

Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
- акустический усилитель и колонки;

для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. Методические материалы**

Тематика примерных практических занятий

- 1 – провести конкурентный анализ с рекомендациями по тому, что можно позаимствовать, каких ошибок не совершать, как сформировать уникальность и отстроиться таким образом от конкурентов
- 2 – осуществить коммуникационный аудит с выявлением сильных инфоповодов, неудачных форматов, привлекательных тем и персон, формированием коммуникационного месседжа
- 3 - создать аватар целевой аудитории с рекомендациями того, что бренд должен сказать потребителю, чтобы достичь целей, через какие каналы коммуникации говорить с потребителем.
- 4 - сформировать медийную стратегию (медиакарту с проработкой основных каналов информирования целевой аудитории) - не только СМИ!
- 5 - сформировать креативную стратегию
- 6 - создать контент-план на конкретный период для решения конкретной задачи

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете истории искусства УЦ Арт-дизайн.

Цель дисциплины – формирование способности создавать нематериальные активы (брендов) на основе самостоятельно проводимых исследований.

Задачи дисциплины

использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; управлять нематериальными активами (брендами) в организации, в т.ч. внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта в области визуальных коммуникаций.

**Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:**

ПК -2 Подготовленностью к владению рисунком, навыками линейно-конструктивного построения и основами академической живописи и скульптуры, способностью к творческому проявлению своей индивидуальности и профессиональному росту

ПК-2.1 Владеет базовыми навыками дизайнерского рисунка и других художественных практик, необходимых для дизайнерской работы

ПК-2.2 Адаптирует профессиональные навыки в области художественных практик к условиям повседневной дизайнерской деятельности

**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:**

### 1) Знать:

- место, роль, значимость и возможности коммуникаций в современном мире дизайн-проектирования;
- различные коммуникационные системы, применяемые при проектировании айдентики, упаковки, сложноструктурных книг, многостраничников, плакатов, наружной и интернет-рекламы, социальной рекламы, их назначение;
- современную классификацию существующих коммуникационных систем, их назначение и рекомендуемые области применения различных трендов в современном проектировании;
- специфику применения различных коммуникаций в дизайне, особенности их сочетания в проектной деятельности;
- основные тенденции развития национальных дизайнерских школ;
- основные профессиональные конкурсы;
- основные принципы создания коммуникационных систем и выбора того или иного коммуникативного направления в дизайне.

### 2) Уметь:

- задавать верные с точки зрения современных методов проектирования коммуникационные параметры;
- грамотно применять необходимые коммуникационные системы в различных областях проектирования: айдентике, упаковке, плакате, многополосных изданиях (включая периодику), мультимедийных проектах;
- выбрать соответствующие поставленной проектной задаче коммуникационные системы для создания способного к развитию и интересного проектного предложения;
- пользоваться различными приемами коммуникаций в графическом дизайне.

### 3) Владеть:

- основными стилевыми приемами коммуникационного дизайна;
- различными принципами проектирования коммуникаций;
- грамотным применением специфики коммуникативного дизайна при проектировании айдентики, упаковки, плаката, многополосных изданий (включая периодику), мультимедийных проектов.

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.