

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«СИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИСКУССТВ ИМЕНИ ДМИТРИЯ
ХВОРОСТОВСКОГО»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Уровень основной образовательной программы бакалавриат

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Профиль: Графический дизайн

Форма обучения: очная

Факультет: художественный

Кафедра: «Дизайн»

Красноярск, 2024

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (приказ Минобр науки России от 13.08.2020 г., № 1015).

Рабочая программа дисциплины разработана и утверждена на заседании кафедры 18.05.2021 г., протокол № 10.

Рабочая программа актуализирована на заседании кафедры 17.06.2024 г., протокол № 14.

Разработчики:

Профессор, В.А. Емельянов

Заведующий кафедрой «Дизайн»
профессор, С.С. Ливак

1. Цели и задачи изучения дисциплины.

1.1 Цель дисциплины: подготовить обучающегося к самостоятельной профессиональной деятельности в области графического дизайна.

1.2 Задачи дисциплины: сформировать у обучающегося базовые знания и навыки в проектировании объектов дизайн-графики, сложно-структурированных информационно-графических комплексов и систем, соответствующих современным требованиям графического дизайна.

1.3 Применение ЭО и ДОТ:

При реализации дисциплины может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Проектирование» включена в Обязательную часть Блока1 и изучается в течение 1,2,3,4,5,6,7,8 семестров в объеме 1174 часов практических занятий. Форма итогового контроля по дисциплине—экзаменационный просмотр в конце 1,2,3,4,5,6,7,8 семестра обучения.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

| Компетенция | Индикаторы достижения компетенций |
|--|--|
| ОПК-5. Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях | Знать: <ul style="list-style-type: none">- специфику каждой формы культурно-массовой деятельности и особенность подготовки и проведения фестивалей, конкурсов, мастер-классов, выставок декоративно-прикладного искусства;- функции и технологию творческо-производственного процесса;- теорию и практику менеджмента. Уметь: <ul style="list-style-type: none">- оценивать и анализировать результаты художественной деятельности при проведении различных творческих мероприятий;- возглавить организацию творческоготеатрического фестиваля;- организовать проектную работу по условиям технического задания для профессиональной группы;- создавать условия по осуществлению и сопровождению творческого мероприятия. Владеть: <ul style="list-style-type: none">- навыками разработки стратегических и перспективных планов по проведению, участию и организации профессиональных творческих мероприятий. |
| ПК-4. Способен анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта, а также способностью применения шрифта в проектировании | Знать: <ul style="list-style-type: none">—основы теории и методологии проектирования в графическом дизайне, типологию композиционных средств и их взаимодействие.- комплекс требований в дизайн проектировании предъявляемых для каждого из этапов методично и последовательно установленных в процессе работы на проектом; Уметь: <ul style="list-style-type: none">-вести методично комплексную разработку от проектных эскизов изделий, моделирования и до завершающего этапа реализации дизайн-проекта; -искать и анализировать необходимую информацию для решения профессиональных |

| | |
|--|---|
| | <p>задач, организовывать проектную деятельность;- разрабатывать проектную идею, синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта.-готовить проектную документацию, обеспечивающую возможность реализации художественного замысла;</p> <p>Владеть: - основами проектной графики, методами изобразительного языка для передачи творческого замысла дизайн-проекта; - основами этапов промышленного производства и производ- ственными технологиями выполнения объектов проектирова- ния;</p> |
| ПК-6. Способен применять со- временные технологии, тре- буемые при реализации дизайн- проекта на практике | <p>Знать: - основы композиции в дизайне, типологию композиционных средств и их взаимодействие; цвета цветовую гармонию; генезис и семантику орнамента; основы проектной графики; основы теории и методологии проектирования (в графическом, промышленном дизайне, в дизайне костюма, среды); конструирование; технологию полиграфии и художественно-техническое редактирование</p> <p>Уметь: - решать основные типы проектных задач; проектировать – дизайн промышленных изделий (предмет, серия, комплекс ит.п.), графическую продукцию и средства визуальной коммуникации; работать в различных пластических материалах с учетом их специфики;</p> <p>Владеть: - приемами объемного и графического моделирования формы объекта, и соответствующей организации проектного материала для передачи творческого художественного замысла; компьютерным обеспечением дизайн- проектирования, векторной и растровой графикой, трехмерным компьютерным моделированием; выполнение проекта в материале.</p> |

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

| Виду учебной работы | Семестры | | | | | | | | Всего ча- сов |
|---|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| Аудиторные занятия(всего) | | | | | | | | | |
| Практические | 120 | 152 | 135 | 228 | 120 | 152 | 135 | 132 | 1174 |
| Самостоятельная работа(всего) | 24 | 10 | 45 | 24 | 24 | 46 | 9 | 120 | 302 |
| Часы контроля(подго- товка к экзамену) | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Вид промежуточной атте- стации | э | э | э | э | э | э | э | э | Э |
| Общая трудоемкость, час | 144 | 162 | 180 | 252 | 144 | 198 | 144 | 252 | 1476 |
| ЗЕ | 4 | 4,5 | 5 | 7 | 4 | 5,5 | 4 | 7 | 41 |

5. Содержание дисциплины

5.1 Содержание разделов дисциплины

1- й семестр

| №п /п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Компетенции |
|-------|---------------------------------|---|-----------------------|
| 1 | Растительная форма | <p>Методологические задачи Изучение свойств и качеств растительной формы от фиксации целостного восприятия объекта к акцентированию отдельных свойств. Декоративная трактовка формы. Метафорическая трактовка формы на основе аналогии свойств предметов. Ассоциация. Знакомство и применение адекватных изобразительных средств и техник в передаче образного характера бионической формы.</p> <p>Состав проекта: от 15 до 30 графических листов.</p> <p>Форма подачи проекта Экспозиционная подача (2 листа формата 680 X 840мм, ч/б; копия в масштабе, А3 формат). CD-диск (файлы в формате tiff, ai, pdf).</p> <p>Методические рекомендации Предложенная в качестве объекта острохарактерная бионическая форма «кактус» позволяет знакомить студентов с различными графическими материалами и техниками. Кроме этого перед учащимся ставится задача — применить широкий диапазон изобразительных средств:</p> <ul style="list-style-type: none"> • зарисовка кактуса с фиксацией целостного впечатления об объекте; • акцентирование внимания на отдельных свойствах (объемно-пространственная структура, фактура, силуэт, пластика); • декоративная трактовка формы на основе ритмики и пластики; • метафорическая трактовка формы на основе аналогии свойств предметов. <p>Поощряется использование широкой палитры рукотворных графических техник: «классическое» перо, кисть, тушь, монотипия и т. д.; возможно использование коллажей и фотографии. В процессе выполнения задания студент расширяет индивидуальную палитру изобразительных средств, и учится адекватно их применять для точной визуализации смысла.</p> <p>Особое внимание уделяется развитию ассоциативного мышления — способности мыслить визуальными образами. Каждый предмет вызывает ассоциацию, слово рождает образ, адекватно найденная визуальная форма выражает содержание.</p> <p>При компоновке отдельных графических листов экспозиционной подачи следует придерживаться</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |

