

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 24.04.2024 16:36:00  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Председатель КСН  
*Бессов* М.Л. Белоножко

« 10 » 06 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Цифровой дизайн и визуальная культура

направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Рекламный медиа-бизнес

форма обучения: очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 22.04.2019 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: Рекламный медиа-бизнес к результатам освоения дисциплины Цифровой дизайн и визуальная культура

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 13 от «07» июня 2019 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоношко

Рабочую программу разработал:

А.Л. Абрамовский, доцент кафедры МиМУ, к.с.н.



## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** формирование основ знаний о значении цифрового дизайна в маркетинговых коммуникациях, а также определение взаимосвязи в маркетинговых и дизайнерских процессах с одновременным изучением путей практического использования полученных знаний для продвижения идей, товаров, услуг при реализации современных маркетинговых программ.

### **Задачи дисциплины:**

- формирование у обучающихся теоретической базы по использованию возможностей современного цифрового дизайна в маркетинговых коммуникациях;
- овладение понятийно-терминологическим аппаратом, характеризующим современные технологии дизайна и визуальной культуры;
- изучение современного состояния и основных направлений цифрового дизайна в России и в мире;
- приобретение навыков, необходимых для эффективного продвижения товаров, услуг, идей путем использования цифрового дизайна в маркетинговых коммуникациях.
- приобретение навыков, необходимых для дальнейшего самообразования с использованием информационно-коммуникационных технологий в области дизайна и визуальной культуры.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Цифровой дизайн и визуальная культура» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений, учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

### **Знание:**

- основ цифровых технологий в рекламе и связях с общественностью;
- технологии; процесс производства рекламной продукции;
- особенностей интегрированного подхода к коммуникации;

### **Умения:**

- творчески использовать теоретические знания в области информационно-коммуникационных технологий в процессе последующего обучения и при прохождении производственной практики на предприятии;
- анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

### **Владение:**

- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- навыками производства и распространения рекламной продукции;
- навыками выявления потребности общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

Содержание дисциплины «Цифровой дизайн и визуальная культура» является логическим продолжением содержания дисциплин «Разработка и продвижение контента», «Бренд-менеджмент» и служит основой для прохождения производственной (преддипломной) практики.

### 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

| Код и наименование компетенции   | Код и наименование индикаторов достижения компетенций  | Код и наименование результата обучения по дисциплине   |
|--|--|--|
| <p><b>ПКС-3</b><br/>Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> | <p><b>Знать</b> ПКС-3. 3.3.3. знает законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет<br/><b>Знать</b> ПКС-3. 3.3.4. Знает основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)</p>  | <p>ПКС-3. 3.3.3. <b>Знать:</b> законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет,<br/>ПКС-3. 3.3.4. основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)</p>   |
|  | <p><b>Уметь</b> ПКС-3. У.3.4. Умеет использовать текстовый редактор</p>  | <p>ПКС-3. У.3.4. <b>Уметь:</b> использовать текстовый редактор</p>   |
|  | <p><b>Владеть</b> ПКС-3. В.3.1. владеет навыками просмотра веб-страниц сайта, контроль сайта, контроль качества текстов и их отображения, определение необходимости редакторской и корректорской обработки<br/><b>Владеть</b> ПКС-3. В.3.2. Умеет формировать задания для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам<br/><b>Владеть</b> ПКС-3. В.3.6. владеет поисковой оптимизацией и адаптацией текстовых материалов</p> | <p>ПКС-3. В.3.1. <b>Владеть:</b> навыками просмотра веб-страниц сайта, контроль сайта, контроль качества текстов и их отображения, определение необходимости редакторской и корректорской обработки;<br/>ПКС-3. В.3.2. навыками формировать задания для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам;<br/>ПКС-3. В.3.6. поисковой оптимизацией и адаптацией текстовых материалов</p> |
| <p><b>ПКС-4.</b> Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций</p>  | <p><b>Знать</b> ПКС-4. 3.4.1. методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах<br/><b>Знать</b> ПКС-4. 3.4.2. основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p>  | <p>ПКС-4. 3.4.1. <b>Знать:</b> методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах;<br/>ПКС-4. 3.4.2. основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p>   |
|  | <p><b>Уметь</b> ПКС-4. У.4.1. Уметь выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями</p>  | <p>ПКС-4. У.4.1. <b>Уметь:</b> выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями</p>   |
|  | <p><b>Владеть</b> ПКС-4. В.4.1. Владеть</p>  | <p>ПКС-4. В.4.1. <b>Владеть:</b> навыками</p>  |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикаторов достижения компетенций   | Код и наименование результата обучения по дисциплине   |
|--------------------------------|---|--|
|                                | навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ<br><b>Владеть</b> ПКС-4. В.4.2. Владеть основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках | подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ;<br>ПКС-4. В.4.2. основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках |

