

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

---

Институт общественных наук

(наименование института)

---

Кафедра дизайна

(наименование кафедры)

**УТВЕРЖДЕНА**  
на заседании кафедры дизайна  
Протокол №1 от 24.04.2018 г

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.04 ПРОЕКТИРОВАНИЕ**

**54.03.01 Дизайн**

направленность «Современный дизайн»

квалификация бакалавр

очная форма обучения

Год набора - 2019

Москва, 2018 г.

**Автор(ы)–составитель(и):**

**Старший преподаватель,  
член Союза дизайнеров России**

**Солтан С.Л.**

**Старший преподаватель,  
член Московского Союза художников**

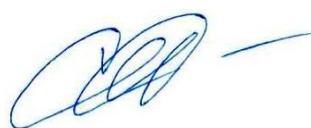
**Гавриленко Д.К.**

**Старший преподаватель**

**Шестопалов С.С.**

**Заведующий кафедрой дизайна,**

**Профессор, кандидат искусствоведения**



**Серов С. И.**

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы .....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО .....	6
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	11
4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. ....	11
4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся. ....	11
4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации .....	15
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	32
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	32
6.1. Основная литература.....	32
6.2. Дополнительная литература. ....	33
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....	33

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

1.1. Дисциплина Б1.В.04 «Проектирование» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС - 2	Способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	УК ОС-2.4	Способность в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ресурсов
ПК -2	Способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ПК-2.1	Способность представлять свои предложения при разработке проектной идеи
		ПК-2.2	Способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи
		ПК-2.3	Способность предложить концепцию разработки дизайнерского проекта
		ПК-2.4	Способность владеть концептуальным, творческим подходом к решению дизайнерской задачи
		ПК-2.5	Способность использовать концептуальный, творческий подход к решению дизайнерской задачи
ПК-7	Способность выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале	ПК-7.1	Способность выполнять эталонные образцы отдельных элементов в макете
		ПК-7.2	Способность выполнять эталонные образцы объекта дизайна в макете
		ПК-7.3	Способность выполнять эталонные образцы отдельных элементов в материале
		ПК-7.4	Способность выполнять эталонные образцы объекта дизайна в материале

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

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК ОС-2.4	Количество выбранных оптимальных способов решения задач, определенных в рамках поставленной цели проекта, исходя из существующих ресурсов Определение исполнителей задач в рамках цели проекта

Организация комплекса работ по благоустройству и озеленению объектов ландшафтной архитектуры, их охране и защите / организация производства работ по благоустройству и озеленению территорий и содержанию объектов ландшафтной архитектуры	ПК-2.1	Знает основ композиции, различных материалов и техники проектной графики, конструкторские решения; Способен формировать представление об определении проектной задачи с учётом психологических, социологических, культурологических и экономических факторов Способен выполнять проекты в технике компьютерной графики
	ПК-2.2	Способен осуществлять системное планирование проекта на всех фазах его жизненного цикла; Способен обосновать особенности разработки проекта, его контроля, регулирования и эффективного завершения проекта
	ПК-2.3	Способен широким спектром художественных средств и графических приемов для передачи фактуры материалов разработать дизайнерский проект; Способен найти и предложить эффективные графические приемы в дизайне и соотнести их с проектной задачей
	ПК-2.4	Способен предложить творческий подход к решению дизайнерской задачи, созданием «проектной концепции»; Способен предложить концепцию создания композиции в организации графической плоскости и в дизайне объемно-пространственного рекламного объекта
	ПК-2.5	Способен использовать творческий подход к решению дизайнерской задачи; Способен использовать концепцию создания композиции дизайн-проекта
Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации / Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-7.1	Знает теоретические основы композиционного построения в дизайне, технологии изготовления эталонные образцы отдельных элементов в макете; Способен разрабатывать эталонные образцы отдельных элементов любой сложности в макете; Способен разрабатывать комплексы объектов, образующих ту или иную визуально-информационную и предметную среду.
	ПК-7.2	Способен выполнять оригинал-макеты тиражируемых произведений; Способен создавать объекты в соответствии с художественно-конструктивными и технологическими требованиями; Способен выполнять проекты в технике компьютерной графики;

		Способен применять основные методы макетирования и моделирования
	ПК-7.3	Способен применять в проектных разработках современные материалы; Способен пользоваться навыками эскизной, плоскостной и объемной графикой при выполнении эталонных образцов отдельных элементов в материале; Способен применять широкий спектр художественных средств и проектных методов при выполнении эталонных образцов отдельных элементов в материале
	ПК-7.4	Способен создавать и управлять конфигурацией изделий при выполнении эталонных образцов в материале; Способен рационализировать технические решения и проводить расчётное обоснование конструкции; Способен применять методы конструирования в рамках дизайн-проекта

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Проектирование» относится к Б1.В «Вариативная часть» учебного плана. Код дисциплины Б1.В.04. Дисциплина изучается на 2,3,4 курсах, в 3-8 семестрах. Общая трудоемкость дисциплины 684/513 (19 ЗЕТ).

Содержание курса является основой для дисциплины: «Управление проектом». Данная дисциплина служит основой для написания выпускной квалификационной работы.

Количество академических часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем составляет 410/307,5 часов, из них 410/307,5 – на практические занятия, на самостоятельную работу обучающихся отводится 202/151,5 часа.

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является зачет в 3, 4, 5, 6 семестрах и экзамен в 7, 8 семестрах.

## 3. Содержание и структура дисциплины

### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.				Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий		СР	
			Л	ПЗ		
Раздел 1	Тема 1. Проектирование единичных элементов визуальной коммуникации. Тема 2. Методы	122		82	40	О., Д., Пр

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.				Форма текущего контроля успеваем ости, промежут очной аттестаци и
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий		СР	
			Л	ПЗ		
	проектирования плоскостных и объёмных знаковых форм Тема 3. Понятия о стилевом и композиционном единстве					
Раздел 2	Тема 1. Проектирование графических комплексов в средовом пространстве. Тема 2. Графика в экстерьере – вывеска Тема 3. Графика в интерьере – визуальные коммуникации, пиктограммы. Тема 4. Проектирование рекламно-графических комплексов.	122		82	40	О., Д., Пр
Раздел 3	Тема 1. Дизайн многостраничного полиграфического издания. Каталог, буклет. Тема 2. Проектирование элементов фирменного стиля.	122		82	40	О, Д, Пр
Раздел 4	Тема 1. Комплексное проектирование Тема 2. Объемное проектирование фирменного стиля и упаковки Тема 3. Верстка проектов	122		82	40	О., Д., Пр
Раздел 5	Тема 1. Проектирование графического комплекса. Тема 2. Проекты фирменного стиля Тема 3. Разработка методического руководства Тема 4. Реализация объектов- носителей	124		82	42	О., Д., КП
Промежуточная аттестация		72				3, Экз
Всего:		684		410	202	72

Примечание: формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), курсовой проект (КП), диспут (Д)  
форма промежуточной аттестации: зачет (З), экзамен (Экз).

## **Содержание дисциплины**

### **Тема 1. Проектирование единичных элементов визуальной коммуникации. Настенный календарь. Плакат, открытка**

Целью заданий данного раздела является проектирование и художественное конструирование единичных графических объектов, поэтапное освоение метода проектирования плоскостных и объёмных знаковых форм в их композиционном и стилевом единстве.

