

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ХУДОЖЕСТВЕННО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ ИНСТИТУТ»
Факультет дизайна

Кафедра Графического дизайна

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
к.ф.н., доцент
М.К. Ясенко
«____» _____ 2022 г.

Б1.Б. 9 ПРОЕКТИРОВАНИЕ

рабочая программа дисциплины
для обучающихся направления подготовки
54.03.01 Дизайн
направленность (профили) «Графический дизайн»,

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения (очная, очно-заочная)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01E9C3C6006DAF30804219E4D75F068CD2
Владелец: Егоров Алексей Анатольевич
Действителен: с 16.12.2022 до 16.03.2024

Москва
2022

Рабочая программа разработана на кафедре Графического дизайна
Членом ТСХР доцентом О.В. Данильченко

«07» июля 2022 года

(личная подпись разработчика)

Рабочая программа составлена в соответствии
с Федеральным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по
направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства образования
и науки РФ от 13 августа 2020 г. N 1015.

Рабочая программа рассмотрена и рекомендована на заседании кафедры Графического ди-
зайна протокол № 9 от «07» июля 2022 г.

Зав. кафедрой, к. иск., профессор.

Ю.В.Ерохина

Рабочая программа утверждена на заседании Ученого совета МХПИ
протокол № 1 от 30 августа 2022 г.

Согласовано:

Ученый секретарь, к.ф.н., доцент

Т.А. Чикаева

Декан факультета дизайна, доцент

В.М. Мирошникова

Рецензенты:

О.В. Рогачев генеральный директор ООО «Почерк Мастера»

Е.П. Евсеева, председатель РОО «ТСДИ»

Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО.....	4
3 Требования к результатам освоения содержания дисциплины.....	5
4 Объём, структура и содержание дисциплины (модуля).....	6
4.1 Содержание разделов дисциплины.....	6
4.2 Объём дисциплины и виды учебной работы.....	9
4.3. Структура дисциплины.....	10
5 Образовательные технологии.....	13
6 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	14
6.1. Оценочные средства для текущего контроля.....	15
6.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации.....	16
7 Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).....	19
7.1 Основная литература.....	19
7.2 Дополнительная литература.....	20
7.3 Периодические издания.....	21
7.4 Интернет-ресурсы.....	22
7.5. Методические указания к практическим занятиям.....	25
7.6 Методические указания к самостоятельной работе.....	25
7.7 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий.....	26
8 Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	26
9 Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	27

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины «Проектирование» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 13 августа 2020 г. N 1015.

Изучение дисциплины обусловлено необходимостью формирования навыков проектирования у графических дизайнеров.

Дисциплина «Проектирование» является базовой составляющей в творческой подготовке дизайнера. Изучение дисциплины обусловлено необходимостью формирования умений и навыков в области проектной деятельности.

Проектирование – это практическая реализация воплощения замысла дизайнера. В процессе подготовки дизайнера необходимо развивать способности тесного слияния творческой интуиции со строгой логикой мышления. Особенностью проектирования в графическом дизайне является выработка умения проектировщика комплексно подходить к осуществлению поставленной задачи, возможность видеть проблему в целом и решать ее поэтапно в русле общей концепции, учитывая при этом широкий круг вопросов, включая вопросы менеджмента и маркетинга.

Спецификой проектной деятельности в графическом дизайне является применение синтеза знаний и умений дизайнера, полученных на стыке профессий художника, рекламиста, психолога, маркетолога, сценариста и режиссера.

Проектирование начинается со второго семестра после прохождения студентами на первом семестре части пропедевтического курса основ композиции и происходит в течение всего периода обучения.

Студенты выполняют практические задания сначала в эскизной, графической форме, а затем завершают проект в компьютерной графике. В процессе освоения проектного курса студенты выполняют последовательный ряд проектов, начиная с разработки знаковой формы с переходом к комплексному проектированию фирменного стиля, упаковки, рекламы, многостраничных печатных изданий, плакатов и графических иллюстраций.

В дальнейшем полученные знания и умения необходимы студентам для выполнения практических работ в рамках учебных дисциплин

Целями изучения дисциплины являются:

- формирование у студентов профессиональных навыков специалиста-дизайнера способного решать реальные задачи в современном графическом дизайне,
- обучение студентов современным методам дизайн-проектирования,
- развитие у студентов креативно-образного мышления,

Задачи дисциплины:

- освоение методов и технологий дизайн-проектирования;
- обучение студентов максимально адекватному и эффективному применению современных рекламных средств и технологий;
- обучение профессиональному владению, выбору и использованию графического языка в различных областях дизайн-проектирования;
- изучение принципов комплексного проектирования;
- изучение специфики изобразительных средств графического дизайна;
- практическое применение профессиональных навыков в проектировании широкого спектра художественно-графической и рекламной продукции, в том числе и проведение различных рекламных компаний.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП.

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 54.03.01 *Дизайн* и входит в Блок 1 Дисциплины (модули) и является дисциплиной базовой части.

Для изучения дисциплины «Проектирование» студентам необходимы базовые знания кур-

сов дисциплин: «Пропедевтика», «Основы проектной графики», «Цветоведение в графическом дизайне», «Академический рисунок», «Академическая живопись».

В процессе проектирования развиваются, закрепляются и синтезируются знания, полученные студентами при освоении таких дисциплин как: «Культурология», «История дизайна, науки и техники», «Специальный рисунок», «Специальная живопись», «Информационные технологии в дизайне», «Теория дизайна», «Объемно-пространственная композиция», «Композиция в компьютерной графике», «Шрифт», «Типографика», «Композиция печатных изданий», «Техника графики», «Фотография», «Издательское дело».