| | | | |
|---|------------------------|--|-----------------------|
| | | ваться принципа единого композиционного замысла. | |
| 2 | Анималистическая форма | <p>Цель: Изучение свойств и качества животного от реалистического рисования к выявлению острохарактерных свойств животного (объем, движение, эмоциональное состояние). Стилизация, декоративная трактовка формы. Применение адекватных изобразительных средств и техник в передаче образного характера бионической формы.</p> <p>Методические задачи: Первый этап работы предполагает активный сбор студентом изобразительного материала:</p> <p>Натурные зарисовки; поиск фото и др. изображений в библиотеке, Интернете и других источниках; копирование изображения животного в мировом искусстве;</p> <p>Затем, применяя широкий диапазон изобразительных средств на первом задании, студент должен представить ряд листов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • подробное изучение анатомии и конструкции как всего животного, так и его характерных фрагментов; • изображение с передачей объемно-пространственных свойств формы, движения, состояния при помощи средств академического рисования; • наброски, копии художников-анималистов; • обобщающий силуэт (пятно, растр, фактура), контур (линия); • обобщение формы с переходом к линейному рисованию; • каллиграфическое изображение объекта; • декоративная трактовка формы, стилизация. <p>Работа должна быть направлена на поиск и выявление острохарактерных свойств животного (объем, движение, эмоциональное состояние), его иконических характеристик. Собранный материал должен стать базой для проектирования знаковой формы на втором семестре.</p> <p>Подача: от 20 до 40 графических листов. Экспозиционная подача (3 листа формата 680X840 мм, ч/б; копия в масштабе, А3 формат). CD-диск (файлы в формате tiff, ai, pdf).</p> <p>Студент самостоятельно выбирает животное (птицу, насекомое), учитывая возможность его трансформации в знаковую форму. Критерии выбора: ясно выраженные образные качества, интересная пластическая форма, позитивные ассоциации</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |

| №п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Компетенции |
|------|---|---|-----------------------|
| 1. | Социальный плакат | <p>Цель: Знакомство со спецификой социальной рекламы. Социализация, включение в общественную жизнь, вступление в профессиональное сообщество. Поиск уникальной проектной идеи, авторского графического языка. Овладение навыками подготовки макетов к экспозиции, публикации</p> <p>Методические задачи: Студент учиться вычленять актуальную информацию из общего контекста, на основе которой формируется содержание визуальной коммуникации. В рамках выполнения задания студент не ограничен в использовании изобразительных средств. Его главная цель — создать художественную форму, найти авторский графический язык, наиболее полно визуализирующий содержание.</p> <p>Подача: Графические листы (500X700мм, цветная распечатка, картон; копия в масштабе, А3 формат). CD-диск (файлы в формате tiff, ai, pdf).</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |
| 2. | Трансформация изображения оригинальной дознаковой формы | <p>Цель: Изучение принципов и приемов стилизации изображения на примере знаковой формы. Проектирование знака (содержание — форма — функция). Знакомство с орнаментальной структурой. Знакомство с принципами проектирования малой полиграфической формы.</p> <p>Методические задачи: Второе задание семестра закрепляет аналитические итоги предыдущего семестра. Собранный в течение работы санималистической формой материал должен стать базой для проектирования знаковой формы.</p> <p><i>Знак. Типология. Знак</i> – иллюстрированный или абстрактный символ, один из базовых элементов стиля. Семиотика (наука о знаковых системах) подразделяет знаки на три класса. «<i>Иконы</i>», буквально, целиком, со всей документальной полнотой отражающие <i>детонат</i> (то, что знак обозначает), замещающие его своим образом в силу объективного подобия. «<i>Индексы</i>», избавляющиеся от всего «лишнего», и ассоциативно связывающие знак с детонатом через отдельные, значимые признаки. И «<i>символы</i>», связанные с обозначаемым предметом лишь конвенционально. То есть по самому знаку ни за что не догадаться, о чем он. Связь символа с детонатом – результат культурной традиции или конвенции (договора).</p> <p><i>Типы визуализации.</i> Знак считается <i>метафорическим</i>, когда то, что на нём изображено, является образным эквивалентом содержания, т.е. изображе-</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |

| | | | |
|--|--|--|--------------------------------|
| | | <p>Знак трактуется не в буквальном, а переносном смысле. Метафора открывает возможность создания острохарактерного, запоминающегося образа. <i>Метонимия</i> — следующий тип визуализации, в этом случае связь детоната и изображения осуществляется по направлениям: причина—следствие, предмет — материал, содержащее — содержимое (например: изображается не продукция, а сырьё). Тип визуализации когда изображенный в знаке объект относится к детонату как родовой объект к видовому называется «расширение», когда это отношение обратное — «сужение». Отдельно следует сказать о способе визуализации, основанном на использовании чистовизуального языка, адекватно вербализовать который практически невозможно. Визуально-пластические структуры (беспредметные, абстрактные знаки), включённые в содержательный контекст, способны выразить самые сложные темы.</p> <p><i>Форма.</i> Формальная сторона создания знака подчинена закономерностям, которые свойственны изобразительному искусству вообще и графике малых форм, в частности. При трансформации реалистичного изображения животного в знаковую форму необходимо применить широкий диапазон изобразительных средств, проследив несколько путей развития тиконической формы к знаку-индексу:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изображение с передачей объёмно-пространственных свойств формы, движения, состояния при помощи средств академического рисования; • обобщающий силуэт (пятно, растр, фактура), контур (линия); • обобщение формы с переходом к линейному рисованию, геометризации формы; • каллиграфическое изображение объекта; • декоративная трактовка формы; • стилизация. <p>Пространство важное понятие, характеризующее стилистику и пластику знака. Оно складывается из пятна знака и фона внутри знака и вокруг него. Взаимодействие формы и контрформы составляют композиционную суть графики знака. В процессе изучения аналогов студент знакомится с различными проектными парадигмами, в том числе, воплощающими три принципиально разных отношения к пространству (классическое, модернистское, постмодернистское).</p> <p><i>Функция.</i> Проектируемый знак должен отвечать ряду критериев: масштабируемость (возможность использования на разномасштабных носителях), технологичность (учёт различных вариантов воспроизведения), запоминаемость (тесно связана с лаконичностью, образностью и смысловым значением), ассоциативность (характеристика, отвечающая за эмоции и ассоциации потребителя).</p> | <p>ОПК-5 ПК-4 ПК-6</p> |
|--|--|--|--------------------------------|

| | | | |
|----|----------|---|-----------------------|
| | | <p>Важным этапом в проектировании не только эстетически красивого, но и функционального знака является его геометрическое построение.</p> <p>Проверка знака на функциональность происходит на примере некоторых концептуальных макетов (плакат, ярлык, открытка), сложной раппортной системы.</p> <p>Подача: от 30 до 40 знаков; рапорт; плакат, открытка, ярлык.</p> <p>Экспозиционная подача: трансформация знаковой формы (1 лист формата 840 X 1360 мм, ч/б; копия в масштабе, А3 формат).</p> <p>Экспозиционная подача: малая полиграфическая форма (А3 формат).</p> <p>Выборочные макеты в масштабе 1:1 (ярлык, плакат, открытка).</p> <p>CD-диск (файлы в формате tiff, ai, pdf).</p> | |
| 3. | Этикетаж | <p>Цель: Научиться проектировать реальный продукт (малая форма)</p> <p>Методические задачи: Проектирование 2-х различных по образцу и целевой аудитории и этикеток</p> <p>Подача: бумага, векторная и растровая графика, масштаб 1:1. Презентация А3</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |

3- й семестр

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Компетенции |
|-------|---------------------------------|---|-----------------------|
| 1. | Социальный плакат | <p>Цель: Знакомство со спецификой социальной рекламы. Социализация, включение в общественную жизнь, вступление в профессиональное сообщество. Поиск уникальной проектной идеи, авторского графического языка. Овладение навыками подготовки макетов к экспозиции, публикации</p> <p>Методические задачи: Студент учиться вычленять актуальную информацию из общего контекста, на основе которой формируется содержание визуальной коммуникации. В рамках выполнения задания студент не ограничен в использовании изобразительных средств. Его главная цель — создать художественную форму, найти авторский графический язык, наиболее полно визуализирующий содержание.</p> <p>Подача: Графические листы (500X700 мм, цветная распечатка, картон; копия в масштабе, А3 формат). CD-диск (файлы в формате tiff, ai, pdf).</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |
| 3. | Серия упаковок | <p>Цель: Знакомство с функцией упаковки, её видами. Например проектирование упаковки и сопутствующих рекламно-информационных носителей проектируется комплексобъединенный общим стилизовым, конструктивным, графическим решением (се-</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |
| | | | |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | <p>рия), наглядно отражающий сущность товара. Разработка названия. Решая задачу проектирования графического комплекса, студенты учатся работать в «масштабе». Знакомятся с спецификой композиционного, графического решения объемной формы.</p> <p>Методические задачи:</p> <p>Упаковка выполняет самые разные задачи — предохраняет содержимое, облегчает транспортировку и хранение, обеспечивает стандартное держимое. Она носитель информации — наименования товара и его изготовителя, штрихового кода, инструкции по эксплуатации, манипуляционных знаков, экомаркировки, рекламы. Но, кроме того, упаковка — метафорическое изображение продукта, его символ. Она создает визуальный образ продукта для его идентификации, придает ему дополнительную стоимость. Образная простота и мгновенная узнаваемость — вот качества, которые позволяют упаковке выделиться в переполненном визуальной информацией супермаркете. Задача дизайнера — всеми доступными его профессии средствами сформировать на подсознательном уровне установку на приобретение данного товара. При создании такой установки учитываются такие факторы, как удобство, новизна, престижность. Хорошо сделанная упаковка может сформировать яркий образ продукта, который сам по себе невыразителен (неслучайно у водки так хороши упаковки). В зависимости от целевой аудитории, упаковка может быть престижной (потребитель — человек с большими доходами, но среднего культурного уровня), изысканной (потребитель — культурный человек с хорошим вкусом), нарядной (для женщины), яркой (для ребенка), вызывающей (рассчитанной на подростка) и т. д. Количество градаций может быть больше. Например, «коллекционная» упаковка или упаковка, предназначенная для детей, в которой явно выражено игровое начало.</p> <p>Современная упаковка является собой целый комплекс сложной структурой. Например, конфетный комплекс может использоваться для штучной продажи конфет, для продажи коробкой, может трансформироваться так, что большая коробка превращается в мини-витрину, может включать рекламный сувенирный комплекс. Поэтому стоит необходимость комплексного проектирования серии, где упаковка рассматривается не только как самостоятельный объект, но и как часть упаковочного комплекса, объединенного общим стилевым, конструктивным, графическим решением.</p> <p>Начиная проектирование эмоционально-ассоциативных клаузул, в которых определяется об-</p> | |
|--|--|---|--|

| | | | |
|--|--|--|-----------------------|
| | | <p>раз будущей серии, далее следует перейти к отбору основных сегментов (логотип, иконическое изображение, знак, декоративный элемент, шрифт) и анализу их постоянных и переменных признаков (форма, положение, размер, цвет, техника исполнения, формат). Следует уделить особое внимание формату (в данном случае не просто формат листа, а масштаб объекта, его объемная конструкция).</p> <p>Решая задачу проектирования отдельных объектов графического комплекса, студенты учатся работать в «масштабе», знакомятся со спецификой композиционного, графического решения объемной формы.</p> <p>В рамках курсового задания предлагается разработать уникальное название продукта. Название работает в качестве идентификатора продукта и значительно влияет на его образ. Оно объясняет характер и специфику продукта, рождает в подсознании потребителя, ряд ассоциаций, которые формируют позитивное восприятие продукта. Уникальное графическое решение названия усиливает вербальный образ.</p> <p>При создании логотипа рекомендуется применить различные каллиграфические средства. Логотип следует рассматривать как постоянный сегмент (либо ограничить его трансформаций по признакам «размер» и «положение»).</p> <p>Особое внимание следует уделить декоративному элементу, его трансформации. Чем интереснее будет предложен диапазон изменения отдельного сегмента, чем подвижнее организация сегментов в структуре графического объектов, тем ярче и выразительнее будет решен комплекс.</p> <p>Подача: Экспозиционная подача (1 лист формата 840X1360 мм, копия в масштабе, А3 формат). Выборочные макеты, в масштабе 1:1. Папка с эскизной частью проекта (А4, 30—40 листов). CD-диск (файлы в формате tiff, ai, pdf).</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |
|--|--|--|-----------------------|

4- й семестр

| №п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Компетенции |
|------|---------------------------------|--|-----------------------|
| 1. | Социальный плакат | <p>Цель: Знакомство со спецификой социальной рекламы. Социализация, включение в общественную жизнь, вступление в профессиональное сообщество. Поиск уникальной проектной идеи, авторского графического языка. Овладение навыками подготовки макетов экспозиции, публикации</p> <p>Методические задачи: Студент учиться вычленять актуальную информацию из общего контекста, на основе которой формируется содержание визуальной коммуникации. В рамках выполнения задания студент не ограничен в</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |

| | | | |
|----|-------------|--|-----------------------|
| | | <p>использовании изобразительных средств. Его главная цель — создать художественную форму, найти авторский графический язык, наиболее полно визуализирующий содержание.</p> <p>Подача: Графически листы (500X700 мм, цветная распечатка, картон; копия в масштабе, А3 формат). CD-диск (файлы в формате tiff, ai, pdf).</p> | |
| 2. | Слово-образ | <p>Цель: Работа над образом слова «Слово-Образом» (логотипом — словесным знаком, который являлся бы уникальной шрифтовой композицией).</p> <p>Методические задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Первый этап предполагает активный сбор материала, нахождение аналогов в окружающей нас визуальной среде, поиск среди великого шрифтового многообразия материалов по заданной тематике. Изучение материала на основе работ ведущих дизайнеров, активно экспериментирующих с графическим образом слова (Евгений Добровинский, Невилл Броуди, Илья Богдеско, Вернер Шнайдер, Игорь Гулитов) • Углубленный анализ на основе собранного материала. Разбор аналоговых решений, классификация их по темам, систематизация по различным признакам. Отбор удачных стилистических решений, структурный анализ — за счёт каких изобразительных средств достигнута образная выразительность. • Поиск образного решения темы (клаузуры). Данная задача направлена, прежде всего, на поиск образа через рукотворно начало, попытка переосмыслить то, что делалось на предыдущих курсах. Компьютер — всего лишь инструмент. Когда он появился, людям казалось, что возможности его безграничны. Компьютер сформировал пространство бесконечности и виртуальности. Но у него есть и пределы, и есть своя фактура. Вне его конечно можно засунуть кучу инструментов, используемых в творчестве. В данном задании, кроме кисти и пера, необходимо использовать всю палитру изобразительных средств — аппликацию (применение различных фактур, текстур), коллаж, а так же форму, которая подается не только как плоскость, но и как объём, грань, отверстие и т.д. В каких-то конкретных случаях, следует использовать фотоизображения, искать ответы на поставленные задачи в предметном ряду, в природе, в городской среде. Работа над образом слова (логотипа). На данном этапе, приветствуются не только правила, а возможность их нарушать. Поощряется раскованность и индивидуальность, то что | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | <p>пробуждает творческое начало, даёт выход энергии и олодых. Студентам предоставляется шанс почувствовать, что буквы, складывающиеся в слова, имеют такую же эмоциональную окраску, как и иконические изображения, что шрифт может выразить всю гамму человеческих чувств, стать произведением искусства, отображающим «Слово». Шрифт – это средство, изображающее речь. Цель задания – создание единого пространства, где участвуют все составляющие проекта. Конечным пунктом данного проектного задания является попытка расположить созданный образ слов на конкретных носителях, будь то плакат, афиша или сувенирная продукция. Студент не должен мыслить категориями отдельных сегментов, он должен компоновать как элементы-носители, так и всё пространство листа, то есть не размыть, не раздробить тот образ, над которым работал, а обратить и усилить образный ряд за счёт подачи материала. В преддверии работы над фирменным стилем к студенту должно прийти понимание, что разработка логотипа компании является основой доминантой фирменного стиля, завершающим аккордом в стройном звучании и в графических элементах стиля.</p> <p>Подача: Экспозиционная подача (1 лист формата 840х1360мм, копия в масштабе, А3 формат). Выборочные макеты в масштабе 1:1. Папка эскизной частью проекта (А4, 40—60 листов). • CD-диск (файлы в формате tiff, ai, pdf).</p> | |
|--|--|--|--|

