

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и
общественных коммуникаций
Протокол от «23» мая 2018 г.
№ 10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.23 Лаборатория дизайна

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности))

"Диджитал реклама и связи с общественностью

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(и))

бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма(ы) обучения)

Год набора – 2019

Москва, 2018 г.

Автор составитель:

Старший преподаватель кафедры политических и общественных коммуникаций,
кандидат искусствоведения Гурова Екатерина Александровна

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD
Потоликио

С.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.О.23 Лаборатория дизайна обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС -2	Способность разрабатывать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	2 этап (код этапа – УК ОС-2.2)	Способность определять и оценивать ресурсы и существующие ограничения проекта с качественной и количественной точек зрения.
ОПК ОС-7	Способность применять навыки визуальных и цифровых коммуникаций	3 этап (код этапа ОПК ОС -7.3)	– Способность применения визуальных и цифровых технологий в профессиональной деятельности.
ПК - 14	Овладение способами и приёмами, необходимые для реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.	1 этап (код этапа ПК -14.1)	Способность осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, с использованием художественных форм реализации рекламной идеи в рамках планирования коммуникационных и рекламных компаний.
ПК-16	Способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	1 этап (код этапа ПК -16.1)	– Способность определения и подбора типа и вида рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью; создание текстов и документов, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы

1.1. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
-	2 этап (код этапа – УК ОС-2.2)	<p>на уровне знаний: • Управление трудовыми ресурсами проекта и менеджмент человеческих ресурсов проекта;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Типы ограничений проекта; • Методы распределения ресурсов в проекте; <p>на уровне умений: самостоятельно использовать знания при определении и характеристики типа проекта;</p> <p>использует знания по ролевым позициям в группе по осуществлению проектов при аргументировании выбора собственного места в проекте.</p> <p>на уровне навыков: обоснования собственной позиции участия в проекте;</p> <p>решения отдельных задач исходя из целей проекта.</p>
разработка контента	3 этап (код этапа ОПК ОС -7.3)	<p>на уровне знаний: роль информационных технологий в формировании современного специалиста рекламы и. связей с общественностью.</p> <p>программные и технические средства диджитал-коммуникаций;</p> <p>возможности цифровых коммуникаций в поиске и распространении информации;</p> <p>виды визуальной коммуникации в рекламных кампаниях</p> <p>на уровне умений: использовать способы и методы визуальных и цифровых коммуникаций;</p> <p>выбирать средства и технологии диджитал-коммуникаций, соответствующие решаемым профессиональным задачам.</p> <p>практически ознакомиться с особенностями составляющих визуальной коммуникации бренда: логотип, цвет, вывеска и т.д.;</p> <p>на уровне навыков: использовать графические и текстовые редакторы для создания и обработки медиа контента (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe In Design</p> <p>навыкам цифрового общения;</p> <p>разбираться в видах типовой стандартной</p>

		документации по применению информационных технологий в профессиональной деятельности; комплексом программных и технических средств осуществления диджитал-коммуникаций.
-	1 этап (код этапа ПК -14.1)	<p>на уровне знаний: принципы и правила создания рекламы и принципами работы в сфере связей с общественностью при планировании и организации коммуникационных и рекламных кампаний</p> <ul style="list-style-type: none"> - правила композиции рекламного продукта. - методы проектирования рекламного продукта. - выразительные и художественные средства рекламы, приемы и принципы составления рекламного текста. <p>на уровне умений: создать рекламу и наладить работу отдела по связям с общественностью.</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта. - разрабатывать композиционное решение рекламного продукта. - использовать выразительные и изобразительные средства при моделировании рекламы, составлять рекламные тексты. <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования приемов создания рекламы. - навыками использования художественных форм реализации рекламной идеи. - навыками использования методов создания визуального образа. - навыками художественного конструирования рекламного продукта.
выбор методологии и инструментов	1 этап (код этапа ПК -16.1)	<p>на уровне знаний: - типы и виды рекламной продукции</p> <ul style="list-style-type: none"> - место и роль рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний.