Знания по дисциплине «Проектирование» используются при изучении дисциплин: «Основы производственного мастерства», «Рекламные технологии», «Моделирование», «Технологии интерактивного дизайна».

Использование межпредметных связей обеспечивает преемственность изучения материала, исключает дублирование и позволяет рационально распределять время.

Дисциплина изучается на 1-4 курсах в 2-8 семестрах.

3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Выпускник, освоивший программу дисциплины «Проектирование», должен обладать следующими **общефессиональными компетенциями (ОПК)**:

Способность применять знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; рассматривать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода (ОПК-1)

Способность работать с научной литературой; собирать, анализировать и обобщать результаты научных исследований; оценивать полученную информацию; самостоятельно проводить научно-исследовательскую работу; участвовать в научно-практических конференциях (ОПК-2)

Способность выполнять поисковые эскизы изобразительными средствами и способами проектной графики; разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления) (ОПК-3)

Способность проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики (ОПК-4)

Способность организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях (ОПК-5)

Способность решать задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)

Профессиональными компетенциями (ПК):

Способность использовать традиционные и новые художественно-графические техники, цветовые решения и композиционные приемы для проектирования, способы и методы пластического моделирования формы (ПК-1)

Способность на основе анализа требований к дизайн-проекту обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, колористическому решению основанное на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи, в том числе с учётом формообразующих свойств материалов (ПК-2).

Способность самостоятельно и в качестве руководителя творческого коллектива реализовывать дизайн-проекты на практике, подготавливать необходимую документацию, осуществлять авторский надзор (ПК-3)

Способность применять методы научных исследований при создании дизайн-проектов (ПК-4).

В результате изучения дисциплины «Проектирование» студент должен:

знать:

- основные средства и методы дизайн-проектирования,
- основные приемы работы с проектной графической формой,
- инструментарий, материалы и технологии проектных работ,
- специфику изобразительной формы графического дизайна,
- основные принципы комплексного проектирования;

уметь:

- применять на практике полученные теоретические знания,
- пользоваться современными методами дизайн-проектирования,
- использовать в проектировании информационные и компьютерные технологии,
- концептуально и креативно изображать основные идеи дизайн-концепции,
- синтезировать знания смежных дисциплин для их внедрения в проектирование.

владеть:

- базовыми навыками компьютерной графики в освоении законов композиции.

Форма аттестации – экзамен, курсовой проект.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

4.1. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Знакообразование и стилизация формы.

Семиотика – наука о знаках и знаковых системах. Синтактика, семантика и прагматика, как составляющие элементы науки о знаках. Символ – изображение для означения. Различные виды символов: магические, государственные, религиозные, субкультурные.

Знак, как визуальный образ, как основа графического стиля, как коммуникационный элемент. Форма, конструкция и функция знака. Классификация знаков: икона, индекс, символ. Уровни ассоциативности. Понятия изобразительного знака, логотипа и бренда. Связь вербального и визуального, ее роль в создании знаковых изображений.

Построение знаковой формы. Модуль как основа построения знакового изображения. Построение знаковых рядов, граница узнаваемости формы.

Стилизация и трансформация сложных живых объектов. Стилизация по собственному существующему принципу и по привнесенному свойству. Комплексное применение стилизации и трансформации для воплощения пластической идеи.

Технологические особенности обработки знака в компьютерных графических программах. Проверка знака на масштабируемость, уменьшение до порога читаемости элементов и узнаваемости общей формы.

Образные сочетания знакового и шрифтового изображений. Модульность базовых элементов в шрифте и знаке. Сомасштабность.

Плоскостные графические решения различных форматов с использованием комбинаций знака и шрифта.

Модульный принцип построения композиции. Знакомство с понятием сетки.

Тема 2. Фирменный стиль.

Фирменный знак, определение, функции. Использование фирменного знака как способа идентификации. Виды знаков: изобразительные, словесные, комбинированные, звуковые, трехмерные.

Знак, как визуальный образ, как основа графического стиля, как коммуникационный элемент. Форма и конструкция знака. Классификация знаков: икона, индекс, символ. Уровни ас-

социативности. Понятия изобразительного знака, логотипа и бренда. Связь вербального и визуального, ее роль в создании знаковых изображений.

Этапы разработки и регистрации фирменного знака. Требования к фирменному знаку: простота, индивидуальность, привлекательность, отсутствие двусмысленности, охраноспособность.

Фирменный стиль как составная часть маркетинга. Целевая группа воздействия. Что нужно знать дизайнеру-графику о фирме и заказчике. Понятие стиля. Функции фирменного стиля. Основные составляющие фирменного стиля. Стилеобразующие элементы: фирменный блок, фирменный цвет, фирменный шрифт, модульная сетка. Другие стилеобразующие элементы: носители фирменного стиля (деловая документация, полиграфические издания, элементы оформления интерьера, фирменная одежда и прочее)

Этапы разработки фирменного стиля. Модульный принцип построения композиции. Использование понятия сетки при проектировании полиграфической продукции.

Гайд-лайн. Структура и правила составления.

Тема 3. Листовая полиграфическая продукция. Серийность.

Типология и функции полиграфической продукции. Листовки, флаеры, лифлеты, плакаты, афиши. Рекламная и информационная листовая полиграфическая продукция. Малоформатная и крупноформатная продукция, специфика проектирования. Серийные принципы проектирования. Признаки, визуально отождествляющие серию.