В процессе проектирования обращается внимание на функциональность выразительных средств, как способа передачи заданной визуальной информации в художественно-образной форме, осваиваются приёмы сочетания изобразительной и текстовой информации с привлечением освоенных параллельно навыков и знаний по другим вспомогательным дисциплинам специализации: основы проектной графики, основы шрифта, макетирование в графическом дизайне, пропедевтика (основы композиции).

В качестве объектов проектирования берутся единичные элементы графического дизайна.

Задание №1 Проект единого стилевого решения для настенного календаря.

**Цель:** ознакомление со спецификой проектирования дизайн-объектов.

Разработка творческой концепции и визуального решения настенного календаря с учётом функциональных особенностей календарной сетки.

#### **Состав проекта.**

6 страниц (разворотов) и обложка настенного календаря.

### **Тема 2. Проектирование графических комплексов в средовом пространстве. Графика в экстерьере – вывеска, графика в интерьере – визуальные коммуникации, пиктограммы. Проектирование рекламно-графических комплексов**

В данном разделе ставится задача создания композиционного решения и стилевого единства группы объектов дизайн-графики (эта задача является составной частью и всех последующих разделов), наглядно отражающей производственную сущность того или иного предприятия, организации или проводимых мероприятий, рекламных компаний и т.д.

Разрабатываются знаковые и рекламно-информационные комплексы для предприятий промышленности, торговли, сферы обслуживания, общественных организаций, культурно-зрелищных мероприятий и др.

#### **Проектирование элементов фирменного стиля.**

##### **Цель:**

Ознакомление с методикой проведения работы в области создания фирменного стиля.

Правила создания и константы фирменного стиля

1. Товарный знак
2. Логотип
3. Рекламный образ

**Фирменный стиль** - один из самых важных компонентов успешного бизнеса. Девяносто процентов информации человек воспринимает визуально. От того, насколько профессионально будет разработан стиль компании, зависит, будут ли клиенты обращаться в неё.

В создании фирменного стиля важно придерживаться четырех основных правил:

**1. Фирменный стиль должен легко запоминаться.** Формирование собственного фирменного стиля компании основывается на оптимальном подборе графических объектов и шрифтовых решений, которые будут использоваться во всей рекламной и корпоративной продукции. В то же время фирменный стиль компании не может быть



похож на любой другой и должен ассоциироваться у потенциального покупателя именно с продукцией компании.

**2. Фирменный стиль должен быть единым.** Будь то стиль упаковок товаров, оформления документации, сувенирной продукции, рекламы, или даже рабочей одежды сотрудников компании. Любая фирма продвигает на рынке в первую очередь свой стиль и свой бренд, а вслед за ним уже свою продукцию.

**3. Фирменный стиль должен быть легко узнаваемым.** Элементы фирменного стиля компании должны ассоциироваться именно с её продукцией. Причем он должен одинаково хорошо выглядеть на всех рекламных носителях, начиная с фирменных бланков и заканчивая экраном телевизора.

**4. Фирменный стиль должен быть легко масштабируемым.** Разные виды рекламы имеют разные размеры. Например, листовка, которую раздают в метро, имеет небольшие размеры по сравнению с плакатом, висящим над автомобильной дорогой. Задача дизайнеров разработать фирменный стиль, который будет хорошо копироваться в обоих случаях без искажения нашего восприятия.

**Таким образом,** фирменный стиль можно определить как единство постоянных художественных и текстовых элементов во всех рекламных разработках и средствах: набор цветовых, графических и словесных констант для идентификации товаров или услуг.

#### **Требования к константам фирменного стиля.**

Необходимо выбрать свой **фирменный цвет** и придерживаться его использования во всех элементах фирменного стиля.

Фирменные цвета - это цвета, которые в сочетании с формой товарного знака создают определенный, запоминающийся образ. Цвета должны входить в определенную цветовую систему, палитру.

**Фирменная цветовая гамма** делает элементы фирменного стиля более привлекательными, лучше запоминающимися, позволяет оказать сильное эмоциональное воздействие.

На первых этапах создания фирменного стиля важно определить цветовую гамму, в которой будут выполняться все основные и второстепенные элементы, начиная от товарного знака и заканчивая упаковкой товара.

Обычно используются 1-3 цвета. Лаконичная цветовая гамма не нарушает гармоничного восприятия целостного образа стиля. Чаще всего один из цветов - ахроматический. Реже - два контрастных цвета, ещё реже - два однотонных цвета. Нельзя пользоваться слабо насыщенными цветами и сложными оттенками. При полиграфическом воспроизведении цвет может «поплыть», в маленьком масштабе цвета зрительно сольются.

Важно подобрать цветовую гамму не только для логотипа, но и для всего фирменного имиджа, включая внешнюю и внутреннюю документацию, окраску стен в офисах и цвет ковра в переговорной.

**Итак,** фирменный цвет - это гамма, палитра цветов, создающая определённый запоминающийся образ и одинаково используемая в других элементах фирменного стиля.

**Фирменный шрифт** - часть фирменного стиля, определенные шрифтовые решения в оформлении текстовых материалов и логотипов, которые выбрала и постоянно использует организация в своей рекламе и в дизайне своих товаров и услуг.

Для оформления печатной продукции может быть выбран определенный шрифт.

При выборе шрифта необходимо учитывать четыре условия: **читаемость, уместность, гармоничность и внешний вид, акцент.**

**Состав проекта:** Разработка фирменного знака, логотипа. Основные стилеобразующие элементы. Деловая документация (бланки, визитки, конверты, папки).

### **Тема 3. Дизайн многостраничного полиграфического издания. Каталог, буклет**

Раздел представляет собой совершенствование навыков проектирования сложных графических комплексов в сфере многополосного печатного издания. Книга проектируется в единстве конструкции, шрифтового оформления, вёрстки, иллюстративного материала. При проектировании важно сформировать точную форму выражения для литературного или информационного материала издания. Также важно установить целевую аудиторию, тип потребителя, его возраст для более выразительной и адресной коммуникации.

#### **Проектирование каталога или буклета.**

Цель: Формирование навыков проектирования многополосного печатного издания. Практическое применение навыков верстки, иллюстрирования, профессиональной съемки.

Состав проекта:

1. Исследовательская часть на основании проектного задания (брифа)
2. Проектирование инсайта, визуального образа коммуникации;
3. Проектирование графических констант стиля: знака, цвета, подбор шрифтов;
4. Проектирование модульных сеток верстки;
5. Иллюстрирование;
6. Съемка иллюстративного материала;
7. Верстка каталога или буклета;
8. Подача проекта.

### **Тема 4. Комплексное проектирование фирменного стиля и упаковки**

Объектом проектирования является фирма-производитель продуктов питания. Особое значение придается анализу графики на форме. При проектировании разрабатываются не только графические константы, но также разнообразные упаковочные и транспортировочные материалы. Проектируется непосредственно упаковка с системами печати, беговок и вырубок; упаковочная бумага и прочие объекты, связанные с хранением, транспортировкой, мерчендайзингом товара.

Проектирование фирменного стиля и упаковки для продуктов питания.

Цель: Формирование навыков проектирования объемной формы, упаковки и систем рекламирования товара на местах продаж.

Состав проектной работы:

Исследовательская часть на основании проектного задания (брифа)

Проектирование инсайта, визуального образа коммуникации;

Проектирование графических констант стиля: знака, цвета, подбор шрифтов;

Проектирование упаковок;

Проектирование рекламной продукции на местах продаж;

Съемка упаковок;

Подготовка разверток для печати и макетов для экспозиции;

Подача проекта.