		<p>на уровне умений: - выбирать типы и виды рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью</p> <p>- использовать рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний.</p> <p>- работать с визуальными элементами; работать с продакшн-компаниями (типографии, разработчики программного обеспечения).</p>
		<p>на уровне навыков: - технологией подбора типа и вида рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью</p> <p>- владение профильными компьютерными программами (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, QuarkXPress, PageMaker и их аналоги).</p>

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 28 ак.ч./21 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.Б.22 Лаборатория дизайна, 3 курс, 5 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения:

Введение в публич рилейшнз

Информационные технологии

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименован ие тем е тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий	СР	

			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДО Т*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Смысловая суть как основа при создании предметов дизайна с помощью ассоциативных образов.	17			6		11	Д, ДЗ
Тема 2	Ассоциативные образы, предназначенные для целевых групп.	19			8		11	Д, ДЗ
Тема 3	Социальная реклама.	17			6		11	Д, ДЗ
Тема 4	Дизайн многостраничных изданий.	19			8		11	Д, ДЗ
Промежуточная аттестация								зачет
Всего:		72			28		44	

Примечание:

* – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;

** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д), домашнее задание (ДЗ), проект (Пр) и др.

Содержание дисциплины

Таблица 2.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Смысловая суть как основа при создании предметов дизайна с помощью ассоциативных образов.	Упражнения на развитие креативного мышления - использование общеупотребительного визуального языка - неординарные способы эффективных коммуникаций - разработка уникальных образов
Тема 2	Ассоциативные образы, предназначенные для целевых групп.	Упражнения - на взаимосвязь шрифта и формы - стилизация - пространственно-конструктивные - сочетание стиля, цвета, шрифта и формы
Тема 3	Социальная реклама.	Особенности при подготовке материалов для различных носителей (Плакат. Билборд. Журнал.)

Тема 4	Дизайн многостраничных изданий.	Ассоциативное восприятие образов. Работа со шрифтами, фотографиями и иллюстрациями. Упражнения на разработку корпоративного издания.
--------	---------------------------------	--

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины *Б.1.Б.22 Лаборатория дизайна* используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа: не предусмотрены УП
– при проведении занятий семинарского типа:
Диспут.

– при проведении самостоятельной работы студентов:
Домашние задания - подготовка творческих заданий.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

№ п/п	Раздел рабочей программы	Контролируемые единицы
1	Смысловая суть как основа при создании предметов дизайна с помощью ассоциативных образов.	Выполнение заданий.
2	Ассоциативные образы, предназначенные для целевых групп.	Выполнение заданий.
3	Социальная реклама.	Выполнение заданий.
4	Дизайн многостраничных изданий.	Выполнение заданий.

Типовые вопросы для опроса:

1. дизайн.
2. Сфера применения.
3. Полиграфическая база: рамки и возможности.
4. Проект как совокупность различных видов деятельности.
5. Классификация объектов графического дизайна.
5. Эскиз.
6. Вербальная формула проекта.
7. Стимулирование творческого поиска силой слова
8. Предпроектные исследования в графическом дизайне