Структурирование информации, с учётом последовательности восприятия, построение иерархической схемы. Визуализация иерархической схемы. Технологические аспекты проектирования листовой полиграфической продукции. Подготовка текстов, фото- и графических изображений.

Ассоциативно-визуальный образ листовой продукции, связь образа со структурой продукции и информации, знакомство с понятием сетки. Роль цветового решения в создании образа полиграфической листовой продукции. Использование графических редакторов для создания макета в электронном виде.

Тема 4. Торговая марка и бренд.

Товарный знак, определение, функции. Использование товарного знака. Виды товарных знаков: изобразительные, словесные, комбинированные, звуковые, трехмерные.

Этапы разработки и регистрации товарного знака. Требования к товарному знаку: простота, индивидуальность, привлекательность, отсутствие двусмысленности, охраноспособность. Условия применения товарного знака. Предупредительная маркировка. Время жизни товарного знака.

Торговая марка: определение, виды, основные требования. Нейминг. Имя и его смысловое поле. Ассоциации, заключённые в различных структурах имен. Фонетические предпочтения при выборе имени. Роль ТМ в идентификации и продвижении товара на рынке. Методика проектирования торговой марки.

Понятие бренда. Роль брендов в развитии экономики. Концепция бренда. Целевая аудитория. Роль и эффективность предварительных исследований. Бриф. Ценности бренда. Идеальные качества бренда и материальные свойства товара. Легенда бренда, конструктивный аспект ее применения. Миссия бренда.

Тема 5. Этикетка и упаковка.

Упаковка товара. Определение. Принципы пакетирования. Основные требования. Функции упаковки. Первичная и вторичная упаковка. Классификация упаковки: по назначению, по материалу, по составу, по конструкции, по технологии производства. Классические виды упаковки. Упаковочные материалы: картон, целлюлоза, виниловые полимеры, полистирол, поликарбонат, стеклообразующие материалы, металл. Технологии печати и постпечатная обработка картонной упаковки.

Этапы дизайн-проектирования упаковки для различных продуктов. Основные стратегии при проектировании упаковки. Восприятие композиционных решений упаковки. Управление цветом в упаковке. Серийность в оформлении упаковки. Основы проектирования картонных коробок. Этикетка и контрэтикетка, колеретка. Маркировка, основные функции и требования. Средства маркировки. Обязательная информация, размещаемая на этикетках. Штрихкоды. Технологии печати этикеток.

Тема 6. Элементы рекламной кампании.

Основные задачи рекламы: создание осведомленности, предоставление необходимой информации, формирование благосклонности, создание предпочтения, формирование убежденности, побуждение к приобретению продукта. Понятие целевой аудитории. Сегментация рынка.

Основные цели рекламных кампаний: экономические, имиджевые, социальные.

Вербальные и визуальные составляющие рекламы. Заголовок и иллюстрация. Роль цвета в рекламе. Роль шрифта в рекламе. Объекты дизайна рекламы: фирменный стиль, рекламное выставочное оборудование, POS-материалы и т.д.

POS-материалы, как средства оформления мест продаж, их функции и виды. Коммуникационная и рекламная роль POS-материалов.

Промоакция: необходимые элементы для её проведения.

Тема 7. Системы визуальной идентификации.

Основы формирования системы визуальной идентификации. Методы и принципы формирования визуальной идентификации в пространстве современных коммуникаций. Сообщение как единица коммуникации. Визуальная коммуникация как сопровождение текстового сообщения. Цели и задачи визуальных коммуникаций. Язык визуальных коммуникаций в окружающем пространстве – закрытом и открытом.

Символы и универсальный дизайн. Узнаваемость символов: традиции, форма, цвет. Критерии успешной работы символов. Пиктограммы. Знаки ориентирования в системе графического дизайна. Функции знаков ориентирования. Внутренние знаки и указатели: транспорт, здравоохранение, корпоративный стиль, выставки, музеи. Внешние знаки и указатели: городская среда, памятники культуры и национальные парки, спортивные учреждения.

Дизайн карт местности. Виды карт: трёхмерные, районов, карта-схема, ключевая карта, карта-диаграмма, вербальная карта.

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1. Объем и виды учебной работы по дисциплине 1 по ОФО

Вид работы	Трудоемкость, часов (зач.ед./ ак. часы)							
	1 сем	2 сем	3 сем	4 сем	5 сем	6 сем	7 сем	Всего
Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)		108/3	144/3	180/4	108/5	14/4/5	216/6	936/26
Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего		60	90	108	54	90	108	432
Аудиторная работа, всего:		60	90	108	54	90	108	432
<i>Лекции (Л)</i>		-	-	-	-	-	-	-
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>		60*	90*	108*	54*	90*	108*	432*
Самостоятельная работа в семестре, всего:		12	12	48	72	72	108	288
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям)		12	12	48	72	72	108	288
Подготовка к экзамену		36	36	36	36	36	36	216
Вид итогового контроля по дисциплине		ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ

* часы и интерактивной форме

Таблица 2. Объем и виды учебной работы по дисциплине 1 по ОЗФО

Вид работы	Трудоемкость, часов (зач.ед./ ак. часы)								
	1 сем	2 сем	3 сем	4 сем	5 сем	6 сем	7 сем	8 сем	Всего
Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)		72/2	72/2	72/2	180/5	180/5	180/5	180/5	936/26
Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего		18	18	18	36	36	36	36	198
Аудиторная работа, всего:		18	18	18	36	36	36	36	198
<i>Лекции (Л)</i>		-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>		18*	18*	18*	36*	36*	36*	36*	198*
Самостоятельная работа в семестре, всего:		18	18	18	108	108	108	108	486
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям)		18	18	18	108	108	108	108	486
Подготовка к экзамену		36	36	36	36	36	36	36	252
Вид итогового контроля по дисциплине		ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ

* часы и интерактивной форме

4.3. Структура дисциплины

Таблица 4. Структура дисциплины для ОФО

№	Наименование раздела (темы)	Всего часов	Контактная работа			Самостоятельная работа	Виды текущего контроля	Формируемые и развиваемые компетенции
			Всего	Аудиторная работа				
				Лек.	ПЗ*			
	II семестр	108	60		60	12	36	
1	Тема 1. Знакообразование и стилизация формы	108	60		60	12	Выполнение практикумов	ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-1
	III семестр	144	90		90	12	36	
2	Тема 2. Фирменный стиль	144	90		90	12	Выполнение практикумов	ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2

	IV семестр	180	108		108	48		
3	Тема 3. Листовая полиграфическая продукция. Серийность	180	108		108	48	Выполнение практикумов	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
	V семестр	108	54		54	72	36	
4	Тема 4. Торговая марка и бренд	50	24		24	32	Выполнение практикумов	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
5	Тема 5. Этикетка и упаковка	58	30		30	40	Выполнение практикумов	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
	VI семестр	144	90		90	72	36	
6	Тема 6. Элементы рекламной кампании	144	90		90	72	Выполнение практикумов	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
	VII семестр	216	108		108	108	36	
7	Тема 7. Системы визуальной идентификации	216	108		108	108	Выполнение практикумов	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
	Итого	936	432		432	288	216	

* часы и интерактивной форме

Таблица 5. Структура дисциплины для ОЗФО

№	Наименование раздела (темы)	Всего часов	Контактная работа			Самостоятельная работа	Виды текущего контроля	Формируемые и развиваемые компетенции
			Всего	Аудиторная работа				
				Лек.	ПЗ*			
	II семестр	72	18		18	18	36	

1	Тема 1. Знакообразование и стилизация формы	72	18		18	18	Выполнение практикумов	ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-1
	III семестр	72	10		18	18	36	
2	Тема 2. Фирменный стиль	72	10		18	18	Выполнение практикумов	ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2
	IV семестр	180	10		18	108	36	
3	Тема 3. Листовая полиграфическая продукция. Серийность	180	18		18	108	Выполнение практикумов	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
	V семестр	180	10		36	108	36	
4	Тема 4. Торговая марка и бренд	180	10		36	108	Выполнение практикумов	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
	VI семестр	180	18		36	108	36	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
5	Тема 5. Этикетка и упаковка	180	18		30	108	Выполнение практикумов	
	VII семестр	180	42		72	108		ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
6	Тема 6. Элементы рекламной кампании	180	42		72	108	Выполнение практикумов	
	VIII семестр	180	42		180	108		ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
7	Тема 7. Системы визуальной идентификации	180	42		180	108	Выполнение практикумов	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
	Итого	936	210		198	486	252	

* часы и интерактивной форме

5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для достижения планируемых результатов обучения, в дисциплине «Проектирование» используются различные образовательные технологии:

1. *Информационно-развивающие технологии*, направленные на формирование системы знаний, запоминание и свободное оперирование ими.

Используется лекционно-семинарский метод, самостоятельное изучение литературы, применение новых информационных технологий для самостоятельного пополнения знаний, включая использование технических и электронных средств информации.

2. *Деятельностные практико-ориентированные технологии*, направленные на формирование системы профессиональных практических умений при проведении экспериментальных исследований, обеспечивающих возможность качественно выполнять профессиональную деятельность. Используется анализ, выбор метода, в зависимости от объекта исследования в конкретной производственной ситуации и его практическая реализация.

3. *Развивающие проблемно-ориентированные технологии*, направленные на формирование и развитие проблемного мышления, мыслительной активности, способности видеть и формулировать проблемы, выбирать способы и средства для их решения. Используются виды проблемного обучения: освещение основных проблем на лекциях, учебные дискуссии, коллективная деятельность в группах при выполнении работ, решение задач повышенной сложности. При этом используются первые три уровня (из четырех) сложности и самостоятельности: проблемное изложение учебного материала преподавателем; создание преподавателем проблемных ситуаций, а обучаемые вместе с ним включаются в их разрешение; преподаватель создает проблемную ситуацию, а разрешают её обучаемые в ходе самостоятельной деятельности.

4. *Личностно-ориентированные технологии обучения*, обеспечивающие в ходе учебного процесса учет различных способностей обучаемых, создание необходимых условий для развития их индивидуальных способностей, развитие активности личности в учебном процессе. Личностно-ориентированные технологии обучения реализуются в результате индивидуального общения преподавателя и студента при защите лабораторных работ, при выполнении домашних индивидуальных заданий, решении задач повышенной сложности, на еженедельных консультациях.

Для целенаправленного и эффективного формирования запланированных компетенций у обучающихся, выбраны следующие сочетания форм организации учебного процесса и методов активизации образовательной деятельности, представленные в таблице.

Методы и формы организации обучения (ФОО)

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности студентов для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций.