Проектирование выставочного стенда для экспозиции товара на местах продаж.

Цель: проектирование модульной разборной конструкции для выставления товара в торговом зале.

Состав проектной работы:

Анализ ценностей бренда;

Анализ товара (размер, форма, характер упаковки);

Анализ целевой аудитории;

Проектирование выставочного стенда;

Проектирование рекламных материалов;  
Подача проекта.

## **Тема 5. Проектирование графического комплекса: фирменного стиля, методического руководства, объектов-носителей**

Проектируется системный графический комплекс, включающий разнообразные объекты проектной работы дизайнера. Выбор объектов проектирования зависит от темы работы. В рамках данного задания формируется концептуальное мышление, системное программирование визуальной идентификации во взаимосвязи с брендингом.

Графический комплекс визуальной идентификации.

Цель: Формирование стратегического дизайн-мышления для объединения разнообразных носителей в единую коммуникационную систему идентификаторов бренда.

Состав проектной работы:

1. Исследовательская часть на основании проектного задания (брифа)
2. Анализ ценностей бренда;
3. Проектирование инсайта, визуального образа коммуникации;
4. Проектирование графических констант стиля: знака, цвета, подбор шрифтов;
5. Анализ целевой аудитории;
6. Проектирование объектов-носителей стиля;
7. Проектирование рекламных материалов;
8. Проектирование методических рекомендаций по пользованию стилем;
9. подача проекта.

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

### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.04 Проектирование используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении практических занятий: О., Д., КП.

4.1.2. Зачеты и экзамены проводятся с применением следующих методов (средств) – ответы на теоретические вопросы, защита практических работ, защита курсового проекта.

### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.**

**Типовые оценочные материалы по теме 1**

**Задание №1 Проект единого стилевого решения для настенного календаря.**

**Цель:** ознакомление со спецификой проектирования дизайн-объектов.

Разработка творческой концепции и визуального решения настенного календаря с учётом функциональных особенностей календарной сетки.

**Состав проекта.**

6 страниц (разворотов) и обложка настенного календаря.

Оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на обе части зачетного задания;
- разработкой и защитой проектов;
- учебными достижениями в семестровый период.

Знания, умения, навыки студента на экзамене оцениваются оценками: «отлично» – 5, «хорошо» – 4, «удовлетворительно» – 3, «неудовлетворительно» – 2. Кроме того, студенту выставляется оценка в соответствии с балльно-рейтинговой системой. Основой

для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.

## **Типовые оценочные материалы по теме 2**

### **Задание №2 Проектирование элементов фирменного стиля.**

#### **Цель:**

Ознакомление с методикой проведения работы в области создания фирменного стиля.

Правила создания и константы фирменного стиля

4. Товарный знак

5. Логотип

6. Рекламный образ

**Фирменный стиль** - один из самых важных компонентов успешного бизнеса. Девяносто процентов информации человек воспринимает визуально. От того, насколько профессионально будет разработан стиль компании, зависит, будут ли клиенты обращаться в неё.

В создании фирменного стиля важно придерживаться четырех основных правил:

**5. Фирменный стиль должен легко запоминаться.** Формирование собственного фирменного стиля компании основывается на оптимальном подборе графических объектов и шрифтовых решений, которые будут использоваться во всей рекламной и корпоративной продукции. В то же время фирменный стиль компании не может быть похож на любой другой и должен ассоциироваться у потенциального покупателя именно с продукцией компании.

**6. Фирменный стиль должен быть единым.** Будь то стиль упаковок товаров, оформления документации, сувенирной продукции, рекламы, или даже рабочей одежды сотрудников компании. Любая фирма продвигает на рынке в первую очередь свой стиль и свой бренд, а вслед за ним уже свою продукцию.

**7. Фирменный стиль должен быть легко узнаваемым.** Элементы фирменного стиля компании должны ассоциироваться именно с её продукцией. Причем он должен одинаково хорошо выглядеть на всех рекламных носителях, начиная с фирменных бланков и заканчивая экраном телевизора.

**8. Фирменный стиль должен быть легко масштабируемым.** Разные виды рекламы имеют разные размеры. Например, листовка, которую раздают в метро, имеет небольшие размеры по сравнению с плакатом, висящим над автомобильной дорогой. Задача дизайнеров разработать фирменный стиль, который будет хорошо копироваться в обоих случаях без искажения нашего восприятия.

**Таким образом,** фирменный стиль можно определить как единство постоянных художественных и текстовых элементов во всех рекламных разработках и средствах: набор цветовых, графических и словесных констант для идентификации товаров или услуг.

#### **Требования к константам фирменного стиля.**

Необходимо выбрать свой **фирменный цвет** и придерживаться его использования во всех элементах фирменного стиля.

Фирменные цвета - это цвета, которые в сочетании с формой товарного знака создают определенный, запоминающийся образ. Цвета должны входить в определенную цветовую систему, палитру.

**Фирменная цветовая гамма** делает элементы фирменного стиля более привлекательными, лучше запоминающимися, позволяет оказать сильное эмоциональное воздействие.

На первых этапах создания фирменного стиля важно определить цветовую гамму, в которой будут выполняться все основные и второстепенные элементы, начиная от товарного знака и заканчивая упаковкой товара.

Обычно используются 1-3 цвета. Лаконичная цветовая гамма не нарушает гармоничного восприятия целостного образа стиля. Чаще всего один из цветов - ахроматический. Реже - два контрастных цвета, ещё реже - два однотонных цвета. Нельзя пользоваться слабо насыщенными цветами и сложными оттенками. При полиграфическом воспроизведении цвет может «поплыть», в маленьком масштабе цвета зрительно сольются.

Важно подобрать цветовую гамму не только для логотипа, но и для всего фирменного имиджа, включая внешнюю и внутреннюю документацию, окраску стен в офисах и цвет ковра в переговорной.

**Итак**, фирменный цвет - это гамма, палитра цветов, создающая определённый запоминающийся образ и одинаково используемая в других элементах фирменного стиля.

**Фирменный шрифт** - часть фирменного стиля, определённые шрифтовые решения в оформлении текстовых материалов и логотипов, которые выбрала и постоянно использует организация в своей рекламе и в дизайне своих товаров и услуг.

Для оформления печатной продукции может быть выбран определённый шрифт.

При выборе шрифта необходимо учитывать четыре условия: **читаемость, уместность, гармоничность и внешний вид, акцент.**

**Состав проекта:** Разработка фирменного знака, логотипа. Основные стилеобразующие элементы. Деловая документация (бланки, визитки, конверты, папки).

Оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на обе части зачетного задания;
- разработкой и защитой проектов;
- учебными достижениями в семестровый период.

Знания, умения, навыки студента на экзамене оцениваются оценками: «отлично» – 5, «хорошо» – 4, «удовлетворительно» – 3, «неудовлетворительно» – 2. Кроме того, студенту выставляется оценка в соответствии с балльно-рейтинговой системой. Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.

### **Типовые оценочные материалы по теме 3**

#### **Задание 3. Проектирование графических комплексов в средовом пространстве, навигации.**

**Цель:** Формирование знаний умений и навыков в проектировании системных графических комплексов на примере навигации в общественном интерьере или корпорации. Ознакомление с методикой проведения работы в области создания модульной знаковой формы.

