

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

Кафедра Медиа и Дизайн

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор,
к.ф.н., доцент

_____ М.К. Ясменко

« ____ » _____ 2022 г.

Рекламно-графический комплекс

Б1.В.ДВ.6.1

рабочая программа дисциплины
для обучающихся направления подготовки
54.03.01 Дизайн
направленность (профиль)
«Медиа-Арт»

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 Медиа и Дизайн
Бакаловой И.В.

Степень, звание - член СДР, ТСДИ, доцент кафедры.

«29» августа 2022

(личная подпись разработчика)

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 2020г. №1015

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры:

Протокол №1 от «29» августа 2022 г.

Зав. кафедрой : к.п.н., доцент, профессор кафедры Пустозерова О.В.

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

Генеральный директор
ООО «Проектное бюро «ГрандВилль»

Краснов А.И.

Кандидат искусствоведения, член-корреспондент
Российской Академии Художеств

Ржевская Е.А.

Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО.....	4
3 Требования к результатам освоения содержания дисциплины.....	4
4 Объём, структура и содержание дисциплины (модуля).....	5
4.1 Содержание разделов дисциплины.....	6
4.2 Объём дисциплины и виды учебной работы.....	14
4.3. Структура дисциплины.....	16
5 Образовательные технологии.....	20
6 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	20
6.1. Оценочные средства для текущего контроля	20
6.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	20
7 Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).....	26
7.1 Основная литература.....	26
7.2 Дополнительная литература.....	26
7.3 Периодические издания.....	28
7.4 Интернет-ресурсы.....	28
7.5. Методические указания к практическим занятиям	28
7.6 Методические указания к самостоятельной работе.....	29
7.7 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий	30
8 Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	30
9 Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	30

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса: является практическим курсом обучения, основная цель которого - качественная профессиональная подготовка специалиста, владеющего необходимыми знаниями в области технологий рекламы и дизайна, креативно мыслящего, способного осуществлять практическую деятельность в сфере рекламного производства.

Комплексной задачей курса является изучение существующих направлений в рекламе и технологических процессов рекламного производства, развитие творческого мышления и прогрессивного мировоззрения в области современного дизайна, освоение методов и принципов проектирования основных видов рекламной продукции, развитие профессиональных навыков моделирования и макетирования с использованием возможностей новейших электронных технологий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Курс принадлежит к вариативной части к дисциплинам по выбору, изучается студентами, обучающимися по направлению подготовки бакалавров «Дизайн» (профиль: Медиа-Арт).

Изучение дисциплины «Рекламно-графический комплекс» ведется в течение одного семестра. Его содержание предполагает самое тесное взаимодействие и взаимосвязь с курсами таких смежных дисциплин как: «История искусств», «История дизайна, науки и техники», «Академический Рисунок», «Академическая Живопись», компьютерными технологиями с использованием цвета и обучением дизайнерскому искусству.

До начала изучения дисциплины «Рекламно-графический комплекс» студент должен приступить к формированию следующих компетенций:

- способность владеть рисунком, умением использовать рисунки в практике составления композиции и переработкой их в направлении проектирования любого объекта, иметь навыки линейно-конструктивного построения и понимать принципы выбора техники исполнения конкретного рисунка (ОПК-1);
- владение академической живописью, приёмами работы с цветом и цветовыми композициями (ОПК-2);
- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-10);
- способность владения рисунком и приёмами работы с обоснованием художественного замысла дизайн-проекта, в макетировании и моделировании с цветом и цветовыми композициями (ПК-1);
- способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта (ПК-4).

Знания, полученные в результате изучения дисциплины, являются базовыми для прохождения студентами практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности и написания выпускной квалификационной работы.

3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения студентом дисциплины «Рекламно-графический комплекс» идёт формирование и развитие следующих компетенций:

- способность обосновывать свои предложения при разработке проектной идеи (ПК-2);
- способность применять современные технологии, требуемые для реализации дизайн-проекта на практике (ПК-6);
- способность выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале (ПК-7).

В результате освоения дисциплины студент должен знать:

- существующие виды и направления рекламной деятельности, структуру производства и особенности технологического процесса основных направлений в сфере рекламы;
- теоретические основы и методы проектирования в графическом, промышленном и др. видах современного дизайна;
- пластические и конструктивные свойства материалов, применяемых в рекламном производстве, возможности их обработки;
- виды шрифтовых гарнитур и шрифтовую графику;
- терминологию дизайнера и рекламиста;
- уметь:
 - креативно мыслить, искать и находить оригинальные, нестандартные решения;
 - грамотно строить проектную работу от идеи до воплощения;
 - проектировать все основные виды рекламной продукции;
 - профессионально выполнять проект на всех стадиях от эскизирования до макетирования;
 - применять в процессе проектирования современные технологии (компьютерные, фотосъёмку и др.)
 - работать в группе, выполняя комплексные проектные задачи;
 - обосновывать, отстаивать и защищать проект;
 - владеть:
 - техническими приёмами разработки проектного решения и исполнительским мастерством;
 - компьютерными технологиями;
 - техникой фотографирования и обработки фотоматериалов;
 - методикой организации процесса индивидуального и группового проектирования.