5- й семестр

| №п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Компетенции |
|------|---------------------------------|--|-----------------------|
| 1. | Социальный плакат | <p>Цель: Знакомство со спецификой социальной рекламы. Социализация, включение в общественную жизнь, вступление в профессиональное сообщество. Поиск уникальной проектной идеи, авторского графического языка. Овладение навыками подготовки макетов экспозиции, публикации</p> <p>Методические задачи: Студент учиться вычленять актуальную информацию из общего контекста, на основе которой формируется содержание визуальной коммуникации. В рамках выполнения задания студент не ограничен в использовании изобразительных средств. Его главная цель — создать художественную форму, найти авторский графический язык, наиболее полно визуализирующий содержание.</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |

| | | | |
|----|---------------------------------------|--|-----------------------|
| | | <p>Подача: Графическилисты(500X700мм,цветнаяраспечатка,картон; копиявмасштабе,А3формат). CD-диск(файлывформатetiff,ai,pdf).</p> | |
| 2. | Рекламная кция (креативная концепция) | <p>Цель: Знакомство с ролью рекламы в жизни общества, её функцией, социальной ответственностью дизайнера. Типология объектов-носителей рекламного сообщения, предъявляемые к ним функциональные требования. Применение серийного принципа проектирования рекламно-графического комплекса. Определение структуры графического решения, постоянных и переменных графических признаков. Применение различных типов визуализации. Выбор графического языка обусловленного содержанием коммуникативного сообщения. Поиск креативного решения, нестандартного по форме и содержанию.</p> <p>Методические задачи: <i>Реклама</i> — это информация, распространяемая в любой форме при помощи любых правомерных или неправомерных средств фирме, бренде, товаре, услуге и т. д. Можно сказать, что реклама — это форма коммуникации.</p> <p>Функции рекламы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Экономическая — стимулирование сбыта товара или услуг, а также вложения инвестиций; • Информационная — предполагает распространение в массовом масштабе информации о товаре или услуге, их характере, месте продажи, выделении отой или иной фирменной или торговой марки и т. п.; • Просветительская — пропаганда различного рода нововведений во всех сферах производства и потребления, здорового образа жизни и т. п.; • Социальная — направлена на формирование общественного сознания, усиления коммуникативных связей в обществе и улучшение условий существования; • Эстетическая — нацелена на формирование вкуса потребителей. Рекламный продукт созданный дизайнерами, художниками, режиссерами и другими людьми творческих профессий может соперничать по силе творческой мысли с величайшими произведениями искусства. <p>Рекламная графика может проявляться в самых разнообразных объектах или фрагментах среды: плакаты, афиши, проспекты, рекламные каталоги, витрины, вывески и т. д. Каждый из этих объектов обладает определённой функцией, имеет свои особенности, возможности и ограничения как средство коммуникации. Эти качества должны учитываться при проектировании, интересное композиционное и образное решение способно превратить недостатки в достоинства.</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |

Рекламная акция (компания) как правило, использует несколько каналов воздействия. Переводя это на язык графического дизайна — проектируется рекламно-графический комплекс, примененный на различных объектах-носителях. Разовая встреча с изобразительным высказыванием, как правило, не оказывает значительного воздействия на человека. Повторяющийся мотив приедается, в то время как узнаваемые вариации способны привлечь внимание зрителя и удержать его. Таким образом, необходимо создать согласованную последовательность текстов, динамичный графический язык, способный развиваться параллельно с развитием рекламного сообщения. Продуктивным проектным методом, в данной ситуации, является рассмотрение рекламной акции как серийного текста (или просто серии), где каждый объект серии проектируется как её элемент, и только при этом условии он выполнит свои функции. В процессе проектирования определяется структура графического решения, постоянные и переменные графические признаки сегментов.

Рекламное сообщение как визуализация. Перевод с вербального языка на визуальный. Наше время перенасыщено визуальной информацией. Визуальная культура становится доминирующей «культурой как таковой». Нато, чтобы быть «услышанным», есть только пять секунд, и эффективность традиционной рекламы минимальна. В этой обстановке выход один — добиться того, чтобы нужное сообщение формировалось не на сетчатке, а на подкорке. Для прочтения текста приходится затратить определенные усилия и время, а зрительные образы считываются гораздо легче и быстрее. Яркое эффектное изображение может быстро привлечь внимание, способно заменить большое количество слов.

Фигуры речи (тропы), являются выразительными средствами языка. Метафора, эпитет, синекдоха, аллегория, ирония, сарказм, эвфемизм, литота, метонимия, оксюморон, парадокс, каламбур, сравнение, перифраза, гипербола и другие. Они могут сделать речь выразительной и живой, смешной или торжественной. Соответственно, для создания яркой и эффективной коммуникации, стоит использовать визуальные аналоги этих литературных приемов. Визуальный язык оперирует не словами, а линиями, красками, рисунками, образами. Различная форма может передавать разные ощущения, настроения и т. д. Изображение одного сюжета в различных формах имеет разный смысл — меняя форму, мы меняем сообщение.

Визуальный язык обусловлен содержанием коммуникативного сообщения, его правильный выбор обеспечивает понимание целевой аудитории.

Креативное мышление. Поиск решения не-

стандартного по форме и содержанию. Нестандартно привлекает внимание. Реклама использует все, что может заинтересовать зрителя, заинтриговать. Традиционная коммуникация предполагает законченное сообщение пассивного наблюдателя. Зритель как бы смотрит на «картину» в раме, где все показано: продукт, среда, ситуация. Теперь для повышения воздействия используется несколько другой подход — сообщение выходит наружу и занимает максимальное пространство и время, а зритель становится частью или участником сообщения.

Для получения нестандартного визуального текста, необходимо выделить его отдельные элементы и операции с ними. Основные части практически любой коммуникации: изображение, текст —> носитель или канал —> среда, контекст —> зритель. Соответственно, процесс создания сообщения — это выстраивание отношений между парами элементов. Каждый элемент, в свою очередь, также представляет сложное образование смысловых и пластических характеристик. Например, изображение можно разделить на форму (цвет, композицию, текстуру и прочие), сюжет, ассоциации, стереотипы восприятия и так далее. А если мы посмотрим на зрителя как участника сообщения, то увидим, что у него есть знания, отношение к рекламируемому продукту, местоположение, действия и т. д.