Состав проекта:

1. Исследовательская часть на основании проектного задания (брифа)
2. Проектирование инсайта, визуального образа коммуникации;

3. Проектирование графических констант стиля: знака, цвета, подбор шрифтов;
4. Проектирование модульных сеток стиля;
5. Проектирование пиктограмм;
6. Подача проекта.

Оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на обе части зачетного задания;
- разработкой и защитой проектов;
- учебными достижениями в семестровый период.

Знания, умения, навыки студента на экзамене оцениваются оценками: «отлично» – 5, «хорошо» – 4, «удовлетворительно» – 3, «неудовлетворительно» – 2. Кроме того, студенту выставляется оценка в соответствии с балльно-рейтинговой системой. Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.

#### **Типовые оценочные материалы по теме 4**

##### **Задание 4. Проектирование каталога или буклета.**

Цель: Формирование навыков проектирования многополосного печатного издания. Практическое применение навыков вертки, иллюстрирования, профессиональной съемки.

Состав проекта:

9. Исследовательская часть на основании проектного задания (брифа)
10. Проектирование инсайта, визуального образа коммуникации;
11. Проектирование графических констант стиля: знака, цвета, подбор шрифтов;
12. Проектирование модульных сеток верстки;
13. Иллюстрирование;
14. Съемка иллюстративного материала;
15. Верстка каталога или буклета;
16. Подача проекта.

Оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на обе части зачетного задания;
- разработкой и защитой проектов;
- учебными достижениями в семестровый период.

Знания, умения, навыки студента на экзамене оцениваются оценками: «отлично» – 5, «хорошо» – 4, «удовлетворительно» – 3, «неудовлетворительно» – 2. Кроме того, студенту выставляется оценка в соответствии с балльно-рейтинговой системой. Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.

#### **Типовые оценочные материалы по теме 5**

##### **Задание 5. Проектирование фирменного стиля и упаковки для продуктов питания.**

Цель: Формирование навыков проектирования объемной формы, упаковки и систем рекламирования товара на местах продаж.

Состав проектной работы:

1. Исследовательская часть на основании проектного задания (брифа)
2. Проектирование инсайта, визуального образа коммуникации;

3. Проектирование графических констант стиля: знака, цвета, подбор шрифтов;
4. Проектирование упаковок;
5. Проектирование рекламной продукции на местах продаж;
6. Съемка упаковок;
7. Подготовка разверток для печати и макетов для экспозиции;
8. Подача проекта.

### **Задание 5.1 Проектирование выставочного стенда для экспозиции товара на местах продаж.**

**Цель:** проектирование модульной разборной конструкции для выставления товара в торговом зале.

Состав проектной работы:

1. Анализ ценностей бренда;
2. Анализ товара (размер, форма, характер упаковки);
3. Анализ целевой аудитории;
4. Проектирование выставочного стенда;
5. Проектирование рекламных материалов;
6. Подача проекта.

Оценка знаний студента на экзамене носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на обе части зачетного задания;
- разработкой и защитой проектов;
- учебными достижениями в семестровый период.

Знания, умения, навыки студента на экзамене оцениваются оценками: «отлично» – 5, «хорошо» – 4, «удовлетворительно» – 3, «неудовлетворительно» – 2. Кроме того, студенту выставляется оценка в соответствии с балльно-рейтинговой системой. Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.

### **4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

#### **4.3.1. 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 разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	УК ОС-2.4	Способность в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ресурсов
ПК -2	Способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на	ПК-2.1	Способность представлять свои предложения при разработке проектной идеи
		ПК-2.2	Способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи

	концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ПК-2.3	Способность предложить концепцию разработки дизайнерского проекта
		ПК-2.4	Способность владеть концептуальным, творческим подходом к решению дизайнерской задачи
		ПК-2.5	Способность использовать концептуальный, творческий подход к решению дизайнерской задачи
ПК-7	Способность выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале	ПК-7.1	Способность выполнять эталонные образцы отдельных элементов в макете
		ПК-7.2	Способность выполнять эталонные образцы объекта дизайна в макете
		ПК-7.3	Способность выполнять эталонные образцы отдельных элементов в материале
		ПК-7.4	Способность выполнять эталонные образцы объекта дизайна в материале

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
УК ОС-2.4 Способность в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений	Количество выбранных оптимальных способов решения задач, определенных в рамках поставленной цели проекта, исходя из существующих ресурсов Определение исполнителей задач в рамках цели проекта	Нахождение определенного количества оптимальных способов решения задач, определенных в рамках поставленной цели проекта, исходя из существующих ресурсов Прогнозы о развитии событий, исходя из использованных способов для решения задач, определенных в рамках поставленной цели проекта
ПК-2.1 Способность представлять свои предложения при разработке проектной идеи	Знает основ композиции, различных материалов и техники проектной графики, конструкторские решения; Способен формировать представление об определении проектной задачи с учётом психологических, социологических, культурологических и экономических факторов Способен выполнять проекты в технике компьютерной графики	Знает основ композиции, различных материалов и техники проектной графики, конструкторские решения; Способен формировать представление об определении проектной задачи с учётом психологических, социологических, культурологических и экономических факторов Способен выполнять проекты в технике компьютерной графики



Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-2.2 Способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи	Способен осуществлять системное планирование проекта на всех фазах его жизненного цикла; Способен обосновать особенности разработки проекта, его контроля, регулирования и эффективного завершения проекта	Представлен план проекта на всех фазах его жизненного цикла; Обоснованы особенности разработки проекта, его контроля, регулирования и эффективного завершения проекта
ПК-2.3 Способность предложить концепцию разработки дизайнерского проекта	Способен широким спектром художественных средств и графических приемов для передачи фактуры материалов разработать дизайнерский проект; Способен найти и предложить эффективные графические приемы в дизайне и соотнести их с проектной задачей	Дизайнерский проект разработан с учетом спектра художественных средств и графических приемов для передачи фактуры материалов; Предлагает эффективные графические приемы в дизайне в соответствии с проектной задачей
ПК-2.4 Способность владеть концептуальным, творческим подходом к решению дизайнерской задачи	Способен предложить творческий подход к решению дизайнерской задачи, созданием «проектной концепции»; Способен предложить концепцию создания композиции в организации графической плоскости и в дизайне объемно-пространственного рекламного объекта	Разработан творческий подход к решению дизайнерской задачи, созданием «проектной концепции»; Разработана концепция создания композиции в организации графической плоскости и в дизайне объемно-пространственного рекламного объекта
ПК-2.5 Способность использовать концептуальный, творческий подход к решению дизайнерской задачи	Способен использовать творческий подход к решению дизайнерской задачи; Способен использовать концепцию создания композиции дизайн-проекта	Применен творческий подход к решению дизайнерской задачи; Применена концепция создания композиции дизайн-проекта
ПК-7.1 Способность выполнять эталонные образцы отдельных элементов в макете	Знает теоретические основы композиционного построения в дизайне, технологии изготовления эталонные образцы отдельных элементов в макете; Способен разрабатывать эталонные образцы отдельных элементов любой сложности в макете; Способен разрабатывать комплексы объектов,	Демонстрирует знание теоретических основ композиционного построения в дизайне, технологий изготовления эталонные образцы отдельных элементов в макете; Разрабатывает эталонные образцы отдельных элементов любой сложности в макете; Разрабатывает комплексы объектов, образующих ту или иную визуально-