9. Основы коммуникативной ценности проектов графического дизайна.
 10. Понятие целевой аудитории.
 11. Методы сбора информации о визуальной среде и визуальных предпочтениях
 12. Виды художественной деятельности как составляющей части проекта.
 13. Графика. Виды графики, техники графики. Графика в книге, плакате.
 14. Типографика.
 15. Шрифтовая композиция как самостоятельный вид проектирования в графическом дизайне
 16. Структура сложных проектов — синтез. Современные принципы.
 17. Современные тенденции в графическом дизайне.
 18. Понятие стиля, стилистики.
 19. Серия и серийность.
 20. Композиция как художественная основа проектирования в графическом дизайне.
 21. Композиционные решения в графическом дизайне.
 22. Вертикаль и горизонталь. Восприятие формы на плоскости. Равновесие: статика и динамика.
 23. Центр композиции. Ритм, метр, размер и масштаб.
 24. Плакат. Средства плаката.
 25. Специфика языка и особенности восприятия. различных жанров плаката
 - а. Эскизы с поиском темы, композиции, цветового решения.
 26. Цифровые технологии графического дизайна на примере одностраничного документа.
 27. Программы для графического дизайна.
 28. Сравнение параметров.
 29. Выбор варианта эскиза для дальнейшей разработки.
 30. Пространство книги, буклета как объекты дизайна.
 31. Объемно-плоскостные приемы макетирования.
 32. Место шрифта (знака) в системе проектирования печатной продукции.
 33. Основные элементы книжного дизайна.
 34. Серийность. Признаки и рамки серийности.
 35. Модулирование (пропорционирование) в типографике. Формат. Поля.
 36. Система восприятия разворотов и временной характер воздействия на читателя- «зрителя».
 37. Цифровые технологии. Верстка и ее структурная роль в проектировании.
- Задания для самостоятельной работы обучающихся
38. Виды иллюстрации.
 39. Краткая история книжной иллюстрации.
 40. Технические возможности полиграфии в искусстве книги.
 41. Цифровая графика и обработка «ручной» графики для печати. Графические программы.
 42. Рекламные модули, полосы. Буклет с экспрессивным шрифтовым решением.
 43. Переплет, обложка, суперобложка, футляр.
 44. Марка, логотип, товарный знак.
 45. Графика и простота знака.

46. Переплетные материалы.
47. Фактура как средство композиции.
48. Способы печати и тиснения. Цифровые технологии.
49. Особенности восприятия рекламы.
50. Шрифт и иллюстрация.
51. Слоган как форма программирования.
52. Графические и композиционные решения.
53. Носители фирменного стиля (логотип, визитка, плакат, сувенирная продукция, пакет, папка).

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС -2	Способность разрабатывать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	2 этап (код этапа – УК ОС-2.2)	Способность определять и оценивать ресурсы и существующие ограничения проекта с качественной и количественной точек зрения.
ОПК ОС-7	Способность применять навыки визуальных и цифровых коммуникаций	3 этап (код этапа ОПК ОС -7.3)	– Способность применения визуальных и цифровых технологий в профессиональной деятельности.
ПК - 14	Овладение способами и приёмами, необходимые для реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.	1 этап (код этапа ПК -14.1)	Способность осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, с использованием художественных форм реализации рекламной идеи в рамках планирования коммуникационных и рекламных компаний.
ПК-16	Способностью под контролем	1 этап (код этапа ПК -16.1)	– Способность определения и подбора типа и вида

	осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы		рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью; создание текстов и документов, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы
--	---	--	--

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
2 этап (код этапа – УК ОС-2.2)	<p>Деятельностный – оценка уровня качества проекта(ов) с точки зрения ресурсов и существующих ограничений</p> <p>Определяет оптимальное количество необходимых для разработки проекта ресурсов</p> <p>Определяет существующие ограничения для реализации проекта</p> <p>Осуществляет оценку по количественным показателям ресурсов</p>	<p>1. Определено оптимальное количество необходимых для разработки проекта ресурсов</p> <p>2. Определены все возможные ограничения, существующие в рамках реализации проекта</p> <p>3. Оформлено ресурсное обеспечение проекта и существующие ограничения в электронной форме (использование информационных технологий)</p>
3 этап (код этапа ОПК ОС -7.3)	<p>Способен использовать современные цифровые технологии в своей деятельности</p> <p>Знает основные компьютерные программы, необходимые для профессиональной деятельности</p>	<p>Владеет пакетом компьютерных программ, необходимых для выполнения профессиональной деятельности</p> <p>Уверенно пользуется программами и средствами представления и визуализации данных.</p> <p>Работает с визуальными элементами,</p> <p>Использует программное обеспечение и технологии в профессиональной деятельности</p>

1 этап (код этапа ПК - 14.1)	Способен искать решения при создании рекламного продукта	Студент выявляет различные алгоритмы создания рекламного продукта
1 этап (код этапа ПК - 16.1)	<p>Определяет типы и виды рекламной продукции</p> <p>Подбирает необходимые пиар-тексты для осуществления коммуникационных кампаний</p>	<p>Применяет знания по созданию рекламных и пиар-материалов</p> <p>Использует различные методики подбора релевантных инструментов для создания продукции</p>

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета, проводится в форме защиты двух проектов, подготовленные в процессе самостоятельной работы на основе практических семинарских занятий

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примерные задания для зачета:

Промежуточная аттестация проводится в форме защиты двух проектов, подготовленные в процессе самостоятельной работы на основе практических семинарских занятий:

1. Представление проекта дизайна буклета.
2. Создание фирменного стиля.