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

Таблица 4.1.

| Форма обучения | Курс/ семестр | Аудиторные занятия/контактная работа, час. |                      |                      | Самостоятельная работа, час. | Форма промежуточной аттестации |
|----------------|---------------|--|----------------------|----------------------|------------------------------|--------------------------------|
|                |               | Лекции                                     | Практические занятия | Лабораторные занятия |                              |                                |
| очная          | 2/4           | 18   | 18                   | -                    | 72                           | зачет                          |

#### 5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

**очная форма обучения (ОФО)**

Таблица 5.1.1

| № п/п | Структура дисциплины |   | Аудиторные занятия, час. |     |      | СРС, час. | Всего, час. | Код ИДК   | Оценочные средства                     |
|-------|----------------------|---|--------------------------|-----|------|-----------|-------------|---|--|
|       | Номер раздела        | Наименование раздела  | Л.                       | Пр. | Лаб. |           |             |   |  |
| 1     | 2                    | 3   | 4                        | 5   | 6    | 7         | 8           | 9   | 10                                     |
| 1     | 1                    | Понятие современных маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации. | 3                        | 3   |      | 12        |             | ПКС-3.3.3<br>ПКС-3.3.4<br>ПКС-3.У.3.6<br>ПКС-3.В.3.1<br>ПКС-3.В.3.3<br>ПКС-3.В.3.7<br>ПКС-4.3.4.1<br>ПКС-4.3.4.2<br>ПКС-4.У.4.1<br>ПКС-4.В.4.1<br>ПКС-4.В.4.2 | Устный опрос, работа в малых группах   |
| 2     | 2                    | Особенности применения различных направлений маркетинговых коммуникаций                     | 3                        | 3   | -    | 12        | 18          | ПКС-3.3.3<br>ПКС-3.3.4<br>ПКС-3.У.3.6<br>ПКС-3.В.3.1<br>ПКС-3.В.3.3<br>ПКС-3.В.3.7<br>ПКС-4.3.4.1<br>ПКС-4.3.4.2<br>ПКС-4.У.4.1<br>ПКС-4.В.4.1<br>ПКС-4.В.4.2 | Устный опрос, доклад                   |
| 3     | 3                    | Понятие и основы современного цифрового дизайна   | 3                        | 3   | -    | 12        | 18          | ПКС-3.3.3<br>ПКС-3.3.4<br>ПКС-3.У.3.6<br>ПКС-3.В.3.1<br>ПКС-3.В.3.3   | Устный опрос<br>Работа в малых группах |

| № п/п  | Структура дисциплины |  | Аудиторные занятия, час. |     |      | СРС, час. | Всего, час. | Код ИДК   | Оценочные средства  |
|--------|----------------------|--|--------------------------|-----|------|-----------|-------------|---|---|
|        | Номер раздела        | Наименование раздела   | Л.                       | Пр. | Лаб. |           |             |   |   |
| 1      | 2                    | 3  | 4                        | 5   | 6    | 7         | 8           | 9   | 10  |
|        |                      |  |                          |     |      |           |             | ПКС-3.В.3.7<br>ПКС-4.3.4.1<br>ПКС-4.3.4.2<br>ПКС-4.У.4.1<br>ПКС-4.В.4.1<br>ПКС-4.В.4.2  |   |
| 4      | 4                    | Основные виды дизайна и их особенности                                     | 3                        | 3   | -    | 12        | 18          | ПКС-3.3.3<br>ПКС-3.3.4<br>ПКС-3.У.3.6<br>ПКС-3.В.3.1<br>ПКС-3.В.3.3<br>ПКС-3.В.3.7<br>ПКС-4.3.4.1<br>ПКС-4.3.4.2<br>ПКС-4.У.4.1<br>ПКС-4.В.4.1<br>ПКС-4.В.4.2 | Устный опрос<br>Доклад  |
| 5      | 5                    | Использование дизайна и визуальная культура в маркетинговых коммуникациях. | 3                        | 3   | -    | 12        | 18          | ПКС-3.3.3<br>ПКС-3.3.4<br>ПКС-3.У.3.6<br>ПКС-3.В.3.1<br>ПКС-3.В.3.3<br>ПКС-3.В.3.7<br>ПКС-4.3.4.1<br>ПКС-4.3.4.2<br>ПКС-4.У.4.1<br>ПКС-4.В.4.1<br>ПКС-4.В.4.2 | Дискуссия   |
| 6      | 6                    | Оценка эффективности дизайна в маркетинговых коммуникациях                 | 3                        | 3   | -    | 12        | 18          | ПКС-3.3.3<br>ПКС-3.3.4<br>ПКС-3.У.3.6<br>ПКС-3.В.3.1<br>ПКС-3.В.3.3<br>ПКС-3.В.3.7<br>ПКС-4.3.4.1<br>ПКС-4.3.4.2<br>ПКС-4.У.4.1<br>ПКС-4.В.4.1<br>ПКС-4.В.4.2 | Кейсы<br><br>Выполнение проекта<br>Устный опрос<br>Работа в малых группах |
| зачет  |                      |  |                          |     |      |           |             |   | Устный опрос по вопросам к зачету   |
| Итого: |                      |  | 18                       | 18  | -    | 72        | 108         |   |   |