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
	образующих ту или иную визуально-информационную и предметную среду.	информационную и предметную среду.
ПК-7.2 Способность выполнять эталонные образцы объекта дизайна в макете	Способен выполнять оригинал-макеты тиражируемых произведений; Способен создавать объекты в соответствии с художественно-конструктивными и технологическими требованиями; Способен выполнять проекты в технике компьютерной графики; Способен применять основные методы макетирования и моделирования	Выполнен оригинал-макеты тиражируемых произведений; Выполнен образец в соответствии с художественно-конструктивными и технологическими требованиями; Выполнен образец в технике компьютерной графики; Применены основные методы макетирования и моделирования
ПК-7.3 Способность выполнять эталонные образцы отдельных элементов в материале	Способен применять в проектных разработках современные материалы; Способен пользоваться навыками эскизной, плоскостной и объемной графикой при выполнении эталонных образцов отдельных элементов в материале; Способен применять широкий спектр художественных средств и проектных методов при выполнении эталонных образцов отдельных элементов в материале	Разработан образец с применением современных материалов; Применяет навыки эскизной, плоскостной и объемной графики при выполнении эталонных образцов отдельных элементов в материале; Применяет художественные средства и проектные методы при выполнении эталонных образцов отдельных элементов в материале
ПК-7.4 Способность выполнять эталонные образцы объекта дизайна в материале	Способен создавать и управлять конфигурацией изделий при выполнении эталонных образцов в материале; Способен рационализировать технические решения и проводить расчётное обоснование конструкции; Способен применять методы конструирования в рамках дизайн-проекта	Создает и управляет конфигурацией изделий при выполнении эталонных образцов в материале; Рационализировать технические решения и проводит расчётное обоснование конструкции; Применяет методы конструирования в рамках дизайн-проекта

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

##### Типовые вопросы к зачету

1. Проектная миссия бренда и элементы графического стиля;
2. Примеры нестандартного оформления многополосного печатного издания;
3. Графические средства применительно к креативной концепции;

4. Семантика знаковой формы;
5. Виды разверток и «замков» для упаковки;
6. Виды модульных сеток для периодических печатных изданий;
7. Примеры оригинальной графики для фирменного стиля;
8. Нестандартные книги (материал, набор, иллюстрирование, вырубка);
9. Плагиат в иллюстрировании, проектирование стиля, знака;
10. Закон о рекламе (допустимые и не допустимые изображения в рекламе).
11. **Kumi Yamashita / Куми Ямашита** – американская художница из Японии известна теневыми картинами
12. **Maurits Cornelis Escher / Мауриц Эшер** (1898 - 1972) – нидерландский художник-график, знаменит метаморфозами
13. **Kazumasa Nagai / Кадзумаса Нагаи** – легенда японского плаката
14. **Tadanori Yokoo / Таданори Йоко** – легенда японского плаката, дизайн, которому невозможно подражать
15. **Ikko Tanaka / Икко Танака** (1930 – 2002) – легенда японского плаката
16. **Koichi Sato / Койчи Сато** – легенда японского плаката
17. **Jan Lenica / Ян Леница** (1928 – 2001) — польский художник-график и режиссёр-аниматор
18. **Mieczyslaw Wasilewski / Мечислав Василевский** – польский плакатист
19. **Ettore Sottsass / Этторе Соттсасс** (1917 - 2007) — выдающийся дизайнер, архитектор, художник, теоретик и философ проектной культуры. Символ «итальянской альтернативы» в дизайне и основатель знаменитого объединения «Мемфис»
20. **Max Bill / Макс Билл** (1908 – 1994) – скульптор, художник-абстракционист, архитектор и дизайнер, представитель швейцарской школы конкретного искусства
21. **Adolphe Jean-Marie Mouron / Адольф Жан-Мари Мурон**, более известный под псевдонимом А. М. Кассандр (А.М. Cassandre, 1901-1968) – французский живописец, литограф, мастер рекламных плакатов и дизайнер шрифта
22. **Dale Chihuly / Дейл Чихули** – американский художник со словацкими корнями, стеклодув, считается одним из самых значительных современных художников
23. **Li Hongbo / Ли Хунбо** – гибкие бумажные скульптуры
24. **Keith Haring / Кит Харинг** – граффити, современное искусство, поп-арт

#### Типовые вопросы к экзамену

1. Понятие «Фирменный стиль», его функции в современной коммуникации.
2. Стилеобразующие элементы Фирменного стиля.
3. Виды знаков в графическом дизайне.
4. Семантика знаковой формы.
5. Модульная сетка как элемент Фирменного стиля.
6. Брендбук, его функции, основные разделы и особенности проектирования.
7. Фирменный цвет, его функции и основные характеристики.
8. Фирменный шрифт как элемент Фирменного стиля.
9. Фирменный блок как элемент Фирменного стиля.
10. Фирменная текстура или оригинальная графика как элементы Фирменного стиля.
11. Особенности проектирования журналов.
12. Особенности книжного дизайна.
13. Особенности проектирования упаковки.
14. Функции упаковки.
15. Виды печати в полиграфии и их отличительные особенности.

16. Функции модульной сетки в многополосном печатном издании.
17. Роль типографики в графическом дизайне.
18. Виды полиграфической верстки.
19. Изобразительные возможности тиражных техник.
20. Использование не тиражных графических техник в дизайне.
21. Выдающиеся представители графического дизайна в XX веке.
22. Виды графического дизайна.
23. Отличие графического дизайна от других видов дизайн-проектирования.
24. Виды композиционных построений в графическом дизайне, особенности их проектировании и восприятия.
25. Форма и контрформа в графическом изображении.

## **Примеры заданий для выполнения практической работы**

### **Задание 1. Настенный календарь, плакат.**

#### **Этапы выполнения работы:**

6 страниц (разворотов) и обложка настенного календаря

1. Выдача задания.
2. Клаузура на общее концептуальное решение.
3. Создание принципиального макета решения календаря.
4. Разработка оригиналов и проведение фотосессии по выбранной тематике.
5. Работа над модульной календарной сеткой.
6. Выполнение чистового макета календаря, плаката, открытки.

#### **Примеры экспозиции задания №1**



## **Задание №2 Проектирование элементов фирменного стиля.**

### **Этапы выполнения работы:**

1. Выдача задания, вводная лекция. Клаузура на образное решение по выбранной теме (фирма, предприятие, агентство).
2. Клаузура на обще образно-стилистическое решении проекта фирменного стиля.
3. Работа над созданием логотипа.
4. Работа над основными, стилеобразующими элементами стиля.
5. Разработка деловой документации.
6. Разработка руководства по фирменному стилю (гайдлайна).
7. Подготовка экспозиции проекта.

Примеры экспозиции задания №2 к экзамену.



## **Задание 3. Проектирование графических комплексов в средовом пространстве, навигации.**

### **Этапы выполнения работы:**

1. Исследовательская часть на основании проектного задания (брифа)
2. Проектирование инсайта, визуального образа коммуникации;
3. Проектирование графических констант стиля: знака, цвета, подбор шрифтов;
4. Проектирование модульных сеток стиля;
5. Проектирование пиктограмм;
6. Подача проекта.

Примеры экспозиции задания №3 к просмотру



#### Задание 4. Проектирование каталога или буклета

##### Этапы выполнения работы:

1. Исследовательская часть на основании проектного задания (брифа)
2. Проектирование инсайта, визуального образа коммуникации;
3. Проектирование графических констант стиля: знака, цвета, подбор шрифтов;
4. Проектирование модульных сеток верстки;
5. Иллюстрирование;
6. Съемка иллюстративного материала;
7. Верстка каталога или буклета;
8. Подача проекта.