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:

«зачет» - положительный результат,

«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

Таблица 4.

Виды деятельности студентов	Компетенции	Проектируемые результаты освоения модуля	Итоговый продукт самостоятельной работы	Способы оценки и баллы
1. Выполнение практических заданий	УК ОС - 2 ОПК ОС-7 ПК- 16	Выполнение под контролем и подача проекта с обоснованием концепции и выбором средств визуальных и цифровых технологий.	Творческий проект	зачет/незачет

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «Лаборатория дизайна» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (практических) и самостоятельной работы студентов. Практические занятия дисциплины «Лаборатория дизайна» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления творческого потенциала, полученных навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к практическим занятиям, поскольку они являются важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- знакомят с основными принципами формотворчества
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.
- организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить

дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса необходимо познакомить со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами практических занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем зачетных вопросов/заданий.

После этого у студентов должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

Таблица 5.

Вид практической самостоятельной работы промежуточного контроля	Основные требования и рекомендации
1. Представление проекта дизайна буклета	<p>ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ БУКЛЕТА</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Решите, что вы хотите сказать в своем буклете – определите основную идею, содержание, структуру. 2. Определите целевую аудиторию. Для кого создается буклет, и кто будет его читать. 3. Подберите материал для содержательной части буклета. Проиллюстрируйте найденную вами информацию рисунками, схемами, фотографиями. 4. Продумайте оформление буклета. 5. Создайте шаблон буклета, выберите фон. 6. Поместите имеющуюся информацию и иллюстрации. 7. Внимательно посмотрите, содержит ли буклет какие-либо ошибки? Внесите предложения по их исправлению, составьте план, по которому можно воспроизвести его главную мысль и сюжет. 8. Не забудь подписать буклет. <p>РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ БУКЛЕТА</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Правильно составленный буклет должен включать в себя три основных блока: визуальный ряд, информативный материал и контактную информацию. 2. В буклете не должно быть лишней информации. <p>Информация изложенная доступно воспринимается лучше. Особое внимание уделяется</p>

	<p>контактной информации.</p> <p>3. Поскольку буклет является достаточно компактным по своему объему, то и представленная в нем информация должна быть представлена в компактном виде, тезисно.</p> <p>4. В качестве ключевых точек используйте броские заголовки. Длинные тексты не вызывают интереса.</p> <p>5. Для разработки дизайна буклета необходимы следующие элементы:</p> <p>графические материалы (слайды, фотографии). Не перегружайте буклет лишними элементами, т.к. все, что отвлекает, снижает эффективность буклета, но и не старайтесь свести дизайн к минимуму, т.к. он будет неинтересным.</p> <p>6. Возможно, наиболее удачным решением станет двусторонняя печать буклета [2].</p> <p>При подготовке печатных публикаций можно выделить общие критерии оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выразительность стиля. 2. Ясность написания текстов. Необходимо правильно определить оптимальный объем информации – ее должно быть достаточно для раскрытия какого-то вопроса, но не должно быть слишком много, что повлечет за собой уменьшение размера шрифта и негативно скажется на «читаемости» текста. 3. Продуманность деталей. 4. Целесообразное использование стилей и шрифтов. 5. Привлекательность общего дизайна. 6. Соответствие размещения и содержания информации общей идее [3]. <p>В буклете необходимо отразить:</p> <ul style="list-style-type: none"> • название образовательного учреждения; • тема работы; • авторы (Ф.И.О. полностью); • почтовый и электронный адрес контактный телефон; • год создания; • информация, раскрывающая тему работы; • фотографии, рисунки, иллюстрации (не более 5 шт.)
2. Создание фирменного стиля.	<p>Задание 1. Название и сущность проекта, которое бы соответствовало виду деятельности и особенностям оказываемых услуг.</p> <p>Задание 2. Разработайте средствами компьютерной графики (визуальные и цифровые технологии):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. фирменный стиль (название, логотип, цвета, шрифт); 2. определить носитель фирменного стиля.