должен уметь:

- креативно мыслить, искать и находить оригинальные, нестандартные решения;
- грамотно строить проектную работу от идеи до воплощения;
- проектировать все основные виды рекламной продукции;
- профессионально выполнять проект на всех стадиях от эскизирования до макетирования;
- применять в процессе проектирования современные технологии (компьютерные, фотосъёмку и др.);
- работать в группе, выполняя комплексные проектные задачи;
- обосновывать, отстаивать и защищать проект;

должен владеть:

- техническими приёмами разработки проектного решения и исполнительским мастерством;
- компьютерными технологиями;
- техникой фотографирования и обработки фотоматериалов;
- методикой организации процесса индивидуального и группового проектирования.

Форма аттестации — зачет с оценкой.

4 ОБЪЁМ, СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации.

Тема 1.1 Выразительные возможности шрифтового изображения.

Содержание материала:

Роль и значение шрифта в графическом дизайне и в рекламе. Выразительные возможности шрифтового изображения. Шрифтовой знак как средство коммуникации. Гармоничное единство изобразительного и текстового содержания. Приёмы создания ассоциативного образа в шрифтовой композиции

Тема 1.2 Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика.

Содержание материала:

Знакомство с электронными версиями шрифтовых гарнитур. Возможности компьютерных технологий для решения задач графического дизайна, связанных с композиционным построением шрифтов.

Тема 1.3. Шрифтовой рекламный плакат.

Содержание материала:

Рекламный плакат как вид коммуникативного дизайна. Новизна идеи, оригинальность мысли, нестандартность решения – необходимые условия выразительности плаката. Специфические особенности художественного языка плакатного

искусства. Изобразительные приёмы ассоциативного выражения темы: гипербола, метафора, иносказание, подтекст.

Роль и значение шрифта в рекламном плакате. Специфика и принципы композиционного построения шрифтового плаката. Применение современных электронных технологий в эскизировании и реализации идеи рекламного плаката.

Практические занятия:

1. Цели и задачи шрифтового плаката и поиск его образа.
2. Эскизирование шрифтового плаката.
3. Разработка основных элементов рекламного шрифтового плаката.
4. Завершение работы над шрифтовым плакатом.

Раздел 2. Формирование корпоративного стиля.

Тема 2.1. Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-концепция.

Содержание материала.

Определение корпоративного /фирменного/ стиля. Значение корпоративного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы /предприятия/.
Задачи фирменного стиля.

Тема 2.2. Концептуальные стилеобразующие элементы / логотип, товарный знак, марка, эмблема фирмы/

Содержание материала.

Историография появления и развития знаковых систем. Концептуальные стилеобразующие элементы – логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы. Формообразующие принципы и графические приёмы, применяемые в проектировании стилеобразующих элементов. Визуализация ассоциативного образа. Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы.

Практические занятия:

1. Создание логотипа.
2. Визуализация логотипа.
3. Создание товарного знака.
4. Визуализация товарного знака.
5. Создание фирменного блока.
6. Визуализация фирменного блока.

Тема 2.3. Составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля.

Содержание материала.

Система идентификации и фирменная папка.

Основные составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля, их практическое значение. Принципы конструктивного построения и стилового единства в комплексном проектировании элементов *корпоративной рекламы*.

Практические занятия:

1. Комплексное проектирование системы идентификации корпоративного фирменного стиля.
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продаж, внутренние и внешние и их коммуникационные цели.
3. Создание основных носителей интегрированных маркетинговых коммуникаций в местах продаж внутри торговых залов: конструкции презентационного характера.
4. Создание специальных рекламных конструкций джумби, мобайлы, шелфтолкеры, воблеры и т.п.
5. Создание элементов выносной рекламы – напольные фигуры с высечкой.
6. Создание щитовых рекламных конструкций: магистральных щитов (билбордов), супер-бордов, суперсайтов, пилонов, скроллеров, призматронов и т.п.
7. Создание наружных вывесок и витрин.

Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама.

Тема 3.1. Информационно-графический комплекс и его направления.

Содержание материала.

Информационно-графический комплекс, его рекламные функции. Причины возникновения и характер развития информационно-графических комплексов. Современные направления в информационной рекламе. Концептуальный проект информационно-графического комплекса: новизна мысли, рекламная стратегическая идея, функциональность, оригинальный графический ход, выразительность общего решения.

Практические занятия:

1. Разработка концептуального проекта информационно-графического комплекса, создание его номенклатуры.
2. Разработка сквозного дизайна информационно-графического комплекса.
3. Разработка рекламных текстов для информационно-графического комплекса.
4. Подбор материалов для информационно-графического комплекса.

Тема 3.2. Виды печати и печатной продукции. Изобразительный рекламный плакат.

Содержание материала.

