

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»

Кафедра графического дизайна

УТВЕРЖДАЮ

И.о. Декана факультета изобразительного и
декоративно-прикладного искусства

И.Н. Цой

28.08.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Уровень высшего образования – магистратура

Направление подготовки – 54.04.01 Дизайн

Профиль - Графический дизайн

Форма обучения- очная

Год набора -2024

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО 54.04.01 Дизайн, профиль Графический дизайн, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13.08.2020 г. № 1004.

Программу разработала О.А. Толочнова, доцент кафедры графического дизайна

Рассмотрено на заседании кафедры графического дизайна
факультета изобразительного и декоративно-прикладного искусства Академии Матусовского

Протокол № 1 от 28.08.2024 г.

Зав. кафедрой

О.А. Толочнова

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Проектирование в графическом дизайне» является вариативной частью дисциплин ООП ГОС ВО (уровень магистр) и адресована студентам 1, 2 курса (I, II, III, IV семестра) направление подготовки 54.04.01 Дизайн, Дизайн профиль «Графический дизайн» ФГБОУ ВО «Луганская государственная академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой графического дизайна.

Содержание дисциплины имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с широким спектром дисциплин художественно-проектных направлений. Содержание дисциплины «Проектирование в графическом дизайне» призвано углубить знания, изучив различные виды проектной деятельности и способы их исполнения, способствовать формированию и развитию семантического и композиционного мышления. Основная цель дисциплины: показать единство теории и практики при изучении курса, понимать роль и место дисциплины в будущей профессии и связь с другими дисциплинами; привить у студентов понимание социальной значимости деятельности дизайнера графика, ответственное отношение к объекту и предмету профессиональной деятельности; раскрыть традиционные и современные виды проектирования различных объектов использованием современных методов и приемов художественно-графического оформления для эффективной подачи объекта.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

- устная (устный опрос, защита графических работ, просмотр выполненных заданий в графических редакторах и т. п.);
- просмотр творческих работ, выполненных в материале.

Итоговый контроль в форме экзамена.

Программой предусмотрено изучение дисциплины «Проектирование в графическом дизайне» с 1-го по 4-й семестр в объеме 15 зачетных единиц (540 часов), в том числе 210 часов аудиторных занятий, 231 час – самостоятельной работы, 99 часов – контроль самостоятельной работы. Завершается изучение дисциплины экзаменом в I, II, III, IV семестре.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Цель освоения дисциплины – всестороннее развитие студента-дизайнера, владеющего теоретическими знаниями и практическими навыками, творчески мыслящего, постоянно развивающего и совершенствующего свой творческий потенциал, что позволит ему разрабатывать на высоком профессиональном уровне оригинальные, принципиально новые по художественному решению объекты графического дизайна, овладения теоретическими и практическими знаниями в области истории, морфологии и эстетики проектирования, учитывая его тесную связь с искусством графики, сформировать компетенции обучающегося в области разработки цифрового портфолио.

2.2. Задачи дисциплины – ознакомление с базовыми терминами и понятиями графического дизайна; изучение современных методов и тенденций проектной деятельности в области графического дизайна и визуальной коммуникации; ознакомление с основными этапами проектирования объектов рекламной и печатной продукции; обретение навыков разработки и подачи проектов; обретение навыков практической реализации проектной идеи в виде дизайн-образца графического изделия; изучение методики проектирования фирменного стиля; изучение истории фирменного стиля, знакомство с основными понятиями фирменного стиля

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Проектирование в графическом дизайне» относится к обязательной части по профилю. Данному курсу должно сопутствовать изучение дисциплин «Технологии мультимедиа», «Реклама и визуальные коммуникации в дизайне», «Семантика в изобразительном искусстве».

В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами такими как «Фотографика». Использование междисциплинарных связей обеспечивает преемственность изучения материала, исключает дублирование и позволяет рационально распределять время.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ГОС ВО направления 54.04.01 Дизайн, профиль Графический дизайн.