Если посмотреть на общепризнанные рекламные конкурсы, такие как фестиваль рекламы в Каннах или конкурс европейской рекламы EPICA, то мы увидим преимущественно визуальные приемы, причем часто нестандартным использованием носителя и контекста. Это не удивительно — ведь зримый образ, если опирается на стереотипные, узнаваемые предметы или явления понятен без перевода. Если рассмотреть ее образцы, можно составить примерный список «параметров» характерных для современной коммуникации:

- интерактивность, включение в процесс зрителя;
- использование контекста — средового и событийного;
- использование выразительных средств языка: метаязыки, аллюзии, гиперболы и т. д.;
- выход за рамки стандартных средств коммуникации.

Конечно же, нестандартные рекламные носители (или приемы) не вытеснят большинство привычных и традиционных, так же как телевидение не вытеснило кинематограф, а кино — театр. Однако общепринципы современной помогут создать эффектные сообщения любого типа.

Подача: Экспозиционная подача (1 лист формата А4)

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | X 1360 мм, копия в масштабе, А3 формат). Пояснительная записка (А4, 40—60 листов). Выборочные макеты в масштабе 1:1. CD-диск (файлы в формате tiff, ai, pdf). | |
|--|--|--|--|

6- й семестр

| №п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Компетенции |
|------|---------------------------------|---|-----------------------|
| 1. | Социальный плакат | <p>Цель: Знакомство со спецификой социальной рекламы. Социализация, включение в общественную жизнь, вступление в профессиональное сообщество. Поиск уникальной проектной идеи, авторского графического языка. Овладение навыками подготовки макетов экспозиции, публикации</p> <p>Методические задачи: Студент учиться вычленять актуальную информацию из общего контекста, на основе которой формируется содержание визуальной коммуникации. В рамках выполнения задания студент не ограничен в использовании изобразительных средств. Его главная цель — создать художественную форму, найти авторский графический язык, наиболее полно визуализирующий содержание.</p> <p>Подача: Графические листы (500X700 мм, цветная распечатка, картон; копия в масштабе, А3 формат). CD-диск (файлы в формате tiff, ai, pdf).</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |
| 2. | Фирменный стиль | <p>Цель: Собрать, изучить и структурировать информацию, необходимую для дальнейшего проектирования. Проектирование фирменного стиля как графического комплекса. Определение структуры графического решения, постоянных и переменных графических признаков. Создание определённого, постоянного зрительного образа всей графической серии. Отображение фирменного стиля специфики фирмы, ее профиля, продукции или услуг. Функциональные требования, предъявляемые к различным объектам-носителям фирменной графики. Знакомство с различными типами проектных концепций (классическая, модернистская, постмодернистская парадигмы).</p> <p>Методические задачи: Изначальная цель корпоративного дизайна – это представление организации, ее самопрезентация. Говоря языком визуальных образов, организация заявляет о том, что она существует и рассказывает о себе. Следовательно, исходная задача при проектировании фирменного стиля предполагает создание определённого, постоянного зрительного образа всей графической продукции фирмы. В общем виде, решение такой задачи известно: набор постоянных графических элементов, кот</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |

орые становятся обязательными компонентами всех носителей фирменной графики — достаточно просто разместить знак фирмы, ввести постоянный цвет, шрифты т. п. Структура фирменного стиля формируется из постоянных графических элементов и приемов. Лучшие образцы фирменной графики представляют собой сложный серийный текст. Его структура допускает большое разнообразие в решении отдельных объектов стиля, благодаря найденной высокой мере константности и наибольшей вариативности.

Разовая встреча с изобразительным высказыванием, как правило, не оказывает значительного воздействия на человека. Условие эффективности корпоративного дизайна – сила повторения. Повторяющийся мотив приедается, в то время как узнаваемые вариации способны привлечь внимание зрителя и удержать его. Например, знак, базовый элемент стиля, может иметь различные варианты графического решения — фактура и цвет, плоскость и объем, набор комбинаций со шрифтом, размер, расположение и т. д. При разработке комплексного фирменного стиля предприятия имеющего в составе несколько подразделений, использование приема изобразительной интерпретации темы позволяет создать целый веер знаковых форм.

Стилеобразующие элементы. Знак — иллюстрированный или абстрактный символ, один из базовых элементов стиля. Семиотика делит знаки на три класса: иконы, индекс, символ. Формальная сторона создания знака подчинена закономерностям, которые свойственны изобразительному искусству вообще и графике малых форм, в частности. Заметная черта со-временных знаков — значительное пластическое усложнение, увеличение в размере (размерный минимум), постмодернистское отношение к пространству, сложная фактура, многоцветность, вариативность.

По отношению к словесным знакам используется специальное наименование — *логотип* — фирменное написание названия компании. В рамках проектного задания он может быть каллиграфическим, рисованным, при его проектировании, возможно, опираться на готовый шрифт. Рекомендуется использовать кириллическое написание.

Если шрифт это «пазл», то логотип это конечная шрифтовая композиция, с найденным ритмом, сяркой запоминающейся рифмой. Логотип нуждается в максимальной чистоте и выразительности знаков, должен считываться, а не читаться. Лого, как и изобразительный знак подвержен моде и при проектировании стиля необходимо найти баланс между остро-модными (а следовательно временными) веяниями и традициями.

При проектировании знака и логотипа следует

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | <p>учитывать ряд критериев:</p> <ul style="list-style-type: none"> • масштабируемость (возможность использования на разномасштабных носителях); • технологичность (учет различных вариантов воспроизведения); • запоминаемость (тесно связана с лаконичностью, образностью и смысловым значением); • уникальности и охраноспособность; • ассоциативность (характеристика, отвечающая за эмоции и ассоциации потребителя – если знак вызывает однозначные ассоциации, то он, как правило, не уникален). <p>Любой визуальный стиль имеет смысловую основу, выраженную в имеющей интонацию ина-строение. Для удобства использования создается система зависимости кеглей (например, система кеглей кратных трем).</p> <p><i>Применение фирменного стиля на конкретных носителях.</i> Любой носитель корпоративного стиля (от визитки до вывески) должен быть спроектирован в единой стилистике. При разработке деловой (для внутреннего документооборота) и презентационной (для всего мира) документации, оформлении внутреннего и внешнего пространства, транспорта и сувенирной продукции и пр. необходимо помнить не только о поддержании стилистики, но и о функции каждого из носителей, а также о технологии производства.</p> <p><i>Папка фирменного стиля.</i> Для успешного функционирования стиля разрабатывается руководство по его эксплуатации. Оно может иметь разную структуру, но должно объяснять базовый подход, например «наш стиль таков, что все перевернуто с ног на голову», а далее раскрыть его во всех подробностях.</p> <p>Подача: Экспозиционная подача (1 лист формата 840X1360 мм, копия в масштабе, А3 формат). Папка фирменного стиля (А4—А3, 40—60 листов). Выборочные макеты в масштабе 1:1. Пояснительная записка (А4—А3, 40 листов). CD-диск (файлы в формате tiff, ai, pdf).</p> | |
|--|--|---|--|