### заочная форма обучения (ЗФО)

не реализуется

### Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

#### 5.2. Содержание дисциплины.

##### 5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

**Раздел 1.** «Понятие современных маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации».

Понятие маркетинговых коммуникаций. Основные сферы применения маркетинговых коммуникаций. Базовые виды маркетинговых коммуникаций. Специфика применения маркетинговых коммуникаций в современном бизнесе. Использование IT-технологий для реализации маркетинговых коммуникаций. Особенности развития интегрированных маркетинговых коммуникаций в России и мире.

**Раздел 2.** «Особенности применения различных направлений маркетинговых коммуникаций».

Особенности применения рекламы как инструмента маркетинговых коммуникаций. Особенности применения PR-методов как инструмента маркетинговых коммуникаций. Особенности применения брендинга как инструмента маркетинговых коммуникаций.

**Раздел 3. «Понятие и основы современного цифрового дизайна».**

Определение и история развития современного дизайна. История появления и трансформация термина «дизайн». Объект цифрового дизайна. Основные категории объекта цифрового дизайна: образ, функция, морфология, технологическая форма, эстетическая ценность.

**Раздел 4. «Основные виды дизайна и их особенности».**

Промышленный дизайн и его особенности. Транспортный дизайн и его особенности. Информационный дизайн и его особенности. Веб-дизайн и его особенности. Дизайн интерьеров и его особенности. Световой дизайн и его особенности. Графический дизайн и его особенности. Книжный дизайн и его особенности.

**Раздел 5. «Использование дизайна и визуальная культура в маркетинговых коммуникациях».**

Принципы оформления графического сообщения для различных целевых аудиторий. Особенности разработки видеосообщения для различных целевых аудиторий. Особенности дизайнерского оформления корпоративного сайта организации для реализации маркетинговых коммуникаций. Принципы дизайна печатных материалов для реализации успешной маркетинговой коммуникации.

**Раздел 6. «Оценка эффективности дизайна в маркетинговых коммуникациях».**

Понятие дизайн-индекса. Показатель ROI(показатель возврата инвестиций) в сфере маркетинговых коммуникаций. Фокус-группы как инструмент оценки дизайна. Анкетирование представителей целевой аудитории для определения качества дизайна. Принципы и правила составления анкет и опросных листов для целевых аудиторий с целью выявить качество разработанных дизайнером материалов.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

**Лекционные занятия**

Таблица 5.2.1

| № п/п  | Номер раздела дисциплины | Объем, час. |     |      | Тема лекции   |
|--------|--------------------------|-------------|-----|------|---|
|        |                          | ОФО         | ЗФО | ОЗФО |   |
| 1      | 2                        | 3           | 4   | 5    | 6   |
| 1      | 1                        | 3           | -   | -    | Понятие современных маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации. |
| 2      | 2                        | 3           | -   | -    | Особенности применения различных направлений маркетинговых коммуникаций                     |
| 3      | 3                        | 3           | -   | -    | Понятие и основы современного дизайна   |
| 4      | 4                        | 3           | -   | -    | Основные виды дизайна и их особенности  |
| 5      | 5                        | 3           | -   | -    | Использование дизайна в маркетинговых коммуникациях.  |
| 6      | 6                        | 3           | -   | -    | Оценка эффективности дизайна в маркетинговых коммуникациях                                  |
| Итого: |                          | 18          | X   | X    |   |