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-2	Способен разрабатывать и согласовывать с заказчиком проектное задание на создание систем визуальной информации, рекламы и полиграфии
	Знать: современные технологии, требуемые при реализации дизайнерского проекта графического дизайна на практике; принципы работы с современным системным программным обеспечением для автоматизации процессов дизайнерского проектирования, моделирования объектов графического дизайна и прочей проектной документации; Уметь: составлять пояснительную записку к дизайн-проекту с предпроектным анализом проблемной ситуации и с обоснованием концептуальных подходов к разработке дизайн-проекта; согласовывать с заказчиком проектное задание Владеть: Владеть: технологией разработки и согласования проектного задания
ПК-3	Способен визуализировать образы проектируемых систем графического дизайна с помощью художественно-выразительных средств
	Знать: использование новых информационных технологий для поиска наиболее рациональных вариантов компоновочных и композиционных решений. Основные компьютерные программы; технологии изготовления полиграфической продукции; основные принципы продвижения творческого продукта на рынке услуг. Уметь: осуществлять процесс проектирования с помощью компьютерных технологий; компьютерное проектирование с учетом использования новейших методов. Владеть: методами использования новых информационных технологий; приемами художественно-технического редактирования, компьютерного проектирования; профессиональными навыками эксплуатации современного оборудования и приборов; навыками мультимедийных технологий (веб-дизайн, флеш, анимация и др.)

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов			
	Очная форма			
	Всего	в том числе		
		п	с. р.	Контр.
1	2	3	4	7
РАЗДЕЛ I. РАЗРАБОТКА ЦИФРОВОГО ПОРТФОЛИО (I СЕМЕСТР)				
1. Методика разработки цифрового портфолио и его интернет публикации	6	2	4	
2. Анализ конкурентной среды в сфере подготовки профессионального цифрового портфолио.	6	2	4	
3. Креативные и инновационные портфолио ведущих графических дизайнеров. Портфолио современных графических дизайнеров, работающих в сферах: комплексов ID, шрифтового дизайна, типографики и станковых видов графики.	6	2	4	
4. Подбор и комплектование базовых составов работ цифрового портфолио.	6	2	4	
5. Анализ, отбор и редакция собственных работ, для последующего использования в составлении портфолио по направлениям графического дизайна. Тематические работы для портфолио	8	2	4	2
6. Основные авторские компетенции в сфере графического дизайна. Правила составления портфолио в соответствии с профессиональными компетенциями.	8	2	4	2
7. Представление авторских компетенций через состав собственных работ цифрового портфолио.	8	2	4	2
8. Анализ требований работодателя и выстраивание обратной связи с помощью портфолио.	8	2	4	2
9. Особенности работы со шрифтами, цветом и типографикой при создании модуля цифрового портфолио.	8	2	4	2
10. Рубрикация, разделы и особенности формирования интерфейса для создания цифрового портфолио. Модуль цифрового портфолио для медиа среды.	8	2	4	2
11. Изучение актуальных медийных платформ для размещения портфолио. Особенности размещения цифрового портфолио на различных медиаплатформах.	8	2	4	2

12. Создание универсального модуля портфолио для полиграфии, цифровой презентации в сети интернет и для медиа среды.	8	2	4	2
13. Создание собственного цифрового портфолио	18	4	12	2
14. Презентация собственного цифрового портфолио.	2	2		
Всего по I разделу	108	30	60	18
РАЗДЕЛ II. СОЗДАНИЕ МАКЕТА НАСТОЛЬНОЙ ИГРЫ (II СЕМЕСТР)				
1. Настольная игра: сущность понятия. История возникновения и формирования настольных игр.		2		
2. Основы игрового дизайна: сущность понятия. Классификация видов настольных игр.		2		2
3. Тенденции индустрии настольных игр.		2		2
4. Анализ исходных данных проекта. Предпроектные исследования.		4	4	2
5. Описание и обоснование проектного предложения.		4	6	2
6. Концептуальные предложения для разработки настольной игры на заданную тему.		6	6	2
7. Поиск дизайн концепции. Разработка дизайн-концепции и художественного оформления настольной игры.		18	6	2
8. Разработка дизайн-макетов элементов настольной игры.		30	12	2
9. Разработка дизайн-макетов постов для групп в социальных сетях.		6	6	2
10. Разработка дизайн-макетов мерчендайза по настольной игре.		6	6	2
Всего по II разделу	144	80	46	18
РАЗДЕЛ III. АЙДЕНТИКА. РАЗРАБОТКА ЭЛЕМЕНТОВ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ (III СЕМЕСТР).				
11. Понятие айдентики. Этапы, элементы, виды, основные правила разработки айдентики бренда.	6	4		2
12. Мерч как стиль жизни: как и для чего создают брендированную продукцию.	6	4		2
13. Основы проектирования фирменного стиля и бренда учреждения.	6	4		2
14. Анализ содержания бренда. Предпроектные исследования.	12	6	4	2
15. Разработка брифа для создания фирменного стиля.	12	6	4	2
16. Формирования состава фирменного стиля и элементов айдентики	13	6	4	3
17. Поиск дизайн концепции. Разработка	18	10	4	4