7- *й семестр*

| №п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Компетенции |
|------|---------------------------------|---|-----------------------|
| 1. | Социальный плакат | Цель: Знакомство со спецификой социальной рекламы. Социализация, включение в общественную жизнь, вступление в профессиональное сообщество. Поиск уникальной проектной идеи, авторского графического языка. Овладение навыками подготовки | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |

| | | | |
|----|---|--|--------------------------------|
| | | <p>макетовкэкспозиции,публикации</p> <p>Методическиезадачи: Студент учиться вычленять актуальную информациюиз общего контекста, на основе которой формируетсясодержание визуальной коммуникации. В рамках вы-полнения задания студент не ограничен в использо-вании изобразительных средств. Его главная цель — создатьхудожественнуюформу,найтиавторскийграфи-ческий язык, наиболее полно визуализирующийсодержание.</p> <p>Подача: Графическиелисты(500X700мм,цветнаяраспечат-ка,картон; копиявмасштабе,А3формат). CD-диск(файльвформатetiff,ai,pdf).</p> | |
| 2. | <p>Концепция многостра-ничногоиздания</p> | <p>Цель:ВVIсеместретеоретическийблокдисциплины, связанс практическимиупражнениями.Студенты знакомятсформоймногостраничногоиздания.</p> <p>Методическиезадачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Первыйэтаппредполагаетактивныйсборматериала,поиск лучшихобразцов. • Формированиеконцепции(эскизныерассуждения).На примере трех разных концептуальных решений обращается особое внимание на выбор и Сочетание шрифтов, форматами пропорциям по-Лиграфической страницы и полосы набора, вклю-Чая типографическуювёрстку.Иллюстрацияис-ключается,работаведетсяформальнымиприемами. • Разрабатываетсяконцепцияструктурыиздания,егосодержание. • Нахождениеформата.Способыкрепленияиздания:концепциядиктуетформатиздания.Форматы имеютнебольшойразмер,вприделахА-4,А-5. Крепление издание можетбытьразным (сшивание тетрадками,клеевойшов,кольца,скребки,идругиеоригинальныеинестандартныекрепления, напримерболт).Способыкреплениявлиаютна композиционноерешение,поэтомурешитьэто надонаначальномэтапе. <p>Подача: Концептуальныймакетиздания,внатуральнуюувели-чину. Экспозиционнаяподача:формат1360x 840. Распечатанныйформатвмасштабе1:1, ФорматА3(масштабноеуменьшение)+CD-носитель срабочими файлами,(pdf,jpg).</p> | <p>ОПК-5 ПК-4 ПК-6</p> |

8- йсеместр

| №п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Компетенции |
|------|---------------------------------|--------------------|-------------|
|------|---------------------------------|--------------------|-------------|

| | | | |
|----|---|---|-----------------------|
| 1. | Социальный плакат | <p>Цель: Знакомство со спецификой социальной рекламы. Социализация, включение в общественную жизнь, вступление в профессиональное сообщество. Поиск уникальной проектной идеи, авторского графического языка. Овладение навыкам и подготовки макетовк экспозиции, публикации</p> <p>Методическиезадачи: Студент учиться вычленять актуальную информацию из общего контекста, на основе которой формируется содержание визуальной коммуникации. В рамках выполнения задания студент не ограничен в использовании изобразительных средств. Его главная цель создать художественную форму, найти авторский графический язык, наиболее полно визуализирующий содержание.</p> <p>Подача: Графические листы(500X700мм,цветнаяраспечатка, картон; копия в масштабе,А3формат). CD-диск (файлы в формате tiff, ai, pdf).</p> | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |
| 2. | Разработка оригинал-макетамно-гостраничного издания | <p>Цель: знакомство с основами проектирования и верстки многостраничного издания.</p> <p>Методическиез адачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Первый этап предполагает активный сбор материала, поиск лучших образцов. Изучение функционального метода проектирования изданий, опираясь на опыт швейцарской школы типографики, занявшей лидирующее место в мировом дизайне печатной продукции и выдвинувшей такие авторитетные имена, как К. Виварели, Э. Рудер, Й. Мюллер-Брокман, А. Хофманидр. • Углубленный анализ на основе собранного материала. Разбор и структурный анализ отобранных образцов, где приоритет отдается применению модульной сетки в качестве визуального каркаса текстовых и иллюстрационных компонентов, их зрительному взаимодействию друг с другом. Также обратить особое внимание на выбор и сочетание шрифтов, форматам и пропорциям полиграфической страницы и полосы набора, включая типографическуювёрстку. • Поиск визуального образа издания. Проектирование начинается с выбора формата полиграфического издания. Затем студенту следует разобраться с видами текстов и иллюстраций, их количествами приоритетами. • Анализ материала проводится с помощью раскадровки всего издания или создания нескольких принципиальных разворотов в уменьшенном масштабе. • Следующим этапом является разработка модульной сетки, при создании которой студенту и необходимо найти взаимоотношение осей и структур- | ОПК-5 ПК-4 ПК-6 |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | <p>ную выразительность. Важнейшее отличие модернистской типографики от классической — участие изображения. В модернизме в построении полосы набора участвует и текст и иллюстрация, прежде всего, фотоиллюстрация, которая способствует резкому расширению тонального диапазона типо-графического пространства, насыщению его контрастными отношениями.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Создание принципиального макета издания. На данном этапе идет разработка основных элементов типографики (обложка, переплёт, форзац, авантитул, титул, шмуцтитул и т.д.), а так же мелкие подробности микро-типографики отдельных текстов (выключка, отбивки, кернинг, трекинг и т.д.) • Уже, в качестве типографа, проработать текст и иллюстративный ряд издания от первой до последней страницы. Рассмотреть предметную целостность типографического объекта и его эстетическую притягательность для зрителя-читателя, которая заключается в выверенности и отточенной логике его визуальной структуры, за счёт пластической активности, подспудного напряжения типографической композиции, внутреннего единства внешне неоднородных полос и разворотов. В современной типографике сетки становятся все сложнее, а дизайн в их рамках более свободным, чем прежде, с интригующими контрастами симметричных и асимметричных композиций. В этом нет противоречий, дизайн развивается. Единственное, что не приветствуется в модернистской парадигме — это невнятность, нечеткость, неопределенность, которые квалифицируются как «шум», «грязь». Противоположное качество — «чистота». Высшая оценка профессионализма: «чисто решение» <p>Подача: Конечным продуктом данного этапа должен стать собранный оригинал-макет издания. Формат 1360 x 840. Распечатанный формат в масштабе 1:1, распечатанный формат А3 (масштабное уменьшение)</p> <p>+CD-носитель с рабочими файлами, (pdf, jpg).</p> | |
|--|--|---|--|

Разделы дисциплины и виды занятий

1- й семестр

| № | Наименование раздела дисциплины | Практические занятия | СРС | Всего часов |
|---|---------------------------------|----------------------|-----|-------------|
| 1 | Растительная формы | 40 | 8 | 48 |
| 2 | Анималистическая формы | 80 | 16 | 96 |

2- й семестр

| № | Наименование раздела дисциплины | Практические занятия | СРС | Всего часов |
|---|---|----------------------|-----|-------------|
| 2 | Социальный плакат | 8 | 2 | 10 |
| 3 | Трансформация анималистического изображения реальной дознаковой формы | 112 | 6 | 118 |
| 4 | Этикетаж | 32 | 2 | 34 |

3- й семестр

| № | Наименование раздела дисциплины | Практические занятия | СРС | Всего часов |
|---|---------------------------------|----------------------|-----|-------------|
| 5 | Социальный плакат | 15 | 10 | 25 |
| 6 | Серия упаковок | 120 | 35 | 155 |

4- й семестр

| № | Наименование раздела дисциплины | Практические занятия | СРС | Всего часов |
|---|---------------------------------|----------------------|-----|-------------|
| 7 | Социальный плакат | 30 | 8 | 38 |
| 8 | Слово-образ | 198 | 16 | 214 |

5- й семестр

| № | Наименование раздела дисциплины | Практические занятия | СРС | Всего часов |
|----|--|----------------------|-----|-------------|
| 9 | Социальный плакат | 15 | 5 | 20 |
| 10 | Рекламная акция (креативная концепция) | 105 | 19 | 124 |