Пример экспозиции задания №4 к просмотру



### **Задание 5. Проектирование фирменного стиля и упаковки для продуктов питания** **Этапы выполнения работы:**

1. Исследовательская часть на основании проектного задания (брифа)
2. Проектирование инсайта, визуального образа коммуникации;
3. Проектирование графических констант стиля: знака, цвета, подбор шрифтов;
4. Проектирование упаковок;
5. Проектирование рекламной продукции на местах продаж;
6. Съемка упаковок;
7. Подготовка разверток для печати и макетов для экспозиции;
8. Подача проекта.

Пример экспозиции задания №5 к просмотру





**Задание 5.1 Проектирование выставочного стенда для экспозиции товара на местах продаж.**

**Этапы выполнения работы:**

1. Анализ ценностей бренда;
2. Анализ товара (размер, форма, характер упаковки);
3. Анализ целевой аудитории;
4. Проектирование выставочного стенда;
5. Проектирование рекламных материалов;
6. Подача проекта.

Пример экспозиции задания №5 к просмотру.



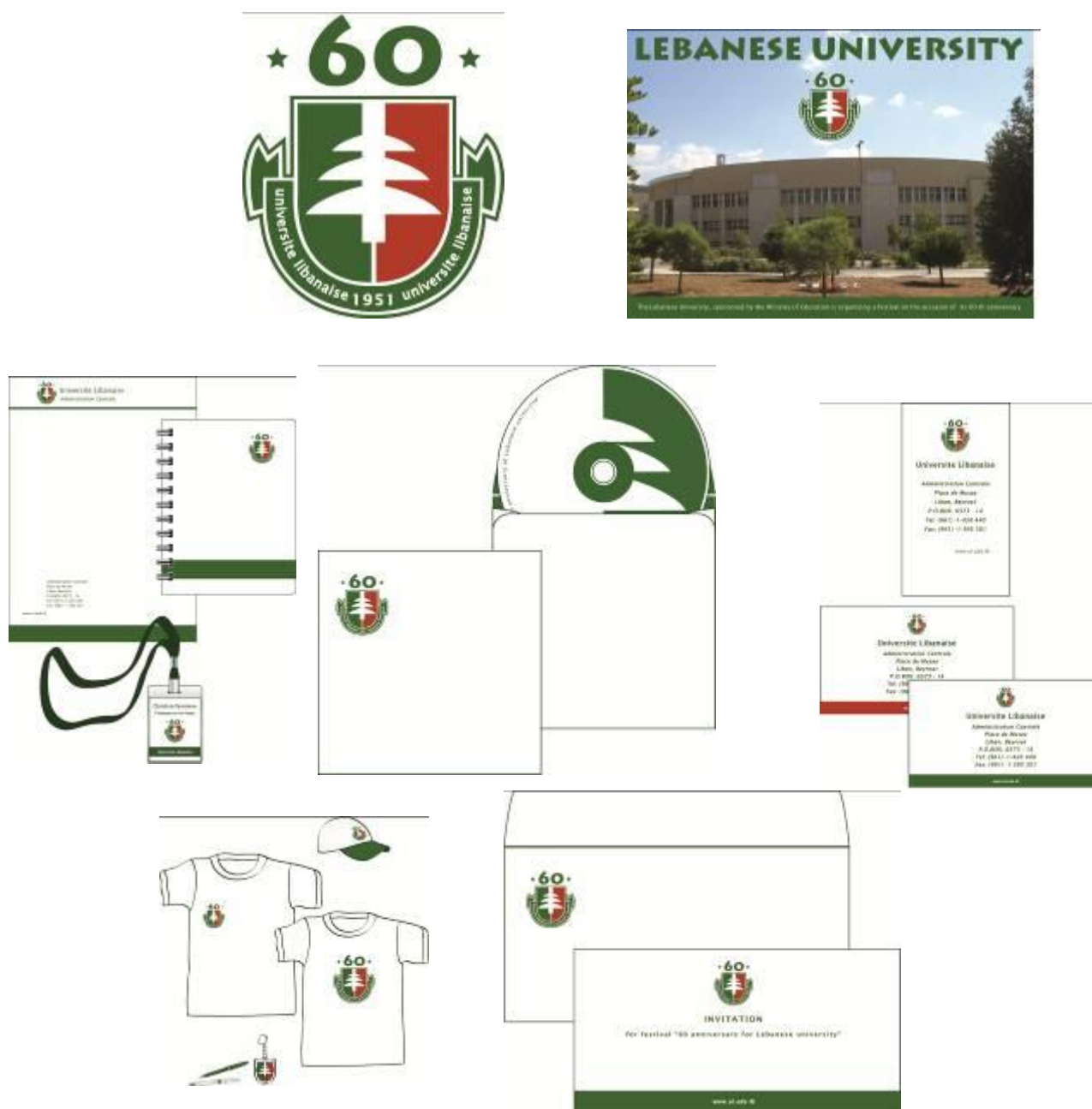


## Задание 6. Графический комплекс визуальной идентификации.

### Этапы выполнения работы:

1. Исследовательская часть на основании проектного задания (брифа)
2. Анализ ценностей бренда;
3. Проектирование инсайта, визуального образа коммуникации;
4. Проектирование графических констант стиля: знака, цвета, подбор шрифтов;
5. Анализ целевой аудитории;
6. Проектирование объектов-носителей стиля;
7. Проектирование рекламных материалов;
8. Проектирование методических рекомендаций по пользованию стилем;
9. Подача проекта.

Пример разворотов методического руководства по фирменному стилю.



## Типовые задания на курсовое проектирование

### Задание 1. Календарь. Плакат. Крупноформатные полиграфические издания

Примерами крупноформатных тиражируемых изданий могут являться плакат и календарь. Темами для проекта могут являться любые актуальные социальные, экологические или др. проблемы, конкурсные темы; либо темы, обусловленные социальным или производственным заказом.

**Методические задачи:** постановка проблемы, выискивание её в социальной среде и развитие в плакате; освоение студентами специфики проектирования плаката как ударного сгустка визуальной информации, способного остановить зрителя и побудить к какому-либо действию; получение навыков обобщать, избавляться от лишних деталей; закрепление навыков сочетания изобразительных и шрифтовых элементов композиции; изучение закономерностей компоновки шрифта в плакате; ознакомление с понятием «порядок прочтения».

Проектирование плаката дополняется разработкой календаря (календарь-плакат или настенный перекидной – на выбор преподавателя) – печатного издания, предназначенного для несения шрифтовой функциональной формации в виде календарной сетки. Акцент делается на принадлежность календаря к тематике плаката. Поэтому они объединяются единым стилем: системой композиционных средств, характером изобразительного и текстового материала, цветом.

#### **Состав проектных материалов:**

*Графическая часть* (планшет 55×75 см), содержащая:

- плакат (один планшет; техника свободная, возможно применение коллажа; содержание шрифта – 20%, изобразительных элементов – 80%);
- обложка и развороты календаря в цвете (второй планшет, М 1÷1; размеры);
- модульная система верстки календаря;
- композиционный ключ комплекта;
- название проекта, вспомогательные надписи, подпись проекта.

*Макет* календаря в цвете (М 1÷1).