дизайн-концепции фирменного стиля и элементов айдентики.				
18. Разработка дизайн – проекта фирменного стиля учреждения и элементов айдентики.	27	16	5	6
19. Сведение всех разработок проекта в единую графическую подачу.	8	4		4
Всего по III разделу	108	60	21	27
РАЗДЕЛ IV. РАЗРАБОТКА РУКОВОДСТВА ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ (БРЕНД БУКА) (IV СЕМЕСТР)				
20. Руководство по использованию фирменного стиля (далее брендбук). Задачи и принципы создания руководства к фирменному стилю.	10	4	4	2
21. Структура и объем брендбука. система применения.	10	4	4	2
22. Обзор бренда, тональность и подача, ключевые графические элементы и примеры использования.	32	6	20	6
23. Описание концепции – основное визуальное отображение бренда.	32	6	20	6
24. Фирменные элементы графики организации: логотип, цветовая гамма, типографика, макеты и сетки, фотографии.	32	6	20	6
25. Примеры использования графики на разработанных продуктах для учреждения.	32	6	20	6
26. Создание обложки брендбука на основании общей стилистики.	14	4	6	4
27. Презентации брендбука в различных цифровых форматах, предназначенных для печати, а также для публикации в сети интернет и для медиа среды.	14	4	6	4
Всего по IV разделу	180	40	104	36

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (практических занятий)

РАЗДЕЛ I. РАЗРАБОТКА ЦИФРОВОГО ПОРТФОЛИО (I СЕМЕСТР)

Тема 1. Методика разработки цифрового портфолио и его интернет публикации. Анализ конкурентной среды в сфере подготовки профессионального цифрового портфолио. Креативные и инновационные портфолио ведущих графических дизайнеров. Портфолио современных графических дизайнеров, работающих в сферах: комплексов ID, шрифтового дизайна, типографики и станковых видов графики.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подготовиться к дискуссии по теме.

Тема 2. Подбор и комплектование базовых составов работ цифрового портфолио. Анализ, отбор и редакция собственных работ, для последующего использования в составлении портфолио по направлениям графического дизайна. Тематические работы для портфолио.

Выполнить: анализ, отбор и редакция собственных работ, для последующего использования в составлении портфолио по направлениям графического дизайна. Подготовиться к дискуссии по теме.

Тема 3. Основные авторские компетенции в сфере графического дизайна. Правила составления портфолио в соответствии с профессиональными компетенциями. Анализ требований работодателя и выстраивание обратной связи с помощью портфолио. Представление авторских компетенций через состав работ цифрового портфолио.

Выполнить: анализ требований работодателя и выстраивание обратной связи с помощью портфолио. Представление авторских компетенций через состав работ цифрового портфолио.

Тема 4. Составление и разработка интерфейсов представления цифрового портфолио для различных медиа платформ. Особенности работы со шрифтами, цветом и типографикой при создании модуля цифрового портфолио.

Выполнить: отбор собственных работ для портфолио по основным направлениям графического дизайна.

Тема 5. Рубрикация, разделы и особенности формирования интерфейса для создания цифрового портфолио.

Выполнить: модуль цифрового портфолио для медиа среды.

Тема 6. Особенности размещения цифрового портфолио на различных медиаплатформах.