**Практические занятия**

Таблица 5.2.2

| № | Номер | Объем, час. | Тема практического занятия |
|---|-------|-------------|----------------------------|
|---|-------|-------------|----------------------------|

| п/п    | раздела дисциплины | ОФО | ЗФО | ОЗ-ФО |  |
|--------|--------------------|-----|-----|-------|--|
| 1      | 2                  | 3   | 4   | 5     | 6  |
| 1      | 1                  | 3   | -   | -     | Основные сферы применения маркетинговых коммуникаций   |
| 2      | 2                  | 3   | -   | -     | Особенности применения брендинга как инструмента маркетинговых коммуникаций.                                     |
| 3      | 3                  | 3   | -   | -     | Методики постановки дизайнерских задач.  |
| 4      | 4                  | 3   | -   | -     | Графический дизайн и его особенности.  |
| 5      | 5                  | 3   | -   | -     | Особенности дизайнерского оформления корпоративного сайта организации для реализации маркетинговых коммуникаций. |
| 6      | 6                  | 3   | -   | -     | Анкетирование представителей целевой аудитории для определения качества дизайна.                                 |
| Итого: |                    | 18  | X   | X     | X  |

### Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем, час. |     |     | Тема  | Вид СРС   |
|-------|--------------------------|-------------|-----|-----|---|---|
|       |                          | ОФО         | ЗФО | ОФО |   |   |
| 1     | 2                        | 3           | 4   | 5   | 6   | 7   |
| 1     | 1                        | 6           | -   | -   | Понятие современных маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации. | Подготовка к устному опросу, повторение лекционного материала для выполнения заданий в подгруппах |
| 2     | 2                        | 6           | -   | -   | Особенности применения различных направлений маркетинговых коммуникаций                     | Подготовка к устному опросу, подготовка доклада   |
| 3     | 3                        | 6           | -   | -   | Понятие и основы современного цифрового дизайна   | Подготовка к устному опросу, повторение лекционного материала для выполнения заданий в подгруппах |
| 4     | 4                        | 6           | -   | -   | Основные виды дизайна и их особенности  | Подготовка к устному опросу, подготовка доклада   |
| 5     | 5                        | 6           | -   | -   | Использование дизайна и визуальная культура в маркетинговых коммуникациях.                  | Подготовка к дискуссии  |
| 6     | 6                        | 6           | -   | -   | Оценка эффективности  | Повторение лекционного  |

|        |  |    |   |   |                                       |  |
|--------|--|----|---|---|---------------------------------------|--|
|        |  |    | - |   | дизайна в маркетинговых коммуникациях | материала для выполнения кейсов и проекта<br>Подготовка к устному опросу |
| Итого: |  | 72 |   | X | X                                     | X  |

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

### 6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

### 7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены

### 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

| № п/п                                     | Виды мероприятий в рамках текущего контроля  | Количество баллов |
|---|--|-------------------|
| 1   | 2  | 3                 |
| <b>1 текущая аттестация</b>               |  |                   |
| 1.1                                       | Понятие современных маркетинговых коммуникаций. Устный опрос.                          | 10                |
| 1.2                                       | Понятие современных маркетинговых коммуникаций. Работа в подгруппах.                   | 10                |
| 1.3                                       | Особенности применения различных направлений маркетинговых коммуникаций. Устный опрос. | 10                |
| 1.4                                       | Особенности применения различных направлений маркетинговых коммуникаций. Доклад.       | 10                |
| 1.5                                       | Понятие и основы современного цифрового дизайна. Устный опрос.                         | 5                 |
| 1.6                                       | Понятие и основы современного цифрового дизайна. Работа в малых группах.               | 10                |
| <b>ИТОГО за первую текущую аттестацию</b> |  | <b>55</b>         |
| <b>2 текущая аттестация</b>               |  |                   |
| 2.1                                       | Основные виды дизайна и их особенности. Устный опрос.                                  | 5                 |
| 2.2                                       | Основные виды дизайна и их особенности. Доклад.  | 10                |
| 2.3                                       | Использование дизайна и визуальная культура в маркетинговых коммуникациях. Дискуссия   | 5                 |
| 2.4                                       | Оценка эффективности дизайна в маркетинговых коммуникациях. Кейсы                      | 5                 |
| 2.5                                       | Оценка эффективности дизайна в маркетинговых коммуникациях. Выполнение проекта         | 10                |
| 2.6                                       | Оценка эффективности дизайна в маркетинговых коммуникациях. Устный опрос.              | 5                 |
| 2.7                                       | Оценка эффективности дизайна в маркетинговых коммуникациях. Работа в малых группах.    | 5                 |

| № п/п | Виды мероприятий в рамках текущего контроля | Количество баллов |
|-------|---|-------------------|
| 1     | 2   | 3                 |
|       | ИТОГО за вторую текущую аттестацию          | <b>45</b>         |
|       | <b>ВСЕГО</b>                                | <b>100</b>        |