6- й семестр

| № | Наименование раздела дисциплины | Практические занятия | СРС | Всего часов |
|----|---------------------------------|----------------------|-----|-------------|
| 11 | Социальный плакат | 15 | 5 | 20 |
| 12 | Фирменный стиль | 137 | 41 | 178 |

7- й семестр

| № | Наименование раздела дисциплины | Практические занятия | СРС | Всего часов |
|----|------------------------------------|----------------------|-----|-------------|
| 13 | Социальный плакат | 15 | 2 | 17 |
| 14 | Концепция многостраничного издания | 120 | 7 | 127 |

8- й семестр

| № | Наименование раздела дисциплины | Практические занятия | СРС | Всего часов |
|----|---|----------------------|-----|-------------|
| 15 | Социальный плакат | 15 | 5 | 20 |
| 16 | Разработка оригинал-макета Многостраничного издания | 117 | 115 | 232 |

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Проектирование в графическом дизайне: учебник для вузов / С.А. Васин [и др.].- М.,2007
2. Дэбнер Д. Школа графического дизайна: Принципы и практика графического дизайна: учеб. пособие. —М., 2007
3. Самара Т. Структура дизайна.—М.: Рип-холдинг, 2008
4. Устин В.Б. Композиция в дизайне: Методические основы композиционно-художественного формирования в дизайнерском творчестве.-М.,2007
5. Рунге В.Ф. Основы теории и методологии дизайна.-М.,2005

Дополнительная литература

1. Серов С.И. Гармония классической типографики: Конспект-программа лекций. Ч.1. -М.: Линия График, 2005
2. Эванс П. Форма. Фальц. Формат.-М.: Рип-холдинг, 2005
3. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования: учеб. пособие.-М.: ЮНИТИ-Дана, 2009
4. Устин В.Б. Учебник дизайна: Композиция, методика, практика.- М.: АСТ; Астрель, 2009
5. Лесняк В. Графический дизайн (основы профессии).-М.: Индекс Маркет, 2011
6. Вильямс Р. Студия дизайна Робин Вильямс / Р. Вильямс, Д. Толлет.- СПб.: Символ-Плюс, 2008
7. Хэли М. Что такое брэндинг?.-М.: АСТ: Астрель, 2008
8. Калмыкова Н.В. Дизайн поверхности: композиция, пластика, графика, колористика: учеб. пособие.-М.: КДУ, 2010
9. Эвами М. LOGO. Создание логотипов. Самые современные разработки.- СПб.: Питер, 2009
10. Бейтман С. Символ: более 1300 логотипов и истории их создания.-СПБ., 2012
11. Гордон Б. Графический дизайн: мастер-класс.-М., 2012
12. Шервин Д. Креативная мастерская: 80 творческих задач дизайнера.- СПб.: Питер, 2013
13. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования: учеб. пособие.-М., 2012
14. Голомбински К. Добавь воздуха! Основы визуального дизайна для графики, веб-мультимедиа.-СПБ.: Питер, 2013
15. Краузе Дж. Разработка логотипа: большая книга дизайнерских идей, подходов, концепций.-СПБ.: Питер, 2013

Необходимые базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.

1. Электронная библиотечная система федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Сибирский государственный институт искусств имени Дмитрия Хворостовского» (ЭБС СГИИ имени Д. Хворостовского). – URL: <http://192.168.2.230/opac/app/webroot/index.php> (в локальной сети вуза) или <http://80.91.195.105:8080/opac/app/webroot/index.php> (в сети интернет).
2. Электронная библиотечная система Издательства «Лань».- URL: <https://e.lanbook.com>
3. Электронная библиотечная система «Юрайт».- URL: <https://urait.ru/catalog/organization/1E5862E7-1D19-46F7-B26A-B7AF75F6ED3D>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.- URL: http://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=13688
5. Национальная электронная библиотека-проект Российской государственной библиотеки.- URL: <https://rusneb.ru/>

6. Информационно-правовая система «Консультант Плюс». - Доступ осуществляется со всех компьютеров локальной сети вуза.

Интернет-ресурсы

<http://sdrussia.ru/https://kak.ru/https://www.adobe.com/ru/https://www.awwwards.com/https://skillbox.ru/https://www.pentagram.com/https://www.cghnyc.com/https://www.paratype.ru/https://www.myfonts.com/https://www.communarts.com/http://wtpack.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-технические условия для реализации образовательного процесса

Для проведения аудиторных занятий и организации самостоятельной работы по дисциплине Институт располагает нараве собственности материально-техническим обеспечением образовательной деятельности: помещениями, соответствующими действующим противопожарным правилам нормам, и оборудованием:

Для аудиторных занятий:

Подиумы для постановок, мольберты, столы, стулья, стеллажи

Для организации самостоятельной работы:

1. Компьютерным классом с возможностью выхода в Интернет;
2. Библиотека, укомплектованная фондом печатных, аудиовизуальных и электронных документов, с наличием:
 - читальных залов, в которых имеются автоматизированные рабочие места с доступом к электронным информационным образовательным ресурсам института и библиотеки, выходом в интернет;
 - фонотеки, оборудованной аудио и видео аппаратурой, автоматизированными рабочими местами с доступом к электронным информационным образовательным ресурсам института и библиотеки, выходом в интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.

При использовании электронных изданий Институт обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Каждому обучающемуся предоставляется доступ к сети интернет в объеме не менее 2 часов в неделю.

Требуемое программное обеспечение

Организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

- Операционная система: (Microsoft Corporation) Windows 7.0, Windows 8.0.
- Приложения, программы: Microsoft Office 13, Finale 14, Adobe Reader 11.0 Ru, WinRAR, АИБСАbsothequeUnicode (co

встроенными модулями «веб-модульОРАС» и «Книгообеспеченность»), программный комплекс «Либер.Электронная библиотека», модуль «Поиск одной строкой для электронного каталога Abs ОРАСUnicode», модуль «SecView к программному комплексу «Либер.Электроннаябиблиотека».

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Шкалы оценивания и критерии оценки

позволяет оценить следующие знания, умения, навыки и/или опыт практической деятельности:

Знать:

- основы композиции в дизайне (графическом, промышленном, костюма, среды, средств транспорта);
- типологию композиционных средств и их взаимодействие;
- цвет и цветовую гармонию;
- генезис и семантику орнамента;
- основы проектной графики;
- основы теории и методологии проектирования (в графическом, промышленном дизайне, в дизайне костюма, среды, средств транспорта);
- конструирование;
- технологию полиграфии и художественно-техническое редактирование;

Уметь:

- решать основные типы проектных задач;
- проектировать – дизайн промышленных изделий (предмет, серия, комплекс и т.п.), графическую продукцию и средства визуальной коммуникации;
- работать в различных пластических материалах с учетом их специфики;

Владеть:

- приемами объемного и графического моделирования формы объекта, и соответствующей организации проектного материала для передачи творческого художественного замысла;
- компьютерным обеспечением дизайн-проектирования;
- векторной и растровой графикой, трехмерным компьютерным моделированием;
- выполнение проекта в материал