Методы	ФОО			
	ЛК	Практические занятия	ЛБ	СРС
Дискуссия		+		
IT-методы				+
Командная работа		+		
Опережающая СРС				+
Индивидуальное обучение		+		
Проблемное обучение		+		
Обучение на основе опыта		+		+

К интерактивным технологиям, используемым в учебном процессе, можно отнести экспертные оценки собранного материала, анализ конкретных ситуаций, мастер-классы по текущей теме и тренинги.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Текущий контроль знаний осуществляется на каждом занятии. Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится в период сессии. Реализуется рейтинговая 100 балльная система оценки. Для допуска к аттестации необходимо набрать не менее 51 баллов.

В соответствии с рейтинговой системой, текущий контроль производится в течение семестра путем балльной оценки качества усвоения теоретического материала и результатов практической деятельности (выполнение проекта).

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является экзамен. Экзамен проводится в конце семестра также путем балльной оценки. Проведение экзамена проходит в форме просмотра презентаций в электронном виде.

Итоговый рейтинг определяется суммированием баллов текущей оценки в течение семестра и баллов промежуточной аттестации в конце семестра по результатам экзамена. Максимальный итоговый рейтинг соответствует 100 баллам. Для сдачи каждого задания устанавливается определенное время (в течение недели, месяца и т.п.). Задания, сданные позже этого срока, оцениваются ниже, чем это установлено в *рейтинг-плане* дисциплины.

Полученная оценка в 100 балльной системе переводится по следующей схеме.

0-50	неудовлетворительно
51-70	удовлетворительно
70-84	хорошо
85-100	отлично

Студент, получивший 51 балл и более во 2-8 семестрах, признаётся освоившим дисциплину «Проектирование» в объёме 26 зачётных единиц.

6.1. Оценочные средства текущего контроля.

Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения студентов в изучении дисциплины и диагностировать затруднения в изучении материала, а с другой – показать эффективность выбранных средств и методов обучения. Формы контроля могут варьироваться в зависимости от содержания раздела дисциплины: содержания раздела текущего контроля могут являться коллоквиумы, выставки практических заданий, просмотр самостоятельных практических заданий с проведением коллективной рефлексии-обсуждения, анализ конкретных профессиональных ситуаций, мониторинг результатов семинарских и практических занятий и др. Формы такого контроля выполняют одновременно и обучающую функцию.

Промежуточная аттестация (просмотр) направлен на определение уровня сформированности компетенций по дисциплине в целом. В дизайн-образовании традиционной формой контроля является просмотр практических заданий (аудиторных и самостоятельных), с учетом новых требований могут быть добавлены: защита проекта, презентация портфолио студента и др.

Примерный перечень видов и форм контроля дисциплины:

- выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе аудиторных практических занятий;
- самостоятельная подготовка практических заданий;
- подбор и анализ аналогового ряда;
- презентация - просмотр результатов проектной деятельности;
- контрольный опрос (устный или письменный);

Оценочные средства по дисциплине размещены в электронной информационно-образовательной среде института. Комплект оценочных средств по дисциплине согласно утвержденной форме прилагается.

Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Проектирование фирменного стиля.

1. Разработать фирменный стиль для гостиницы.
2. Разработать фирменный стиль для хостела.
3. Разработать фирменный стиль для гостевого дома.
4. Разработать фирменный стиль для арт-отеля.
5. Разработать фирменный стиль для бутик-отеля.

6. Разработать фирменный стиль для мотеля.
7. Разработать фирменный стиль для ботеля.
8. Разработать фирменный стиль для эко-отеля.

Проектирование торговой марки и упаковки.

1. Разработать торговую марку для молочных продуктов.
2. Разработать торговую марку для косметических продуктов.
3. Разработать торговую марку для кондитерских изделий.
4. Разработать серию упаковок для молочных продуктов.
5. Разработать серию упаковок для косметических продуктов.
6. Разработать серию упаковок для кондитерских изделий.
7. Разработать элементы рекламной кампании для молочных продуктов.
8. Разработать элементы рекламной кампании для кондитерских изделий.
9. Разработать промо-сайт для рекламируемой продукции.
10. Разработать серию этикеток для бакалеи.

6.2 Оценочные средства для промежуточной аттестации

Проверяемые компетенции ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4

1. Что такое изобразительный знак?
2. Что такое бионическая форма?
3. Опишите разницу между анатомией и графической структурой.
4. Обозначьте функции знака.
5. Какие композиционные схемы в знаках используются?
6. Что такое модульная сетка?
7. Как модульная сетка используется при построении знака?
8. В каких случаях не нужна сетка при построении знака?
9. Как графическое решение знака влияет на эмоциональное восприятие?
10. Как форма знака влияет на смысловое восприятие?
11. Что такое контрформа?
12. Почему контрформа не менее важна при проектировании знака?
13. За счёт чего бионическая форма остаётся узнаваемой в знаке?
14. Какие параметры исходного изображения обязательно сохранять в знаковой форме?
15. В каком графическом формате должен быть выполнен знак?