Выполнить: изучение актуальных медийных платформ для размещения портфолио

Тема 7. Создание универсального модуля портфолио для полиграфии, цифровой презентации в сети интернет и для медиа среды.

Выполнить:

Создание универсального модуля портфолио для полиграфии.

Тема 8. Создание собственного цифрового портфолио. Презентация собственного цифрового портфолио.

Выполнить: создание собственного цифрового портфолио. Презентация собственного цифрового портфолио.

РАЗДЕЛ II. СОЗДАНИЕ МАКЕТА НАСТОЛЬНОЙ ИГРЫ (II СЕМЕСТР)

Тема 1. Настольная игра: сущность понятия. История возникновения и формирования настольных игр.

Цель занятия - познакомить студентов с понятием настольных игр, их историей, эволюцией и культурным значением. Развить понимание того, как настольные игры отражают социальные и культурные тенденции, и как они могут быть использованы в современном дизайне и рекламе.

Выполнить:

1. Изучить основные типы и классификации настольных игр.
2. Проследить историю возникновения и развития настольных игр в разных культурах.
3. Проанализировать примеры настольных игр с точки зрения их дизайна, механики и визуальной эстетики.
4. Обсудить, как элементы настольных игр могут быть адаптированы для современных медиа и маркетинговых стратегий.

Студенты делятся на группы и получают задание разработать концепцию настольной игры, основанной на определенной исторической эпохе или культурном контексте.

Презентация идей и обсуждение в группе.

Тема 2. Основы игрового дизайна: сущность понятия. Классификация видов настольных игр.

Цель занятия - познакомить студентов с основами игрового дизайна, его принципами и классификацией настольных игр. Развить понимание ключевых элементов, которые определяют успех настольной игры, и их влияние на дизайн.

Выполнить:

1. Проанализировать, как элементы игрового дизайна применяются в создании настольных игр.

Студенты делятся на группы и разрабатывают концепцию настольной игры на основе изученных принципов и классификации. Обсуждение концепций внутри группы, выделение ключевых особенностей игры.

Тема 3. Тенденции графического оформления индустрии настольных игр.

Цель занятия - познакомить студентов с современными тенденциями в графическом оформлении настольных игр, проанализировать ключевые элементы дизайна и их влияние на восприятие игры. Стимулировать студентов к исследованию актуальных стилей и подходов в графическом дизайне для создания уникальных и привлекательных игровых продуктов.

Выполнить:

1. Изучить текущие тенденции в графическом оформлении настольных игр.
2. Рассмотреть влияние графического дизайна на привлекательность и успех настольной игры на рынке.
3. Провести анализ визуальных решений в популярных настольных играх.
4. Разработать и представить концепцию графического оформления для собственной игры с учетом современных трендов.

Студенты получают задание разработать концепцию графического оформления для настольной игры на основе одного из изученных трендов. Работа в группах: выбор темы, стиля и визуальных элементов для оформления.

Тема 4. Анализ исходных данных проекта. Предпроектные исследования.

Цель занятия - научить студентов самостоятельно выбирать и обосновывать тему для разработки настольной игры, а также проводить предпроектные исследования и анализ исходных данных, необходимых для успешной реализации проекта.

Выполнить:

1. Развить навыки проведения предпроектных исследований, необходимых для создания качественного и востребованного продукта.
2. Сформировать у студентов понимание важности системного подхода к начальным этапам разработки игры.

Студенты получают задание выбрать тему для своей настольной игры. Обсуждение выбранных тем в парах или малых группах с целью выявления сильных и слабых сторон предложенных идей.

Тема 5. Составить описание и обоснование графического оформления выбранной настольной игры.

Цель занятия - научить студентов разрабатывать и обосновывать концепцию графического оформления настольной игры, исходя из её темы, механики и целевой аудитории. Развить навыки визуального проектирования и анализа элементов дизайна, которые влияют на восприятие и привлекательность игры.

Выполнить:

1. Анализ между графическим оформлением и общей концепцией игры.
2. Развить навыки визуальной коммуникации и обоснования дизайнерских решений.
3. Создание визуальных элементов игры.