	<p>Задание 3. Скомпонуйте разработанные продукты в формате электронной версии брендбука, включив обязательные элементы: миссию, правила использования фирменного стиля.</p> <p>Задание 4. Выполните презентацию проекта.</p> <p>Время для презентации проекта – 5-7 минут.</p> <p>Презентация должна содержать следующую информацию:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Тема проекта, Фамилия И.О. исполнителя. – Общая концепция проекта (что символизируют фирменные цвета, как логотип отражает особенности и т.д.). – Иллюстративные материалы проекта. – Графические редакторы используемые для создания дизайн-продукта. – Выводы.
--	---

Примерные вопросы к самоконтролю и зачету.

54. Графический дизайн.
55. Сфера применения.
56. Полиграфическая база: рамки и возможности.
57. Проект как совокупность различных видов деятельности. 5. Классификация объектов графического дизайна.
58. Эскиз.
59. Вербальная формула проекта.
60. Стимулирование творческого поиска силой слова
61. Предпроектные исследования в графическом дизайне
62. Основы коммуникативной ценности проектов графического дизайна.
63. Понятие целевой аудитории.
64. Методы сбора информации о визуальной среде и визуальных предпочтениях
65. Виды художественной деятельности как составляющей части проекта.
66. Графика. Виды графики, техники графики. Графика в книге, плакате.
67. Типографика.
68. Шрифтовая композиция как самостоятельный вид проектирования в графическом дизайне
69. Структура сложных проектов — синтез. Современные принципы.
70. Современные тенденции в графическом дизайне.
71. Понятие стиля, стилистики.
72. Серия и серийность.
73. Композиция как художественная основа проектирования в графическом дизайне.
74. Композиционные решения в графическом дизайне.
75. Вертикаль и горизонталь. Восприятие формы на плоскости. Равновесие: статика и динамика.
76. Центр композиции. Ритм, метр, размер и масштаб.
77. Плакат. Средства плаката.
78. Специфика языка и особенности восприятия. различных жанров плаката

- а. Эскизы с поиском темы, композиции, цветового решения.
79. Цифровые технологии графического дизайна на примере одностраничного документа.
80. Программы для графического дизайна.
81. Сравнение параметров.
82. Выбор варианта эскиза для дальнейшей разработки.
83. Пространство книги, буклета как объекты дизайна.
84. Объемно-плоскостные приемы макетирования.
85. Место шрифта (знака) в системе проектирования печатной продукции.
86. Основные элементы книжного дизайна.
87. Серийность. Признаки и рамки серийности.
88. Модулирование (пропорционирование) в типографике. Формат. Поля.
89. Система восприятия разворотов и временной характер воздействия на читателя- «зрителя».
90. Цифровые технологии. Верстка и ее структурная роль в проектировании.
- Задания для самостоятельной работы обучающихся
91. Виды иллюстрации.
92. Краткая история книжной иллюстрации.
93. Технические возможности полиграфии в искусстве книги.
94. Цифровая графика и обработка «ручной» графики для печати. Графические программы.
95. Рекламные модули, полосы. Буклет с экспрессивным шрифтовым решением.
96. Переплет, обложка, суперобложка, футляр.
97. Марка, логотип, товарный знак.
98. Графика и простота знака.
99. Переплетные материалы.
100. Фактура как средство композиции.
101. Способы печати и тиснения. Цифровые технологии.
102. Особенности восприятия рекламы.
103. Шрифт и иллюстрация.
104. Слоган как форма программирования.
105. Графические и композиционные решения.
106. Носители фирменного стиля (логотип, визитка, плакат, сувенирная продукция, пакет, папка).