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент»;

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

| № п/п | Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины | Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование) |
|-------|---|--|
| 1     | Персональные компьютеры                                     | Проектор, экран  |

## 11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

На практических занятиях обучающиеся выполняют практические задания в рамках изучаемой темы: принимают участие в дискуссии, демонстрируют тематические презентации, участвуют в деловой игре. Также возможен устный и письменный опросы обучающихся по пройденному материалу.

Для эффективной работы обучающиеся должны иметь на практическом занятии конспекты лекций.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлениям магистратуры, всех форм обучения / сост. М.Л. Белоножко, С.С. Ситёва; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019 – 16 с.

### Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Цифровой дизайн и визуальная культура

Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Рекламный медиа-бизнес

| Код компетенции  | Код и наименование результата обучения по дисциплине   | Критерии оценивания результатов обучения  |   |  |  |
|--|--|---|---|--|--|
|  |  | 1-2   | 3   | 4  | 5  |
| 1  | 2  | 3   | 4   | 5  | 6  |
| <p><b>ПКС-3</b><br/>Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> | <p>ПКС-3. 3.3.3. <b>Знать:</b> законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет, ПКС-3. 3.3.4. основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)</p> | <p>Не воспроизводит знание законодательства Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет; основ внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)</p> | <p>Частично воспроизводит знание законодательства Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет; основ внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)</p> | <p>Воспроизводит необходимые знания законодательства Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет; основ внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)</p> | <p>Демонстрирует систематизированные знания законодательства Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет; основ внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)</p> |

| Код компетенции | Код и наименование результата обучения по дисциплине   | Критерии оценивания результатов обучения  |  |  |  |
|-----------------|--|---|--|--|--|
|                 |  | 1-2   | 3  | 4  | 5  |
| 1               | 2  | 3   | 4  | 5  | 6  |
|                 | <p>ПКС-3. У.3.4.<br/><b>Уметь:</b> использовать текстовой редактор</p>   | Не способен использовать текстовой редактор   | Способен в отдельных случаях использовать текстовой редактор   | В большинстве случаев способен использовать текстовой редактор   | Способен использовать текстовой редактор   |
|                 | <p>ПКС-3. В.3.1.<br/><b>Владеть:</b> навыками просмотра веб-страниц сайта, контроля сайта, контроль качества текстов и их отображения, определение необходимости редакторской и корректорской обработки;</p> <p>ПКС-3. В.3.2. навыками формировать задания для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам;</p> <p>ПКС-3. В.3.6. поисковой оптимизацией и адаптацией текстовых материалов</p> | Не способен применять на практике навыки просмотра веб-страниц сайта, контроля сайта, контроля качества текстов и их отображения, определения необходимости редакторской и корректорской обработки; навыки формирования задания для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам; навыки поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов | Способен в отдельных случаях применять на практике навыки просмотра веб-страниц сайта, контроля сайта, контроля качества текстов и их отображения, определения необходимости редакторской и корректорской обработки; навыки формирования задания для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам; навыки поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов | В большинстве случаев способен применять на практике навыки просмотра веб-страниц сайта, контроля сайта, контроля качества текстов и их отображения, определения необходимости редакторской и корректорской обработки; навыки формирования задания для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам; навыки поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов | Способен применять на практике навыки просмотра веб-страниц сайта, контроля сайта, контроля качества текстов и их отображения, определения необходимости редакторской и корректорской обработки; навыки формирования задания для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам; навыки поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов |

| Код компетенции  | Код и наименование результата обучения по дисциплине  | Критерии оценивания результатов обучения  |   |  |  |
|--|---|---|---|--|--|
|  |   | 1-2   | 3   | 4  | 5  |
| 1  | 2   | 3   | 4   | 5  | 6  |
| <b>ПКС-4.</b> Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций | <b>ПКС-4. 3.4.1.</b><br><b>Знать:</b> методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах;<br><b>ПКС-4. 3.4.1.</b> основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами | Не воспроизводит знание методов оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах; основ работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами | Частично воспроизводит знание методов оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах; основ работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами | Воспроизводит необходимые знания методов оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах; основ работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами | Демонстрирует систематизированные знания методов оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах; основ работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами |
|  | <b>ПКС-4. У.4.1.</b><br><b>Уметь:</b> выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями   | Не способен выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями   | Способен в отдельных случаях выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями  | В большинстве случаев способен выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями   | Способен выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями   |