16. Как адаптируется знаковое изображение к разным размерам при масштабировании?
17. Что такое раппортная структура?
18. По каким принципам соединяется знаковое и шрифтовое изображение?
19. Какие изобразительные средства выражают эмоциональную составляющую в шрифте?
20. Что такое фирменный знак?
21. Каковы функции фирменного знака?
22. Что такое стилеобразующие элементы?
23. Каковы функции фирменного шрифта?
24. Что такое товарный знак?
25. По каким признакам классифицируются знаки?
26. Какую роль играет смыслообразование в проектировании знака?
27. В чем различие товарного знака, торговой марки и знака обслуживания?
28. Чем отличается логотип от товарного знака?
29. Требования к товарному знаку.
30. Предупредительная маркировка.
31. Время жизни товарного знака.
32. Нейминг, его функции, требования к названию фирмы.
33. Имя и его смысловое поле.
34. Ассоциации, заключённые в различных структурах имен.
35. Фонетические предпочтения при выборе имени.
36. Понятие бренда.
37. Роль брендов в развитии экономики.
38. Роль ТМ в идентификации и продвижении товара на рынке.
39. Виды товарных марок.
40. Упаковка товара. Определение.
41. Принципы пакетирования.
42. Требования к упаковочным материалам.
43. Основные функции упаковки.
44. Назначение упаковки, её классификация.
45. Упаковочные материалы.
46. Технологии печати и постпечатная обработка картонной упаковки.
47. Этапы дизайн-проектирования упаковки для различных продуктов.
48. Управление цветом в упаковке.
49. Серийность в оформлении упаковки.

50. Основы проектирования картонных коробок.
51. Этикетка и контрэтикетка, колеретка.
52. Маркировка, основные функции и требования.
53. Обязательная информация, размещаемая на этикетках. Штрихкоды.
54. Технологии печати этикеток.
55. Плоская упаковка. Разнообразие видов и функций.
56. Виды и функции объемной упаковки.
57. Знаковый смысл упаковки и роль социального фактора.
58. Психологическая функция упаковки.
59. Зависимость технологической функции упаковки от свойств продукта.
60. Экологическая функция упаковки.
61. Современные тренды в системе упаковки.
62. Классификация рекламных носителей: функции, цели и виды.
63. POS-материалы.
64. Печатная реклама.
65. Психологическое воздействие изображения в рекламных сообщениях.
66. Имидж и образ в рекламе.
67. Способы воздействия рекламных средств.
68. Ассоциативность и образность в рекламе.
69. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.
70. Структурные элементы рекламы и способы работы с ними.
71. Печатная реклама и ее элементы.
72. Модульная система проектирования в дизайне рекламной компании.
73. Особенности дизайна наружной рекламы.
74. Что такое интернет-баннер?
75. Разновидности рекламных сообщений в интернете.
76. Цели и задачи создания промо сайта.
77. Этапы разработки и проектирования промо сайта.
78. Каковы функции идентификации в графическом дизайне?
79. Что такое система визуальной идентификации?
80. Каковы особенности системы визуальной идентификации по сравнению с фирменным стилем?
81. Какие носители айдентики необходимы музею?
82. Как оформляется входной билет в музей? Перечислите обязательные информационные и визуальные элементы.

83. Каковы параметры для визуального сравнительного анализа знаков музеев?
84. Что такое бриф?
85. Каковы особенности составления брифа для музейной организации?
86. Что такое целевая аудитория?
87. Каковы особенности целевой аудитории, посещающей музей?
88. Определите разницу между аудиториями b2b и b2c.
89. Что такое визуальные коммуникации?
90. Как визуальные коммуникации работают в музее?
91. Что такое система навигации?
92. Каковы особенности систем навигации в музейном (интерьерном) пространстве?
93. Перечислите элементы навигации в музее и обоснуйте их наличие.
94. Каковы особенности систем навигации в городском (открытом) пространстве?
95. Какие элементы навигации необходимы для обозначения маршрута от транспортного узла до места назначения?
96. Какую функцию выполняет сувенирная продукция?
97. Перечислите формы рекламной деятельности для музея.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература

1. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования: учебное пособие / Р.Ю. Овчинникова ; ред. Л.М. Дмитриева. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. : ил. - ISBN 978-5-238-01525-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010>

2. Алексеев, А.Г. Проектирование: предметный дизайн : учебное наглядное пособие / А.Г. Алексеев ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2017. - 95 с. : ил. - ISBN 978-5-8154-0405-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487646>

3. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование : учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. - 150 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-8154-0357-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589>

4. Бренькова, Г.М. Анализ промышленной формы в дизайне: методические рекомендации по дисциплине «Дизайн-проектирование» / Г.М. Бренькова, О.Г. Виниченко ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный архитектурно-художественный университет» (УрГАХУ). - Екатеринбург : УрГАХУ, 2018. - 61 с. : ил. - Библиогр.: с. 60 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498275>

5. Карташова, Л.С. Цветопластический образ художественного стиля : методические указания / Л.С. Карташова ; Министерство образования и науки Российской Федерации. - Екатеринбург : Архитектон, 2017. - 43 с. : ил. - Библиогр.: с. 25-27 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481980>

6. Кливер, Ф. Чему вас не научат в дизайн-школе / Ф. Кливер ; пер. с англ. О.В. Перфильева. - Москва : Издательство «Рипол-Классик», 2016. - 225 с. : ил. - (Теории и практики). - ISBN 978-5-386-09368-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480919>

7.2. Дополнительная литература

1. Александра Королькова. Живая типографика. – М.: ИндексМаркет, 2011.
2. Актуальный дизайн. Логотип 01. Редактор Валентина Крылова. – М.: Изд-во РИП-Холдинг, Rockport Publishers, 2008.
3. Алина Уиллер. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов. – М.: Изд-во: Альпина Паблишер, 2009.
4. Владимир Лаптев. Модульные сетки. Проектирование многополосных изданий. 3-е издание. – М.: Изд-во: Аватар, 2009.
5. Елена Герчук. Архитектура книги. – М.: Изд-во: ИндексМаркет, 2011.
6. Графический дизайн. Современные концепции : учебное пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.] ; отв. ред. Е. Э. Павловская. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 183 с.
7. Джейсон Берд Веб-дизайн. Руководство разработчика. – СПб.: Изд-во: Питер, 2012.
8. Джон Т. Дрю, Сара А. Мейер Управление цветом в логотипах. Подробный справочник графического дизайнера. Переводчик Светлана Гилим. – М.: РИП-Холдинг, 2007.
9. Джон Т. Дрю, Сара А. Мейер Управление цветом в упаковке. – М.: РИП-Холдинг, Rotovision, 2009
10. Дмитрий Кирсанов. Веб-дизайн. – М.: Символ-Плюс, 2009.