Студенты анализируют выбранную тему и механику своей настольной игры, определяя ключевые визуальные элементы, которые должны быть отражены в оформлении. Создание эскизов и первичных идей для оформления (коробки, игрового поля, карточек и других компонентов).

Тема 6. Концептуальные предложения для разработки настольной игры на заданную тему.

Цель занятия - развить у студентов способность генерировать и обосновывать концептуальные идеи для разработки настольной игры на заданную тему, учитывая её целевую аудиторию, механику, и визуальный стиль.

Выполнить:

1. Сформулировать ключевые элементы игры: сюжет, механики, визуальные решения.
2. Эскизное представление визуальных решений, которые поддерживают выбранную концепцию.

Студенты индивидуально или в группах проводят мозговой штурм, разрабатывая несколько концептуальных предложений на заданную тему. Определение ключевых элементов концепции: игровой механики, сюжета, персонажей, целевой аудитории.

Тема 7. Поиск дизайн концепции. Разработка дизайн-концепции и художественного оформления настольной игры.

Цель занятия - помочь студентам освоить процесс создания дизайн-концепции и художественного оформления настольной игры, от разработки идеи до визуального воплощения. Развить навыки проектирования, композиции и художественной выразительности, а также умение создавать целостный визуальный продукт.

Выполнить:

1. Ознакомиться с принципами художественного оформления, включая выбор стиля, цветовой палитры, типографики и иллюстраций.
2. Развить навыки визуальной коммуникации, композиции и гармоничного сочетания различных элементов дизайна.
3. Сформировать понимание важности художественного оформления для успешного восприятия игры целевой аудиторией.

Студенты индивидуально или в группах разрабатывают первичную дизайн-концепцию настольной игры. Определение общей идеи и тематики игры, выбор стиля (ретро,

минимализм, фантастика и т.д.). Формулирование ключевых элементов: игровой доски, карт, жетонов, коробки.

Тема 8. Разработка дизайн-макетов элементов настольной игры.

Цель занятия:

Освоить процесс создания дизайн-макетов ключевых элементов настольной игры, включая игровые карты, поле, фишки, и упаковку. Развить навыки проектирования и визуальной коммуникации, а также умение работать с макетами, подготавливая их к дальнейшему производству.

Выполнить:

1. Разработать дизайн-макеты основных элементов настольной игры с учётом концепции и целевой аудитории.
2. Ознакомиться с принципами работы над макетами, включая композицию, типографику, цветовую палитру и использование визуальных эффектов.
3. Развить навыки технического исполнения макетов для их дальнейшей печати и производства.
4. Сформировать понимание важности согласованности всех элементов игры в рамках единой дизайн-концепции.

Студенты определяют, какие элементы игры будут разрабатываться в виде макетов (игровое поле, карты, фишки, жетоны, коробка). Обсуждение концепции и стиля игры, выбор подходящей цветовой палитры, шрифтов, иллюстраций и других визуальных элементов.

Тема 9. Разработка дизайн-макетов постов для групп в социальных сетях.

Цель занятия:

Научить студентов создавать эффективные дизайн-макеты для постов в социальных сетях, учитывая требования платформ, целевую аудиторию и задачи продвижения. Развить навыки визуальной коммуникации, работы с текстом, изображениями и графическими элементами для создания привлекательного контента.

Выполнить:

1. Ознакомиться студентов с особенностями дизайна постов для различных социальных сетей (Instagram, Facebook, Twitter, ВКонтакте и т.д.).
2. Адаптировать визуальные элементы и тексты под форматы и требования платформ.
3. Развить навыки создания привлекательных и информативных постов, которые удерживают внимание аудитории.
4. Сформировать понимание важности брендинга и согласованности стиля постов в рамках единой концепции группы.

Студенты выбирают тему поста (акция, новость, анонс мероприятия и т.д.) и определяют его цель и целевую аудиторию. Разработка концепции поста: выбор стиля, цветовой палитры, шрифтов и визуальных элементов, соответствующих бренду группы. Студенты создают несколько дизайн-макетов для выбранной темы, адаптируя их под различные платформы (например, квадратные посты для Телеграмм, горизонтальные для ВКонтакте и т.д.). Работа над композицией, размещением текста и изображений, обеспечением визуальной иерархии. Проверка соответствия макетов техническим требованиям платформ (разрешение, размеры, формат).