Значение и роль печатной рекламной продукции. Современные виды печати /офсетная, цифровая, трафаретная, широкоформатная и др./ Технологические процессы печати, их преимущества и недостатки. Виды печатной продукции. Новые технологии проектирования и производства печатной продукции. Плакат как вид печатной рекламной продукции. Классификация плакатов. Специфические приёмы и язык изобразительного рекламного плаката. Лаконичная выразительность формы и содержания. Использование фото технологий в работе над плакатом.

Практические занятия:

1. Анализ аналогов плакатов.
2. Анализ современных видов печати и подбор технологий.
3. Обоснование дизайнерского решения.
4. Эскиз плаката (варианты).
5. Подбор материалов и компоновка.
6. Обработка текстов.
7. Подача плаката.
8. Просмотр.

Тема 3.3. Дизайн-проект рекламного буклета.

Содержание материала.

Рекламный буклет как вид печатной продукции в информационно-графическом комплексе. Функциональные задачи буклета. Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания буклета. Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете.

Практические занятия:

1. Анализ аналогов и прототипов.
2. Анализ и подбор технологии печати.
3. Обоснование дизайнерского решения.
4. Эскизы буклетов (варианты).
5. Верстка текстов.
6. Отбор иллюстраций.
7. Создание оригинала макета буклета.
8. Создание оригинала буклета, обложки.
9. Создание разворота буклета.

Раздел 4. Реклама товарной продукции.

Тема 4.1 Дизайн упаковки.

Содержание материала.

Реклама товара, её виды, функциональные задачи. Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений.

Упаковка как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции. Виды и качественные различия упаковок. Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции.

Практические занятия:

1. Анализ аналогов и прототипов упаковки.
2. Подбор технологий и материалов.
3. Разработка конструкции упаковки.
4. Создание развертки.
5. Разработка графических элементов.
6. Доработка упаковочной коробки в цвете.

Тема 4.2. Реклама торгового предприятия.

Проект фасада (вывески, витрины).

Содержание материала.

Комплексное решение рекламы торгового предприятия. Функциональные особенности и роль фасадной рекламы. Методика разработки дизайн -проекта витрины. Визуализация рекламной идеи. Технологические возможности и современные материалы, используемые для изготовления витрин.

Практические занятия:

1. Ситуационный план и функциональное зонирование рекламы.
2. Анализ ситуации в городской ситуации в городской среде и цветовое решение фасада.
3. Разработка рекламной вывески.
4. Комплексное решение элементов наружной рекламы.
5. Анализ аналогов и прототипов витрин.
6. Проектирование витринных конструкций.
7. Визуализация комплексного решения.

Тема 4.3. Реклама на транспорте.

Содержание материала.

Целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах.

Функциональность и психология восприятия рекламы на транспорте.

Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений рекламы, размещаемой на транспорте. Современные технологии реализации проекта.

Практические занятия:

1. Создание обтяжки на транспорте.
2. Визуализация рекламы на транспорте.
3. Создание рекламных текстов.

Раздел 5. Объёмно-пространственные рекламные конструкции.

Тема 5.1 Дизайн-проект наружной рекламы.

Содержание материала.

Рекламная композиция в пространстве города. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы. Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций. Материалы и технологии изготовления наружной рекламы.

Световая реклама и светотехника.

Практические занятия:

1. Анализ аналогов и прототипов наружной рекламы.
2. Функциональное зонирование на ситуационном плане.
3. Конструктивная проработка рекламных элементов.
4. Эргономические исследования рекламных элементов.
5. Экономические показатели наружной рекламы.
6. Разработка нестандартной рекламной установки.
7. Визуализация нестандартной рекламной установки.

8. Комплексная подача элементов наружной рекламы.

Тема 5.2 Экспозиционная реклама.

Содержание материала.

Экспозиционно-рекламные комплексы, их роль и задачи. Последовательность процесса создания экспозиции. Приёмы режиссуры пространства, реализации рекламной идеи, творческого замысла. Методы организации экспозиционного пространства, создания функциональных объёмов и структур. Типовые стендовые конструкции. Современные материалы и технологии изготовления экспозиций. Свет и цвет в рекламной экспозиции.

Практические занятия:

1. Анализ аналогов и прототипов экспозиций.
2. Объёмно - пространственное решение экспозиции выставки.
3. Функциональное зонирование ансамбля.
4. Создания дизайн – сценария и его визуализация.
5. Разработка концепции.
6. подача концепции.
7. Подбор технологии и материалов для экспозиции.
8. Разработка конструктивных элементов экспозиции.
9. Чертежи нестандартного оборудования.
10. Проектирование полиграфии для экспозиции.
11. Обоснования светового и цветового решения.
12. Разработка дизайн – проекта экспозиции.
13. Создания необходимых ортогональных проекций.
14. Визуализация перспективы.
15. Завершение работы над дизайном - проектом экспозиции.
16. Просмотр дизайн –проектов.
17. Зачетное занятие.