11. Дэвид Огилви. Огилви о рекламе. – М.: Эксмо-Пресс, 2009.
12. Искусство убеждать. Русский рекламный плакат 1890-1954. "Контакт-культура", 2001
13. Келли Гото, Эмили Котлер. Веб-редизайн. – М.: Символ-Плюс, 2006.
14. Крэйг М. Бергер. Путеводные знаки. Дизайн графических систем навигации. – М.: РИП-Холдинг, 2005.
15. Лесняк В. Графический дизайн (основы профессии). М: Изд.: ИндексМаркет, 2011.
16. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 249 с.
17. Люк Дюпон Реклама. 1001 совет. – М.: Изд-во: Попурри, 2008.
18. Натали Авелла. Конструкции из бумаги. Объемные формы из плоского листа. – М.: Изд-во РИП-Холдинг, 2006.
19. Ольга Логвиненко. Актуальный дизайн. Упаковка 01. Редактор Валентина Крылова. – М.: Изд-во РИП-Холдинг, 2009
20. Перри Чуа, Дэнн Илисик. Лого Логика. Лучшие брендинговые агентства рассказывают о стратегиях нейминга и брендинга. – М.: Изд-во РИП-Холдинг, 2008.
21. Роберт Брингхерст. Основы стиля в типографике. Перевод с английского Г. Северской, А.
22. Самара Т. Создавая и ломая сетку. Мастерская графического дизайна. – М.: Изд-во РИП-Холдинг, 2005.
23. Серов С., Дыдо К. Польская школа плаката. Парадигмы графического дизайна (Альбом работ). – М.: Изд-во Альма Матер Alma Mater, 2007.
24. Стив Круг. Веб-дизайн: книга Стива Круга, или `не заставляйте меня думать!` – М.: Изд-во Символ-Плюс, 2008.
25. Стор И.Н. Смыслообразование в графическом дизайне. Метаморфозы зрительных образов. – М.: Изд-во МГТУ им. А. Н. Косыгина, 2003.
26. Тысяча икон, символов, пиктограмм. Визуальные коммуникации, не требующие перевода. – М.: Изд-во РИП-Холдинг, 2006.
27. Уильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс. Современная реклама. – М.: Изд-во Эксмо, 2011.
28. Самара Т. Структура дизайна. Стильное руководство. Перевод Светланы Гилим. – М.: Изд-во РИП-Холдинг, 2008.
29. Самара Т. Эволюция дизайна. От теории к практике. Перевод Светланы Гилим. М: Изд.: РИП-Холдинг, 2009.

30. Светлана Гилим Сетки. Креативные решения для графических дизайнеров. Редактор Валентина Крылова. – М.: Изд-во РИП-Холдинг, 2009.
31. Серов С. И. Графика современного знака. Линия График, 2007.
32. Giles Calver What Is Packaging Design? (Essential Design Handbooks). – М.: Изд-во РИП-Холдинг: RotoVision, 2007.
33. Хембри Райн. Самый полный справочник. Графический дизайн. Перевод Александра Банкрашкова. М: Изд.: АСТ, Астрель, 2008.
34. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для вузов / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с.
35. Шевченко В.Я. Композиция плаката. – Изд-во Колорит, Харьков, 2004
36. Шпаковский Ю. Ф. Шрифты. Справочное пособие дизайнера. Каталог шрифтов. Издательство: Харвест, 2006.
37. Эванс П. Форма. Фальц. Формат. – М.: Изд-во РИП-Холдинг, 2005.
38. Элис Туэмлоу. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. Переводчик К. Крутских. Издательство: Астрель, АСТ, 2006.
39. Энциклопедия символов, знаков, эмблем (Составитель И.А. Андреева и др.). – М.: Локид-миф, 2008.
40. Graphics Explained (Графика без тайн). Под ред. Michael Evamy. – М.: Изд-во: Roto-vision, 2009.
41. Little Book of Big Packaging Ideas. – Rockport Publishers, 2007.
42. Mario Pricken Creative Advertising, New Edition. – Изд-во: Thames & Hudson, 2009.
43. Màrius Sala. Гениальная британская айдентика / Great British Identity. – М.: Изд-во: Index Book, 2010.

7.3. Периодические издания

1. Дизайн-журнал «Дежурка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.dejurka.ru/tag/упаковка/> (дата обращения 21.08.19).
2. Журнал Про100 дизайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.pro100.spb.ru/> (дата обращения 24.08.19).
3. Как.ru. Журнал о дизайне. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://kak.ru> (дата обращения 20.08.19).