*Пояснительная записка* к проекту: «Плакат и календарь \_\_\_\_\_».  
(название тематики)

Содержание пояснительной записки:

- анализ аналогов;
- художественный образ;
- функциональный анализ;
- система композиционных средств и пропорционально-модульная организация (система верстки календаря);
- смысловая и графическая концепция;
- обоснование единства стиля плаката и календаря;
- новизна и красота проекта.

Объём пояснительной записки: не менее 8 страниц печатного текста (шрифт 14 Times New Roman, поля 2 см, одинарный пробел) и приложение (аналоги, эскизы).

#### **Задание 2, 5. Фирменный стиль предприятия (организации, мероприятия).**

Объектами проектирования могут являться предприятия (организации), выставочные, конкурсные предложения, перспективные темы.

**Методические задачи:** развитие методики разработки элементов группы взаимосвязанных объектов дизайн-графики; деловой документации и рекламно-информационной продукции, плоскостных графических решений и трансформируемых печатных материалов оригинальной конструкции. Большое внимание уделяется первоначально разработке основных элементов фирменного стиля.

#### **Состав проектных материалов:**

*Графическая часть* содержащая:

- исходный товарный знак (логотип) в цвете – главный элемент фирменного стиля;
- фирменный шрифт (разного назначения) с указанием названия;
- фирменная цветовая гамма (основное и дополнительные цветовые сочетания) с указанием названий цветов (PANTONE, CMYK) и приблизительного процентного содержания в общей фирменной цветовой гамме;
- модульная система вёрстки печатных изданий (на основе модульной гармонизации исходного знака);
- деловая документация: визитка, фирменный бланк, фирменная папка (лицевая сторона и разворот), почтовый конверт, марка, курьерский конверт, приглашение;
- рекламная продукция: карманный календарь или открытка, настольный трансформирующийся календарь или буклет (лицевая сторона, развороты), блокнот;

– наглядное изображение носителей фирменного стиля в виде композиции (фотоизображение).

– название проекта, вспомогательные надписи, подпись проекта.

*Макеты* деловой документации и рекламной продукции (М 1:1).

*Пояснительная записка* к проекту 12: «Фирменный стиль \_\_\_\_\_».  
(название предприятия)

Содержание пояснительной записки:

– анализ аналогов;

– смысловая и графическая концепция фирменного стиля (основных элементов, деловой документации, рекламной продукции);

– функциональный анализ элементов фирменного стиля;

– система композиционных средств, пропорционально-модульная организация фирменного стиля;

– обоснование единства стиля;

– новизна и эстетика проекта.

Объём пояснительной записки: не менее 10 страниц печатного текста (шрифт 14 Times New Roman, поля 2 см, одинарный пробел) и приложение (аналоги, эскизы).

### **Задание 3. Проектирование графических комплексов в средовом пространстве.**

#### **Графика в интерьере – визуальные коммуникации, пиктограммы**

**Методические задачи:** Развитие методики разработки элементов комплекса, взаимосвязанных объектов внутреннего оформления в соответствии с фирменным стилем, деятельностью предприятия и функциональными особенностями внутреннего пространства.

*Цель:* освоение методов проектирования и принципов формообразования графических объектов в средовом пространстве.

*Задачи:*

– достижение коммуникативности, визуальной выразительности и образной содержательности элементов проекта посредством графических преобразований;

– практическое применение затронутых ранее понятий: функциональность, образность и ассоциативность, стилевое соответствие; система композиционных средств и пропорционально-модульная гармонизация; морфология (элементы графической формы), читаемость, лаконичность, технологичность исполнения..

Студенты самостоятельно выбирают существующее исходное предприятие и обосновывают необходимость изменения внутреннего оформления его рекламно-графических объектов.

В процессе проектирования большое внимание уделяется образному решению визуально-коммуникативных изображений и поиску оптимального соотношения их образного решения с конструктивно-планировочными особенностями помещения и функциональными особенностями размещения информационных носителей.

Разрабатываются: пиктограммы, ценники, таблички, воблеры, внутренние вывески указатели и т.д., общая графическая концепция решения внутреннего пространства; вариант оформления решается с учетом эргономических расчетов и удобства ориентации потребителя в данном пространстве.

Акцент делается на оптимальном соотношении образного решения в графическом объекте со стилевыми особенностями содержимого в данном пространстве - отражение в проекте характерных особенностей отрасли производства (деятельности) и выпускаемой продукции (услуг).

Последовательное и своевременное выполнение этапов проектирования ведет к успешному достижению цели и решению задач проекта.

### **Этапы выполнения проекта:**

- вводная лекция и выдача задания;
  - утверждение темы;
  - подбор и анализ аналогов;
  - выполнение вспомогательного графического задания;
  - выполнение элементов графической части проекта (эскизирование);
  - выполнение элементов макетной части проекта (эскизирование);
  - компоновка на планшетах;
  - чистовое исполнение макета и графической подачи на планшетах;
- написание пояснительной записки.

### **Состав проектных материалов:**

#### **Состав проекта:**

- Исходная фотография объекта;
- Изготовление чертежей плана и разверток стен по периметру (М 1:20);
- Колористическое решение;
- Система пиктограмм;
- Изготовление 3-х мерного изображения;
- Пояснительная записка (объем 20 страниц).

**Пояснительная записка к проекту:** «Проектирование графического комплекса в интерьере пространства для предприятия \_\_\_\_\_».  
(название предприятия)

#### **Содержание пояснительной записки:**

- анализ аналогов;
- графическая концепция главного фасада предприятия;
- художественный и конструктивный образ рекламной вывески;
- художественный и конструктивный образ витринного пространства;
- художественно-графическое решение штендера и перетяжки;
- варианты рекламно-графических объектов;
- анализ степени читаемости внешних рекламно-информационных носителей;
- новизна и красота художественно-графического решения фасадной части здания.

Объем пояснительной записки: не менее 20 страниц печатного текста (шрифт 14 Times New Roman, поля 2 см, одинарный пробел) и приложение (аналоги, эскизы).

### **Задание 4. Проектирование каталога, буклета**

#### **Конструктивное решение**

Объектом проектирования может являться любая известная продукция.

**Методические задачи:** проектная разработка конструктивного решения каталога на основе изучения аналогов, образа самой продукции; дальнейшее развитие образного и конструктивного мышления при решении задания.

Каталог рассматривается как единый художественный предмет и проектируется с учётом предполагаемого графического решения.

Концепция конструктивного и морфологического решения каталога должна вестись и с учётом рекламной функции; на основе предполагаемого тиража закладываются материалы и стоимость каталога.

#### **Графическое решение**

Основой является спроектированное конструктивное решение каталога. Графическое решение раскрывает образ каталога.

**Методические задачи:** дальнейшая отработка навыков достижения единства стиля объёмных конструктивных и плоских графических форм; применение всех доступных (традиционных и нетрадиционных) графических техник и материалов, способных

раскрыть образ содержания продукции, выразить индивидуальность дизайнера графика и обеспечить рекламную функцию каталога.

**Состав проектных материалов:**

**Конструктивная часть:**

Макет М 1÷1, бумага, картон, другие материалы.

Комплект чертежей:

- виды (проекции) элементов комплекта (М 1÷1);
- развёртки и развороты (М 1÷1);
- морфологический разбор (взрыв-схема) – М 1÷1, изометрия.

Аналоги конструктивного решения каталога с описательной частью.

Описание концепции конструктивного решения (текст, схемы и т.д.).