4.2. Объём дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1. Объём 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	8 сем	Всего
Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)					72/				
Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего					36				
Аудиторная работа, всего:					36				
<i>Лекции (Л)</i>									
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>									
Самостоятельная работа в семестре, всего:					36				

Выполнение графических работ					12				
Самоподготовка (проработка и повторение материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям)					12				
Подготовка к экзамену					12				
Вид итогового контроля по дисциплине					Зач с оц				

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

Вид работы	Трудоемкость, часов (зач.ед./ ак. часы)									
	1 се м	2 се м	3 се м	4 се м	5 сем	6 сем	7 сем	8 се м	9 се м	Все го
Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)					72/2					
Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего					18					
Аудиторная работа, всего:										
<i>Лекции (Л)</i>										
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>										
Самостоятельная работа в семестре, всего:					54					
Выполнение графических работ					15					
Самоподготовка (проработка и повторение материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям)					15					
Подготовка к экзамену					24					
Вид итогового контроля по дисциплине					Зач с оц					

* часы в интерактивной форме.

Примерные формы выполнения самостоятельной работы: подготовка сообщений к выступлению на семинаре, подготовка рефератов, докладов; выполнение творческого проекта и др.

Конкретные задания для самостоятельной работы для каждой группы студентов, формируются преподавателем самостоятельно с учётом уровня подготовки группы, профиля основной образовательной программы, формы обучения, реализуемых в МХПИ научных и творческих проектов.

4.3. Структура дисциплины

Таблица 3. Структура дисциплины для ОФО

№	Наименование раздела (темы)	Всего часов	Контактная работа		Самостоятельная работа	Виды текущего контроля	Формируемые и развиваемые компетенции
			Всего	Аудиторная работа			
				Лек.			

I	Раздел 1.	28	14		14	14	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
1	Тема 1. Средства графики и специфика приемов изображения объектов среды.	4	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
2	Тема 2. Линейная графика и ее приемы.	4	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
3	Тема 3 наброски интерьера учебных мастерских.	4	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
4	Тема 4. Тональная графика.	4	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
5	Тема 5. Фронтальная и угловая перспектива интерьера учебных мастерских.	4	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
6	Тема 6. Рисунок интерьера исторического памятника архитектуры.	4	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
7	Тема 7. Трансформация изображения.	4	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
II	Раздел 2.	44	22		22	22	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
8	Тема 8. Зарисовки архитектурных элементов исторического интерьера.	6	3		3	3	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
9	Тема 9. Цветная графика и ее приемы.	6	4		3	3	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
10	Тема 10. Виды архитектурной графики.	6	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7

11	Тема 11. Архитектурное эскизирование: эскиз-идея, фор- эскиз, рабочий эскиз.	6	4		4	4	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
12	Тема 12. Архитектурный Рекламно- графический комплекс.	7	3		3	3	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
13	Тема 13. Архитектурный рисунок.	8	3		3	3	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК-6, ПК-7
14	Тема 14. Архитектурная графика и архитектурное проектирование.	5	3		3	3		ПК-2, ПК-6, ПК-7
	Итого	72	36		36	36		

Таблица 4. Структура дисциплины для ОЗФО

№	Наименование раздела (темы)	Всего очасов	Контактная работа		Самос- тоятел- ьная работа	Виды текущего контроля	Формируе- мые и развиваем- ые компетен- ции	
			Всего	Аудиторна- я работа				
				Лек.				ПЗ *
I	Раздел 1.	32	14		14	14	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
1	Тема 1. Средства графики и специфика приемов изображения объектов среды.	4	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
2	Тема 2. Линейная графика и ее приемы.	5	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
3	Тема 3. наброски интерьера учебных мастерских.	7	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
4	Тема 4. Тональная графика.	5	2		2	2	защита выполненных заданий,	ПК-2, ПК- 6, ПК-7

							сообщения	
5	Тема 5. Фронтальная и угловая перспектива интерьера учебных мастерских.	4	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
6	Тема 6. Рисунок интерьера исторического памятника архитектуры.	4	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
7	Тема 7. Трансформация изображения.	3	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
II	Раздел 2.	40	22		22	22	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
8	Тема 8. Зарисовки архитектурных элементов исторического интерьера.	5	3		3	3	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
9	Тема 9. Цветная графика и ее приемы.	3	4		4	4	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
10	Тема 10. Виды архитектурной графики.	4	2		2	2	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
11	Тема 11. Архитектурное эскизирование: эскиз-идея, фор- эскиз, рабочий эскиз.	5	4		4	4	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
12	Тема 12. Архитектурный Рекламно- графический комплекс.	7	3		3	3	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
13	Тема 13. Архитектурный рисунок.	8	3		3	3	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7
14	Тема 14. Архитектурная графика и архитектурное проектирование.	8	3		3	3	защита выполненных заданий, сообщения	ПК-2, ПК- 6, ПК-7

Итого	72	36		36	36		
-------	----	----	--	----	----	--	--

* занятия проводятся в интерактивной форме

5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При организации обучения по дисциплине, используются следующие образовательные технологии

1. Технологии проектного обучения. Творческий проект.
2. Практическое занятие в форме практикума
3. Семинар-круглый стол

Качество усвоения содержания дисциплины, уровень сформированности компетенций может проводиться форме

1. Технологии проектного обучения – организация образовательного процесса в соответствии с алгоритмом поэтапного решения проблемной задачи или выполнения учебного задания.