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший два занятия подряд, допускается до последующих занятий на основании допуска.

Студент, пропустивший практическое занятие, отрабатывает его в форме практического задания предложенной преподавателем, в соответствии с темой задания.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

Таблица 6.

№ п/ п	Ф. инициал ы автора	Название издания	Издательст во	Год издан ия	Наличи е в библиот еке РАНХи ГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Овчинни кова Р.Ю.	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования	ЮНИТИ- ДАНА	2015		http://www.iprbookshop.ru/52069.html
2	Григорье ва И.В.	Компьютерная графика. Учебное пособие.	Прометей	2012		http://www.iprbookshop.ru/18579.html
3	Платонов а Н.С.	Создание информационно го листка (буклета) в Adobe Photoshop и Adobe Illustrator	Интернет- Университет Информацио нных Технологий (ИНТУИТ)	2016		http://www.iprbookshop.ru/52214
4	Минаева Л.В.	Внутрикорпора тивные связи с общественность ю. Теория и практика	Аспект Пресс	2010		http://www.iprbookshop.ru/8971
5	Романыч ева Э.Т., Яцюк О.Г.	Дизайн и реклама. Компьютерные технологии	ДМК Пресс	2006		http://www.iprbookshop.ru/6901

6.2. Дополнительная литература:

1. Carter R. et al. Typographic Design: Form and Communications / Rob Carter. – New York : Van Nostrand Reinhold, 1985.

1. Glaser M. Milton Glaser : Graphic Design / Milton Glaser. – New York : Overlook Press, 1973.

2. Meggs Ph. B. History of Graphic Design / Philip B. Meggs. – New York : Van Nostrand Reinhold, 1983.

3. Аронов В. Дизайн в культуре XX века. 1945 – 1990. – М., изд. Дм. Аронов. – 2013.

4. Белецкий М. Дизайн и современность. Размышления о старом и новом в типографике XX века // ПРО100 дизайн. – 2004. – № 6 (15). – С. 16 – 23; 2005. – № 1 (16). – 10 – 19.

5. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике. – М., изд. Дм. Аронов. – 2006.

6. Гарретт Дж. Веб-дизайн. Элементы опыта взаимодействия. М., 2008.

7. Глинтерник Э. М. Графический дизайн как художественно-коммуникативная

система и средство рекламы. – СПб., 2002.

8. Демшина А. Ю. Визуальные искусства в ситуации глобализации культуры: институциональный аспект. — СПб. : Астерион, — 2010.

9. Докторов Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов / Б. З. Докторов. – М. : ЦСП, 2008.

10. Ефимов В. В. Великие шрифты. Книга первая. Истоки / В. В. Ефимов. – М.: Паратайп, – 2007.

11. Лаврентьева Е. А. Текст и контекст в графическом дизайне. Актуальные проблемы и тенденции визуализации текста. – М. – 2008.

12. Лаптев В. В. Герб Любалин. Фигуративная типографика // ПРО100 дизайн. – 2008. – № 3 – 4 (30). – С. 33 – 35.

13. Лаптев В. В. Коммерческий дизайн Америки 1950-х // Identity. – 2005 – № 4. – С. 54 – 57.

14. Лоренц Ян, Сколник Ли, Бергер Крейг. Дизайн выставок. М., 2008.

15. Маэда Джон. Законы простоты. Дизайн. Технологии. Бизнес. Жизнь. М., 2008.

16. Нельсон Дж. Проблемы дизайна / Пер. Куниной Д.Э. и Сильвестрова Д.В., предислов. Кантора К.М. — М. : Прогресс, 1971.

17. Тимоти Самара. Дизайн публикаций. Практикум. М., 2007.

6.3. Интернет-ресурсы.

1. www.aiga.org
2. www.adcglobal.org/
3. library.rit.edu/gda/designers

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для обеспечения обучения студентов по дисциплине «Лаборатория дизайна» Академия располагает следующей материально-технической базой:

- лекционными аудиториями, оборудованными видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- помещениями для проведения практических занятий, оборудованными учебной мебелью;
- компьютерными классами.