**Графическая часть:**

- наглядное изображение подарочного издания книги (рекламная подача, М 1÷1, в цвете; изометрия, перспектива, фото или др.);
- особенности эксплуатации;
- морфологический разбор комплекта (взрыв-схема, изометрия, М 1÷1 или уменьшенный);
- виды (проекции) с нанесением размеров (М 1÷1, размеры);
- принцип вёрстки страницы (модульная сетка);
- гарнитуры шрифта;
- название проекта, вспомогательные надписи, подпись проекта.

Макет в материале (М 1÷1).

Пояснительная записка к проектам 19 и 20: «Подарочное издание книги \_\_\_\_\_», содержащая анализ аналогов конструктивного и

(автор и название произведения)

графического решения; обоснование конструктивной и графической концепций (объём текста 20 страниц).

**Задание 6. Комплексное проектирование фирменного стиля и сопутствующих рекламно-графических элементов.**

Преддипломный проект. Выполняется как часть системной разработки средств визуальной коммуникации, графических комплексов, фирменных стилей предприятий и организаций различных отраслей народного хозяйства. В задание включается проектирование предметной и визуально-информационной среды с помощью разнообразных коммуникативных средств, обеспечивающих необходимую наглядную связь между людьми, между человеком и предметом потребления.

Возможные объекты проектирования: промышленные объединения, аграрно-промышленные комплексы, коммерческие структуры всех видов; государственные комитеты, министерства и ведомства, акционерные общества, частные предприятия; научные учреждения, общественные и культурные организации; различные творческие объединения, издательства; учебные, спортивные, детские и другие заведения; юбилеи, акции и празднества и т.д.

**Методические указания:**

Дальнейшее совершенствование и углубление накопленных знаний и навыков на примерах конкретной и приближённой к реальной тематике, работе индивидуальных творческих наклонностей обучаемого. Проявление свободного владения проектными методами и профессиональным мышлением в разработке сложных комплексных заданий. Выполнение преддипломного проекта показывает уровень подготовленности студента к самостоятельному решению задач дипломной работы.

Проект должен содержать разработку основных элементов фирменного стиля (товарный знак, фирменный шрифт, фирменная цветовая гамма, фирменный блок, модульная сетка); пакет деловой документации; рекламную продукцию (по выбору студента).

**Состав проектных материалов:**

Графическая часть, содержащая рекламную подачу элементов проекта с выходом в рельеф и объём (М 1÷1, в материале).

Макеты элементов проекта (М 1÷1, в материале).

Пояснительная записка к проекту 21: «Фирменный стиль \_\_\_\_\_», включающая аналоги и их анализ, подробное обоснование концепции проекта (объём (название предприятия)

текста 20 страниц, общий объём – 40 страниц).

**Шкала оценивания**

<b>Критерий оценки</b>	<b>Оценка</b>
В рамках разработки проекта выбраны оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений Представлены свои предложения при разработке проектной идеи Обоснованы свои предложения при разработке проектной идеи Предложена концепция разработки дизайнерского проекта Продемонстрировано и использовано владение концептуальным, творческим подходом к решению дизайнерской задачи Выполнены эталонные образцы отдельных элементов и объекта в макете, материале.	отлично
В рамках разработки проекта выбраны оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений Представлены свои предложения при разработке проектной идеи При обосновании своих предложений по разработке проектной идеи, нарушена логика Предложена концепция разработки дизайнерского проекта Продемонстрировано и использовано владение концептуальным, творческим подходом к решению дизайнерской задачи Эталонные образцы отдельных элементов и объекта в макете, материале выполнены с ошибками.	хорошо
В рамках разработки проекта не может выбрать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений Представлены свои предложения при разработке проектной идеи При обосновании своих предложений по разработке проектной идеи, нарушена логика Не может предложить концепцию разработки дизайнерского проекта Продемонстрировано и использовано владение концептуальным, творческим подходом к решению дизайнерской задачи Эталонные образцы отдельных элементов и объекта в макете, материале выполнены с ошибками.	удовлетворительно
В рамках разработки проекта не может выбрать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений Не представлены свои предложения при разработке проектной идеи	не удовлетворительно

Не может предложить концепцию разработки дизайнерского проекта Не может продемонстрировать владение концептуальным, творческим подходом к решению дизайнерской задачи Эталонные образцы отдельных элементов и объекта в макете, материале не выполнены	
--	--

#### **4.4. Методические материалы**

Задание по экзамену включает в себя ответы на теоретические вопросы, защита практических работ, защита курсового проекта.

Процедура проведения зачета, экзамена:

Обучающийся для экзамена предъявляет экзаменатору свою зачетную книжку, выбирает билет, садится готовиться. На подготовку ответа отводится не более 30 минут.

По приглашению экзаменатора обучающийся отвечает на вопрос, обосновывая свою точку зрения, защищает практическую работу, курсовой проект. Экзаменатор может задавать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на зачет, экзамен, в том числе по темам, пропущенным обучающимся. Результат по сдаче зачета, экзамена объявляется студентам после ответа, вносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

#### **Работа с литературными источниками**

В процессе подготовки к семинарским занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

#### **6.1. Основная литература.**

1. Елисеенков Г.С. Дизайн-проектирование [Электронный ресурс] : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «магистр» / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян. — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. — 150 с. — 978-5-8154-0357-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66376.html>
2. Колпащиков Л.С. Дизайн. Три методики проектирования [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие для студентов высших учебных заведений и практикующих



дизайнеров / Л.С. Колпащиков. — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2013. — 56 с. — 978-5-8064-1940-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21444.html>

## **6.2. Дополнительная литература.**

1. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 239 с. — 978-5-238-01525-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52069.html>
2. Проектирование в графическом дизайне [Электронный ресурс] : сборник описаний практических работ по специальности 070601 «Дизайн», специализации «Графический дизайн», квалификации «Дизайнер (графический дизайн)» / . — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2011. — 56 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22066.html>
3. Макетирование и моделирование в проектировании [Электронный ресурс] : методические указания к практическим занятиям для студентов специальности 270114.65 «Проектирование зданий» / . — Электрон. текстовые данные. — Йошкар-Ола: Марийский государственный технический университет, Поволжский государственный технологический университет, ЭБС АСВ, 2011. — 68 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22580.html>

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

Для обеспечения обучения студентов по дисциплине Академия располагает следующей материально-технической базой:

- учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- библиотекой, имеющей рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет;
- компьютерными классами;
- помещением для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

В учебном процессе используется компьютерное и мультимедийное оборудование для демонстрации слайдов по темам лекций с использованием программ Microsoft Office 2010 Professional (Word, Excel, Access, PowerPoint).

## **Информационные технологии, программное обеспечение и справочные системы**

1. [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru) / - Российская национальная библиотека
2. [www.nns.ru](http://www.nns.ru) / -Национальная электронная библиотека
3. [www.rsi.ru](http://www.rsi.ru) / - Российская государственная библиотека
4. [www.biznes-karta.ru](http://www.biznes-karta.ru) / -Агентство деловой информации «Бизнес-карта»
5. [www.rbs.ru](http://www.rbs.ru) / - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг»
6. [www.aport.ru](http://www.aport.ru) / - Поисковая система
7. [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru) / - Поисковая система
8. [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru) / - Поисковая система
9. [www.busineslearning.ru](http://www.busineslearning.ru) / - Система дистанционного бизнес образования

10. <http://www.consultant.ru/> - Консультант плюс
11. <http://www.garant.ru/> - Гарант