2. Практических заданий
3. Выполнение комплексного задания

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Текущий контроль знаний осуществляется проведения эскизирования 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.

6.1. Оценочные средства текущего контроля.

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов.

№ темы	Содержание внеаудиторной самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1.1.1	Нарисовать схему основных элементов букв.	1	выборочный контроль
1.1.2	Создать композицию из элементов букв.	1	выборочный контроль
1.1.3	Создать композицию на единство, определив основные функции и структуры шрифтовой композиции.	1	выборочный контроль
1.1.4	Создать композицию на соподчинение шрифтовых структур по масштабности и по контрасту.	1	выборочный контроль
1.1.5	Создать композицию на соразмерение, простой и сложный ритм, гармоничное пропорционирование.	1	выборочный контроль
1.1.6	Создать композицию на видоизменение, создание пластических структур и тональных растяжек с помощью градиентных заливок.	1	выборочный контроль

1.1.7	Создать композицию на равновесие, принципы симметричности и асимметричности, особенности тектоники.	1	выборочный контроль
1.2.1	Собрать материал и закомпоновать элементы шрифтов в определенном стиле.	1	выборочный контроль
1.2.2	Собрать материал и разработать концепцию печатных документов по выбранной теме.	1	выборочный контроль
1.2.3	Создать эскиз модульной сетки с иллюстрациями и текстом.	1	выборочный контроль
1.2.4	Создать эскиз концепции идентификационных документов.	1	выборочный контроль
1.2.5	Создать эскиз концепции информационных документов.	1	выборочный контроль
1.2.6	Создать эскиз концепции рекламных документов.	1	выборочный контроль
1.3.1	Создать эскиз шрифтового плаката.	1	выборочный контроль
1.3.2	Разработать содержание шрифтового плаката.	1	выборочный контроль
2.1.1	Провести анализ аналогов корпоративного (фирменного) стиля.	1	выборочный контроль
2.1.2	Создать номенклатуру комплекса носителей фирменного стиля.	1	выборочный контроль
2.1.3	Создать комплексный проект–концепцию корпоративного стиля. Оформить бриф.	1	выборочный контроль
2.3.1	Создать концепцию системы идентификации корпоративного стиля.	1	выборочный контроль
2.3.2	Создать макет визуальных маркетинговых коммуникаций.	6	выборочный контроль
3.1.1	Создать макет концептуального проекта.	1	выборочный контроль
3.1.2	Закомпоновать элементы проекта.	1	выборочный контроль
3.1.3	Создать рекламный текст.	1	выборочный контроль
3.1.4	Создать макет информационно- графического комплекса.	1	выборочный контроль
3.2.1	Подготовить обзор аналогов плакатов.	1	выборочный контроль
3.2.2	Подготовить обзор выбора способа печати и бумаги.	1	выборочный контроль
3.2.3	Создать макет плаката.	5	выборочный контроль
3.3.1	Подготовить обзор аналогов буклетов.	1	выборочный контроль
3.3.2	Подготовить подборку вариантов технологии печати.	1	выборочный контроль
3.3.3	Подготовить обоснование решения.	1	выборочный контроль
3.3.4	Подготовить анализ эскизов буклетов.	1	выборочный контроль

3.3.5	Выполнить компоновку текста буклета.	1	выборочный контроль
3.3.6	Создать иллюстрации для буклета.	1	выборочный контроль
3.3.7	Выполнить компоновку макета.	1	выборочный контроль
3.3.8	Создать обложку.	1	выборочный контроль
3.3.9	Создать разворот.	1	выборочный контроль
4.1.1	Подготовить обзор аналогов упаковки.	1	выборочный контроль
4.1.2	Конструировать и подобрать технологию.	1	выборочный контроль
4.1.4	Создать развертку.	1	выборочный контроль
4.1.5	Создать графические элементы.	1	выборочный контроль
4.1.6	Создать упаковочную коробку.	1	выборочный контроль
4.2.1	Подготовить ситуационный план и функциональное зонирование рекламы.	1	выборочный контроль
4.2.2	Подготовить цветное решение фасада.	1	выборочный контроль
4.2.3	Создать вывеску.	1	выборочный контроль
4.2.4	Выполнить компоновку элементов наружной рекламы.	1	выборочный контроль
4.2.5	Подготовить обзор аналогов витрин.	1	выборочный контроль
4.2.6	Создать проект витрин.	1	выборочный контроль
4.2.7	Создать композицию комплексного решения.	1	выборочный контроль
5.1.1	Подготовить обзор аналогов нестандартных рекламных установок.	1	выборочный контроль
5.1.2	Выполнить функциональное зонирование.	1	выборочный контроль
5.1.3	Разработать проект входной группы.	1	выборочный контроль
5.1.5	Выполнить расчет экономических показателей.	1	выборочный контроль
5.1.7	Создать макет нестандартной рекламной установки.	1	выборочный контроль
5.2.1	Выполнить обзор аналогов экспозиционной рекламы.	1	выборочный контроль
5.2.4	Выполнить компоновку дизайн сценария.	1	выборочный контроль
5.2.5	Разработать проект концепции экспозиции.	1	выборочный контроль
5.2.6	Разработать комплексное решение экспозиции.	1	выборочный контроль