Критерии оценки выполнения практических заданий

| Критерии | оценка | | | |
|----------|--------------------|----------------------|---------------|----------------|
| | 2 (неудовлетв.) | 3 (удовлетворит.) | 4 (хорошо) | 5 (отлично) |

| | | | | |
|--|---|---|--|--|
| Состав работы: наличие полного состава работ; чистота и культура выполнения заданий | Представление неполного объема работ, допущены грубые ошибки в композиции, тональном решении, отсутствует культура техники исполнения; несвоевременное выполнение заданий. | Представление полного объема работ, допущены неточности и ошибки в композиции, тональном решении, культуре техники исполнения; несвоевременное выполнение заданий. | Представление полного объема работ, достаточно уверенное решение поставленных задач, но есть незначительные неточности в композиции, тональном решении, культуре техники исполнения; своевременное выполнение каждого задания | Представление полного объема работ, Точное, уверенное, стабильное, безошибочное выполнение поставленных задач, на высоком профессиональном уровне своевременное выполнение каждого задания. |
| Степень раскрытия художественного образа: раскрытие художественного образа | Образ не раскрыт. | Недостаточное раскрытие художественного образа. | Неполное раскрытие художественного образа. | Полное и яркое раскрытие художественного образа. |
| Владение техникой: живописная техника | Многочисленные грубые ошибки в проектировании | Допущены неточности в проектировании. Слабые технические навыки. | Стабильное и техничное исполнение. Незначительные ошибки в проектировании | Точное, уверенное, стабильное исполнение заданий без ошибок. |

2. Типовые контрольные задания

I семестр

| | |
|----|---|
| 1 | Растительная форма |
| 2 | Зарисовка кактуса с фиксацией целостного впечатления об объекте. Акцентирование внимания на отдельных свойствах (объемно-пространственная структура, фактура, силуэт, пластика) |
| 3 | Декоративная трактовка формы на основе ритмики и пластики |
| 4 | Метафорическая трактовка формы на основе аналогии свойств предметов |
| 5 | Анималистическая форма |
| 6 | Натурные зарисовки; поиск фото и др. изображений в библиотеке, в интернете и других источника |
| 7 | Копирование изображения животного в мировом искусстве, подробное изучение анатомии и конструкции как всего животного, так и его характерных фрагментов |
| 8 | Изображение с передачей объемно-пространственных свойств формы, движения, состояния при помощи средств академического рисования |
| 9 | Наброски, копии художников-анималистов, обобщающий силуэт (пятно, растр, фактура), контур (линия), обобщение формы с переходом к линейному рисованию. |
| 10 | Каллиграфическое изображение объекта |

2 семестр

| | |
|---|---|
| 1 | Трансформация изображения от реальной до знаковой формы, обобщение формы с переходом к линейному рисованию, геометризации формы |
| 2 | Изображение с передачей объёмно-пространственных свойств формы, движения, состояния при помощи средств академического рисования |
| 3 | Обобщающий силуэт (пятно, растр, фактура), контур (линия) |
| 4 | Каллиграфическое изображение объекта |
| 5 | Декоративная трактовка формы, стилизация. |
| 6 | Этикетаж, проектирование 2х различных по образу и целевой аудитории этикеток |

3 семестр

| | |
|---|---|
| 1 | Эскизы |
| 2 | Социальный плакат |
| 3 | Серия упаковок. |
| 4 | Изучение аналогов упаковок выбранного продукта |
| 5 | Эскизы к упаковкам |
| 6 | Эскизы переменных и постоянных сегментов фирменного стиля |

4 семестр

| | |
|---|---|
| 1 | Слово - образ. |
| 2 | Изучение аналогов малых полиграфических комплексов |
| 3 | Эскизы к малому полиграфическому комплексу |
| 4 | Эскизы к логотипу «Слову - образу» |
| 5 | Эскизы переменных и постоянных сегментов к выбранному «Слову-образу» |
| 6 | Итоговый вариант малого полиграфического комплекса с выбранным «Словом-образом» |

5 семестр

| | |
|---|---|
| 1 | Рекламная акция (креативная концепция) |
| 2 | Изучение аналогов рекламных акций |
| 3 | Эскизы к выбранной рекламной акции (Шрифт, фактура, поиски эмоционального образа) |
| 4 | Эскизы выбранной рекламной акции |
| 5 | Эскизы переменных и постоянных сегментов к выбранной рекламной акции |

| | |
|---|--|
| 6 | Итоговый вариант выбранной рекламной акции |
|---|--|

6 семестр

| | |
|---|---|
| 1 | Фирменный стиль |
| 2 | Изучение аналогов фирменных стилей |
| 3 | Разработка логотипа и знака |
| 4 | Поиск формального образа фирменного стиля |
| 5 | Эскизы переменных и постоянных сегментов к выбранному фирменному стилю (Шрифт, фактура, фирменный цвет, фирменная графика, фирменные блоки) |
| 6 | Первый этап формирования брэнд-бука |
| 7 | Брэнд –бук не менее 20 страниц. |

7 семестр

| | |
|---|--|
| 1 | Социальный плакат. Формат А-1. |
| 2 | Вводная. Выбор темы. Исследование существующих аналогов. Формирование концепции (эскизные рассуждения). Структура издания. Содержание. |
| 3 | Нахождение формата. Способы крепления издания. Построение модульной сетки (min, max модуль). Нахождение полей, колонок, постоянных сегментов (колонцифра, колонтитул). |
| 4 | Подбор шрифтов. Акцидентный, наборный, дополнительный (кегель, интерлиньяж, кернинг, длина строки и т.д.). Шрифтовые блоки (симметрия, асимметрия, флаговый набор, выключка и т.д.). Шмуцтитул, титул, обложка. Верстка. |
| 5 | Работа с цветом. CMYK, RGB, градиенты и т.д. Допечатная подготовка. Формирование книжного блока. |
| 6 | Твердая копия издания, 1:1, в цвете отпечатанная в типографии |

8 семестр

| | |
|---|--|
| 1 | Социальный плакат. Вводная лекция. Общие понятия по формированию концепции многостраничного издания. Исследование существующих аналогов. |
| 2 | Углубленный анализ на основе собранного материала. |
| 3 | Поиск визуального образа издания. |
| | Создание принципиального макета издания. |
| | Твердая копия издания, 1:1, в цвете отпечатанная в типографии. |

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

Формы контроля уровня обученности студентов

В процессе изучения дисциплины предусмотрены следующие формы контроля: текущий, промежуточный контроль (экзамен), итоговый контроль (экзамен), контроль самостоятельной работы.

Текущий контроль осуществляется в течение семестра в виде домашнего задания и регулярного посещения занятий.

Промежуточный контроль осуществляется в форме экзамена в 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 семестрах.

Итоговый контроль осуществляется в форме экзамена в конце 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 семестрах.

Итоговая оценка предполагает суммарный учет качества выполненных работ, а также успехи и прилежание за весь период обучения.

Контроль самостоятельной работы студентов осуществляется в течение всего семестра. Формы контроля: педагог регулярно проверяет выполнение самостоятельной работы. Результаты контроля самостоятельной работы учитываются при осуществлении промежуточного контроля по дисциплине.

Структура экзамена

Экзамен складывается из предоставления полного объема работ в соответствии с программой учебной дисциплины, в виде экспозиции, оформленной согласно требованию кафедры.

Знания, умения и навыки оцениваются по дифференцированной системе оценки наличия основных единиц компетенции.

Процедура аттестации

Процедура итогового контроля по дисциплине проходит в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в ФГБОУ ВО «Сибирский государственный институт искусств имени Д. Хворостовского»

- Аттестационные испытания проводятся комиссией преподавателей кафедры в полном составе и преподавателем, ведущими практические и занятия. Присутствие посторонних лиц в ходе проведения аттестационных испытаний без разрешения ректора или проректора не допускается (за исключением работников института, выполняющих контролирующие функции в соответствии со своими должностными обязанностями).
- Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения опорно-двигательного аппарата, допускаются на аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.
- Обучающиеся до начала аттестационных испытаний предоставляют полный объем работ в соответствии с программой учебной дисциплины.
- Результаты аттестационных испытаний должны быть объявлены обучающимся и выставлены в зачётные книжки не позднее следующего рабочего дня после их проведения.