| Код компетенции | Код и наименование результата обучения по дисциплине   | Критерии оценивания результатов обучения   |   |   |   |
|-----------------|--|--|---|---|---|
|                 |  | 1-2  | 3   | 4   | 5   |
| 1               | 2  | 3  | 4   | 5   | 6   |
|                 | <p>ПКС-4. В.4.1.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ;</p> <p>ПКС-4. В.4.1.</p> <p>основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> | <p>Не способен применять на практике навыки подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> | <p>Способен в отдельных случаях применять на практике навыки подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источников</p> | <p>В большинстве случаев способен применять на практике навыки подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источников</p> | <p>Способен применять на практике навыки подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> |

**КАРТА**  
**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина Цифровой дизайн и визуальная культура

Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Рекламный медиа-бизнес

| № п/п | Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания   | Количество экземпляров в БИК | Контингент обучающихся, использующих указанную литературу | Обеспеченность обучающихся литературой, % | Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-) |
|-------|--|------------------------------|---|---|---|
| 1     | 2  | 3                            | 4   | 5   | 6   |
| 1     | Ульяновский, А. В.<br>Мифодизайн [Электронный ресурс] : Учебное пособие / А. В. Ульяновский. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 460 с.<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/80926.html">http://www.iprbookshop.ru/80926.html</a> .  | ЭР                           | 15  | 100                                       | ЭБС<br>IPRbooks                           |
| 2     | Алексунин, В. А.<br>Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: Практикум / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Скляр. - Москва: Дашков и К, 2016. – 196 с.<br><a href="https://e.lanbook.com/book/93365">https://e.lanbook.com/book/93365</a>                      | ЭР                           | 15  | 100                                       | ЭБС<br>«Лань»                             |
| 3     | Пигулевский, В.О.<br>Дизайн визуальных коммуникаций [Электронный ресурс]: Учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 303 с<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/75951.html">http://www.iprbookshop.ru/75951.html</a> | ЭР                           | 15  | 100                                       | ЭБС<br>IPRbooks-                          |

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножко

Директор БИК \_\_\_\_\_



Д.Х. Каюкова

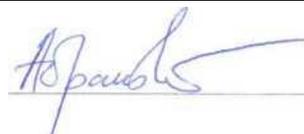
**Дополнения и изменения  
к рабочей программе дисциплины  
Цифровой дизайн и визуальная культура  
на 2023 - 2024 учебный год**

С учётом развития науки, практики, технологий и социальной сферы, а также результатов мониторинга потребностей работодателей, в рабочую программу вносятся следующие дополнения (изменения):

| № | Вид дополнений/изменений  | Содержание дополнений/изменений, вносимых в рабочую программу  |
|---|---|--|
| 1 | Актуализация современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем | <p>Изложить п.9.2 в следующей редакции:<br/>           9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:<br/>           – Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <a href="http://webirbis.tsogu.ru/">http://webirbis.tsogu.ru/</a><br/>           – Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <a href="https://www.iprbookshop.ru/">https://www.iprbookshop.ru/</a><br/>           – Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <a href="http://www.studentlibrary.ru">www.studentlibrary.ru</a><br/>           – Электронно-библиотечная система «Лань» <a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a><br/>           – Образовательная платформа ЮРАЙТ <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a><br/>           – Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <a href="http://www.elibrary.ru">http://www.elibrary.ru</a><br/>           – Национальная электронная библиотека (НЭБ)<br/>           – Библиотеки нефтяных вузов России :<br/>           – Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <a href="http://elib.gubkin.ru/">http://elib.gubkin.ru/</a>,<br/>           – Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <a href="http://bibl.rusoil.net/">http://bibl.rusoil.net/</a> ,<br/>           – Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <a href="http://lib.ugtu.net/books">http://lib.ugtu.net/books</a><br/>           – Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив»<br/>           – ЭКБСОН - информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки</p> |

Дополнения и изменения внес:

доцент кафедры МиМУ, к.с.н.



А.Л. Абрамовский

Дополнения (изменения) в рабочую программу рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Заведующий кафедрой  
«15» мая 2023 г.



М.И. Белоножко