			контроль
5.2.7	Разработать проект и подобрать материалы.	1	выборочный контроль
5.2.11	Обосновать дизайнерские решения.	1	выборочный контроль
5.2.13	Создать ортогональные проекции экспозиции.	1	выборочный контроль
5.2.14	Визуализировать перспективу.	1	выборочный контроль

6.2 Оценочные средства для промежуточной аттестации

Проверяемые компетенции ПК-2, ПК-6, ПК-7

Примерная тематика индивидуальных проектов:

1. Подготовить обзор аналогов рекламы.
2. Создать эскиз концепции фирменного стиля.
3. Подготовить обоснование дизайнерского решения фирменного стиля.
4. Подготовить обзор выбора способа печати.
5. Подготовить обоснование дизайнерского решения полиграфической продукции.
6. Разработать сувенирную продукцию.
7. Подготовить обоснование дизайнерского решения сувенирной продукции.
8. Подготовить обоснование дизайнерского решения наружной рекламы.

В МХПИИ применяется рейтинговая система оценки по дисциплине.

Количество баллов по дисциплине история распределяется следующим образом

Работа в аудитории (посещение семинаров, подготовка к семинарам, участие в работе)	до 47 баллов
Разработка мультимедийной презентации	до 40 баллов
ответ на экзамене	до 13 баллов

Полученная оценка в 100 балльной системе переводится по следующей схеме.

0-60	неудовлетворительно
61-69	удовлетворительно
70-84	хорошо
85-100	отлично

Студент, получивший 61 балл и более, признаётся освоившим дисциплину «Рекламно-графический комплекс» в объёме 10 зачётных единиц.

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература

1. ДИЗАЙН РЕКЛАМЫ: Учебное пособие. – Ростов – на – Дону: Феникс, 2014

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438395>

7.2. Дополнительная литература

2. РУДЕР Э. Типографика.- М., 1982.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=110099>

7.3. Периодические издания

1. Environmental Design Research Association (EDRA) <http://www.edra.org>
2. Ежедневный электронный журнал о новостях в области архитектуры, дизайна, рекламы <http://www.etoday.ru>
3. Студия Артемия Лебедева <http://www.artlebedev.ru/>
4. Дизайнерский портал DeForum.ru. Новости дизайна <http://deforum.ru/>
5. Коллекция: мировая художественная культура. Российский образовательный портал <http://artclassic.edu.ru>
6. Профессиональный ресурс о промышленном дизайне в России <http://www.designet.ru>

7.4. Интернет-ресурсы

1. Университетская библиотека онлайн <https://biblioclub.ru>
2. Graphic Design. Photography. Illustration <http://designcollector.net/>
3. The International Council of Societies of Industrial Design (Icsid) is a non-profit organisation that protects and promotes the interests of the profession of industrial design <http://www.icsid.org/>
4. "Архиновости" - новости архитектуры и дизайна <http://www.arhinovosti.ru/>

7.5. Методические указания . Перечень отчетных работ.

№ тем ы	Тема и раздел	Вид и наименование работы
1.1	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации. Тема 1.1 Выразительные возможности шрифтового изображения.	Схема элементов букв. Основные элементы построения букв: кегль, базовая линия, интерлиньяж, апрош, гарнитура, трекинг, кернинг. Создание композиции из элементов букв.
1.1	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации. Тема 1.1 Выразительные возможности шрифтового изображения.	Композиция из элементов шрифтов. Основные элементы публикации и подбор шрифта.

1.1	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации. Тема 1.1 Выразительные возможности шрифтового изображения.	Композиция на единство. Закон единства в шрифтовой композиции, определить основные функции и структуры шрифтовой композиции.
1.1	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации. Тема 1.1 Выразительные возможности шрифтового изображения.	Композиция на соподчинение. Закон соподчинения в шрифтовой композиции шрифтовых структур по масштабности и по контрасту.
1.1	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации. Тема 1.1 Выразительные возможности шрифтового изображения.	Композиция на соразмерение. Закон соразмерения в шрифтовой композиции, простой и сложный ритм, гармоничное пропорционирование.
1.1	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации Тема 1.1 Выразительные возможности шрифтового изображения.	Композиция на видоизменение. Закон видоизменения в шрифтовой композиции, создание пластических структур и тональных растяжек с помощью градиентных заливок.
1.1	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации. Тема 1.1 Выразительные возможности шрифтового изображения.	Композиция на равновесие. Закон равновесия в шрифтовой композиции, принципы симметричности и асимметричности, особенности тектоники.
1.2	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации. Тема 1.2 Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика.	Эскиз. Компоновка элементов шрифтов в определенном стиле.
1.2	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации. Тема 1.2 Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика.	Материал для печатных документов.
1.2	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации. Тема 1.2 Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика.	Эскиз модульной сетки с иллюстрациями и текстом.
1.2	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации. Тема 1.2 Электронные версии	Эскиз концепции идентификационных документов.