7.4. Интернет-ресурсы

4. Novate.Ru. Интернет-проект о дизайне [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.novate.ru> (дата обращения 31.08.19).
5. Re:vision. Следим за дизайном с 1999 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.revision.ru> (дата обращения 23.08.19).
6. THE ARTIST AND HIS MODEL [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.theartistandhismodel.com> (дата обращения 31.08.19).
7. Дизайн-студия Primaris [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.primaris.ru/articles.html> (дата обращения 21.08.19).
8. Изобразительное искусство, дизайн, архитектура, фото. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.kulturologia.ru> (дата обращения 21.08.16).
9. Каталог логотипов и знаков [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.logobank.ru/> (дата обращения 22.08.19).
10. Отраслевой портал об упаковке [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.unipack.ru/> (дата обращения 25.08.19).
11. Фирменные стили и логотипы [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.logobar.ru/> (дата обращения 31.08.19).
12. Популярная каллиграфия [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.callig.ru> (дата обращения 21.08.19).
13. Проект бесплатных шрифтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://jovanny.ru/> (дата обращения 20.08.19).
14. Шрифтовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.xfont.ru/article/> (дата обращения 11.08.19).
15. Шрифтовой портал «Фонтов.нет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.fontov.net/> (дата обращения 31.08.19).
16. Peopleofdesign. Блог о дизайне [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.peopleofdesign.net> (дата обращения 21.08.19).
17. Блог о дизайне Smashmag. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://ww.smashmag.ru> (дата обращения 29.08.19).
18. Блоги о дизайне упаковки. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://ru-pack.livejournal.com/> (дата обращения 28.08.19).
19. Блоги о дизайне. Всё самое интересное о web-дизайне. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.designonstop.com/> (дата обращения 21.08.19).
20. Блоги о дизайне. Мой подход к созданию ТЗ на шаблонные сайты [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://habrahabr.ru/blogs/pm/126313/#habracut> (дата обращения 26.08.19).

7.5. Методические указания к практическим занятиям

В процессе преподавания дисциплины «Проектирование» используются такие виды учебной работы, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов.

Практикум – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде, чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические указания для обучающихся по выполнению курсового дизайн-проекта.

Дизайн-проект – это процесс создания образа внешнего вида продукта в соответствии со всеми техническими, стилистическими и индивидуальными требованиями.

Графическая часть дизайн-проекта должна быть выполнена с помощью профессиональных графических программ. При этом выполнение конструктивных решений предпочтительно выполнять в программах, ориентированных на проектирование, а эскизную – в пакетах для выполнения графических изображений.

Порядок выполнения:

1. Ознакомиться с заданием на проектирование.
2. Получить исходные данные на проектирование.

Необходимо изучить виды проектирования объектов, задание на проектирование.

Познакомиться с требованиями, предъявляемыми к объектам дизайна.

Провести предпроектные исследования, в которые входят описание и характеристика объекта, составление брифа, анализ конкурентов.

Разработать и обосновать концепцию проекта, опорными материалами могут быть ментальные карты и визуальные ассоциативные ряды.

Выполнить поисковую работу по эскизированию художественных форм, подбору материалов, текстур, цветовой гаммы и графическому языку для реализации проекта. Результат эскизирования должен быть предоставлен в виде скетчей (первичный поиск – 3-5 вариантов) и в виде электронной версии выбранного наиболее подходящего варианта.

Создать электронные макеты продукции по отобранным эскизам в графических программах, предназначенных для реализации проекта.

Проект должен сопровождаться пояснительной запиской, состоящей из исследовательско-аналитической и проектно-графической частей.

Результаты проектирования должны быть представлены в электронной многостраничной презентации и/или экспозиции на планшетах формата 100x70 см, количество планшетов зависит от объёма проекта.

7.6. Методические указания к самостоятельной работе

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

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 обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

7.7. Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий

Для обеспечения информационно-коммуникативных технологий используется ЭИОС МХПИ, включая сервис электронной почты, а также:

специализированное оборудование и специализированное программное обеспечение, используемое при изучении дисциплины:

- Adobe Photoshop CS6 – многофункциональный графический редактор,
- Adobe Illustrator CS6 – векторный графический редактор,
- Adobe InDesign CS6 – программа для дизайна печатной продукции,
- Adobe After Effects – программа для редактирования видео и динамических изображений, анимации,
- Autodesk 3ds Max Design - программный продукт на основе 3ds Max для визуализации проектных решений,
- CorelDRAW-12 – векторный графический редактор,
- PowerPoint - 2010 – программа для просмотра и презентаций.

8. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ РП ДИСЦИПЛИНЫ «ПРОЕКТИРОВАНИЕ» ИНВАЛИДАМИ И ЛИЦА С ОВЗ

МХПИ создаёт доступную среду для обеспечения равных возможностей для всех обучающихся для реализации права на получение образования, организуя беспрепятственный доступ ко всем помещениям, где проводятся аудиторные занятия или организуется самостоятельная работа обучающихся и обеспечивая соответствие помещений требованиям законодательства. При организации образовательного процесса, выборе образовательных технологий, методов и средств текущего контроля и промежуточной аттестации учитываются при наличии психофизиологические особенности личности обучающегося, рекомендации лечащего врача, программы реабилитации и абилитации.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий:

- аудитории с компьютерным и видеопроекционным оборудованием для презентаций с выходом в Интернет и имеющим подключение к ЭИОС МХПИ, средствами звуковоспроизведения.
- Adobe Photoshop CS6 – многофункциональный графический редактор,
- Adobe Illustrator CS6 – векторный графический редактор,
- Adobe After Effects – программа для редактирования видео и динамических изображений, анимации,
- PowerPoint - 2010 – программа для просмотра и создания презентаций.