	шрифтовых гарнитур. Типографика.	
1.2	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации Тема 1.2 Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика.	Эскиз концепции информационных документов.
1.2	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации. Тема 1.2 Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика.	Эскиз концепции рекламных документов.
1.3	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации. Тема 1.3 Шрифтовой рекламный плакат.	Эскиз шрифтового плаката.
1.3	Раздел 1. Шрифт как средство коммуникации Тема 1.3 Шрифтовой рекламный плакат.	Рекламный текст шрифтового плаката.
2.1	Раздел 2. Формирование корпоративного стиля. Тема 2.1 Комплексная разработка корпоративного (фирменного) стиля. Проект концепция.	Анализ аналогов (корпоративного (фирменного) стиля).
2.1	Раздел 2. Формирование корпоративного стиля Тема 2.1 Комплексная разработка корпоративного (фирменного) стиля. Проект концепция.	Номенклатура комплекса носителей фирменного стиля.
2.1	Раздел 2. Формирование корпоративного стиля Тема 2.1 Комплексная разработка корпоративного (фирменного) стиля. Проект концепция.	Эскиз макета комплексного проекта–концепции корпоративного фирменного стиля. Оформление брифа и творческой платформы.
2.3	Раздел 2. Формирование корпоративного стиля. Тема 2.3 Составляющие и функциональные носители	Эскиз макета комплексного проекта системы идентификации корпоративного фирменного стиля.

	корпоративного (фирменного) стиля.	
2.3	Раздел 2. Формирование корпоративного стиля. Тема 2.3 Составляющие и функциональные носители корпоративного (фирменного) стиля.	Эскиз макета визуальных маркетинговых коммуникаций.
2.3	Раздел 2. Формирование корпоративного стиля. Тема 2.3 Составляющие и функциональные носители корпоративного (фирменного) стиля.	Эскиз макета конструкции презентационного характера.
2.3	Раздел 2. Формирование корпоративного стиля. Тема 2.3 Составляющие и функциональные носители корпоративного (фирменного) стиля.	Эскиз макета специальных рекламных конструкций джумби, мобайлы, шелфтолкеры, воблеры и т.п.
2.3	Раздел 2. Формирование корпоративного стиля. Тема 2.3 Составляющие и функциональные носители корпоративного (фирменного) стиля.	Эскиз макета элементов выносной рекламы – напольные фигуры с высечкой.
2.3	Раздел 2. Формирование корпоративного стиля. Тема 2.3 Составляющие и функциональные носители корпоративного (фирменного) стиля.	Эскиз макета щитовых рекламных конструкций: магистральных щитов (билбордов), супербордов, суперсайтов, пилонов, склоллеров, призма тронов и т.п.
2.3	Раздел 2. Формирование корпоративного стиля. Тема 2.3 Составляющие и функциональные носители корпоративного (фирменного) стиля.	Эскиз макета наружных вывесок и витрин.
3.1	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.1 Информационно-графический комплекс и его направления.	Эскиз макета концептуального проекта.

3.1	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.1 Информационно-графический комплекс и его направления.	Композиция элементов проекта.
3.1	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.1 Информационно-графический комплекс и его направления.	Рекламный текст.
3.1	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.1 Информационно-графический комплекс и его направления.	Эскиз макета информационно-графического комплекса.
3.2	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама Тема 3.2 Виды печати и печатной продукции. Изобразительный рекламный плакат.	Анализ аналогов (плакатов).
3.2	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама Тема 3.2 Виды печати и печатной продукции. Изобразительный рекламный плакат.	Анализ и подбор технологий печати.
3.2	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.2 Виды печати и печатной продукции. Изобразительный рекламный плакат.	Обоснование дизайнерского решения.
3.2	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.2 Виды печати и печатной продукции. Изобразительный	Эскиз макета плаката (варианты).

	рекламный плакат.	
3.2	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.2 Виды печати и печатной продукции. Изобразительный рекламный плакат.	Подбор иллюстраций.
3.2	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.2 Виды печати и печатной продукции. Изобразительный рекламный плакат.	Рекламный текст изобразительного рекламного плаката.
3.3	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.3 Дизайн-проект рекламного буклета.	Анализ аналогов (буклетов).
3.3	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.3 Дизайн-проект рекламного буклета.	Анализ и подбор технологии печати.
3.3	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.3 Дизайн-проект рекламного буклета.	Обоснование дизайнерского решения.
3.3	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.3 Дизайн-проект рекламного буклета.	Анализ эскизов буклетов.
3.3	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.3 Дизайн-проект рекламного буклета.	Компоновка текста.
3.3	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.3 Дизайн-проект рекламного буклета.	Иллюстрации.
3.3	Раздел 3. Информационно-графический	Компоновка макета.

	комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.3 Дизайн-проект рекламного буклета.	
3.3	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.3 Дизайн-проект рекламного буклета.	Композиция обложки.
3.3	Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама. Тема 3.3 Дизайн-проект рекламного буклета.	Композиция разворота буклета.
4.1	Раздел 4. Реклама товарной продукции. Тема 4.1 Дизайн упаковки.	Анализ аналогов (упаковки).
4.1	Раздел 4. Реклама товарной продукции. Тема 4.1 Дизайн упаковки.	Технология создания упаковки.
4.1	Раздел 4. Реклама товарной продукции. Тема 4.1 Дизайн упаковки.	Эскиз конструкции упаковки.
4.1	Раздел 4. Реклама товарной продукции. Тема 4.1 Дизайн упаковки.	Эскиз развертки упаковки.
4.1	Раздел 4. Реклама товарной продукции Тема 4.1 Дизайн упаковки	Эскиз графических элементов упаковки.
4.1	Раздел 4. Реклама товарной продукции. Тема 4.1 Дизайн упаковки.	Эскиз упаковочной коробки.
4.2	Раздел 4. Реклама товарной продукции. Тема 4.2 Реклама торгового предприятия. Проект фасада (вывески, витрины).	Эскиз ситуационного плана и функциональное зонирование рекламы.
4.2	Раздел 4. Реклама товарной продукции. Тема 4.2 Реклама торгового предприятия. Проект фасада (вывески, витрины).	Подбор цветов для решения фасада.
4.2	Раздел 4. Реклама товарной продукции.	Эскиз вывески.

	Тема 4.2 Реклама торгового предприятия. Проект фасада (вывески, витрины).	
4.2	Раздел 4. Реклама товарной продукции. Тема 4.2 Реклама торгового предприятия. Проект фасада (вывески, витрины).	Композиция элементов наружной рекламы.
4.2	Раздел 4. Реклама товарной продукции Тема 4.2 Реклама торгового предприятия. Проект фасада (вывески, витрины).	Анализ аналогов витрин.
4.2	Раздел 4. Реклама товарной продукции. Тема 4.2 Реклама торгового предприятия. Проект фасада (вывески, витрины).	Эскиз витринных конструкций.
4.2	Раздел 4. Реклама товарной продукции. Тема 4.2 Реклама торгового предприятия. Проект фасада (вывески, витрины.)	Композиция комплексного решения.
5.1	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.1. Дизайн – проектирование наружной рекламы.	Анализ аналогов нестандартных рекламных установок.
5.1	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.1. Дизайн – проектирование наружной рекламы.	Эскиз функционального зонирования на ситуационном плане.
5.1	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.1. Дизайн – проектирование наружной рекламы.	Эскиз входной группы.
5.1	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.1. Дизайн – проектирование	Расчет экономических показателей.

	наружной рекламы.	
5.1	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.1. Дизайн – проектирование наружной рекламы.	Эскиз макета нестандартной рекламной установки.
5.2	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.2. Экспозиционная реклама.	Анализ аналогов экспозиций рекламы.
5.2	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.2. Экспозиционная реклама.	Композиция дизайн – сценария.
5.2	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.2. Экспозиционная реклама.	Разработка проекта-концепции экспозиции.
5.2	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.2. Экспозиционная реклама.	Эскиз проекта-концепции экспозиции.
5.2	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.2. Экспозиционная реклама.	Подбор технологии и материалов.
5.2	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.2. Экспозиционная реклама.	Обоснования дизайнерского решения.
5.2	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.2. Экспозиционная реклама.	Эскиз необходимых ортогональных проекций.
5.2	Раздел 5. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Тема 5.2. Экспозиционная реклама.	Эскиз перспективы.

7.7. Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий

Для обеспечения информационно-коммуникативных технологий используется ЭИОС МХПИ, включая сервис электронной почты.

8. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ РП ДИСЦИПЛИНЫ «Рекламно-графический комплекс» 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

Для изучения дисциплины необходима аудитория для семинарских занятий, оборудованная компьютером и проектором, позволяющими осуществлять демонстрацию файлов в форматах doc, docx, ppt, pptx, pdf, odt, xsl, xsls, ods, cdr, pln, tnx и имеющим подключение к ЭИОС МХПИ и Интернет. И оборудованными столами для выполнения чертежей, макетов и эскизов. На занятиях студентам необходимо иметь такие материалы и инструменты для выполнения учебных заданий: бумага акварельная; тушь; краски акварельные, гуашевые; кисти беличьи, колонковые, щетинные; карандаши; циркуль; линейки.