Тема 10. Разработка дизайн-макетов мерчендайза по настольной игре.

Цель занятия - научить студентов создавать дизайн-макеты мерчендайза на основе визуальной концепции настольной игры. Развить навыки адаптации игровых элементов для различных типов продукции, таких как футболки, кружки, плакаты и другие сувениры, с учётом брендинга и целевой аудитории.

Выполнить:

1. Ознакомиться с принципами разработки мерчендайза, основанного на визуальной идентичности настольной игры.
2. Научиться адаптировать элементы игрового дизайна для различных типов продукции.

3. Развить навыки создания оригинального и привлекательного мерчендайза, который будет интересен целевой аудитории.
4. Сформировать понимание важности целостности брендинга при разработке сопутствующих товаров.

Студенты создают дизайн-макеты для выбранных типов продукции, используя графические редакторы. Работа над композицией и размещением элементов дизайна на различных поверхностях, обеспечение визуальной привлекательности и читаемости. Адаптация дизайна под технические требования для печати на различных материалах. Студенты представляют свои дизайн-макеты мерчендайза, объясняя свои дизайнерские решения и их связь с настольной игрой. Групповое обсуждение макетов: анализ их визуальной привлекательности, соответствия бренду игры и целевой аудитории. Обратная связь и предложения по доработке макетов. Подведение итоговой аттестации.

РАЗДЕЛ III. РАЗРАБОТКА АЙДЕНТИКИ И ЭЛЕМЕНТОВ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ПО ЕГО ПРОДВИЖЕНИЮ (III СЕМЕСТР)

Тема 1. Понятие айдентики. Этапы, элементы, виды, основные правила разработки айдентики бренда.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Изучить аналоги по данной теме. Подобрать 10-12 референсов.

Тема 2. Мерч как стиль жизни: как и для чего создают брендированную продукцию.

Выполнить:

1. Провести анализ успешных кейсов брендированной продукции, выявив их основные характеристики.
2. Подготовить предложения по созданию мерча для бренда (5-7 идей)

Тема 3. Анализ содержания бренда. Предпроектные исследования.

Выполнить: провести анализ и подобрать аналоги, используя бренд.

Тема 4. Разработка брифа для создания фирменного стиля.

Выполнить:

1. Составить бриф для создания фирменного стиля, включив ключевые элементы: цели проекта, аудитория, желаемая стилистика и сроки.
2. Провести презентацию брифа перед началом, обосновав предложенные

Тема 5. Формирования состава фирменного стиля и элементов айдентики

Выполнить:

1. Разработать список фирменного стиля для двух элементов (логотип, шрифты, цветовая палитра, узоры и бренды).
2. Создать эскизы (ручные или цифровые) ключевых элементов.

Тема 6. Поиск дизайн концепции. Разработка дизайн-концепции фирменного стиля и элементов айдентики.

Выполнить: подготовить три направления дизайна-концепции фирменного стиля, включая примеры

Тема 7. Разработка дизайн – проект фирменного стиля учреждения и элементов айдентики.

Выполнить:

1. Разработать комплексный дизайн-проект фирменного стиля, включая логотип, визитки, бланки и т.д.

Тема 8. Сведение всех разработок проекта в единую графическую подачу.

Выполнить:

Создать итоговый PDF-документ или презентацию, объединяющую все разработки проекта в единую стилистическую систему.

Провести защиту проекта.

РАЗДЕЛ IV. РАЗРАБОТКА БРЕНД БУКА (IV СЕМЕСТР)

Тема 1. Брендбук. Задачи и принципы создания руководства к фирменному стилю.

Выполнить:

1. Изучите образцы брендбуков известных брендов, выделив их основные задачи.
2. Подготовить список задач организации, для которой необходимо разработать брендбук.

Тема 2. Структура и объем брендбука. система применения.

Выполнить:

1. Составить примерную структуру брендбука, включить разделы для описания миссии, визуальные элементы и правила использования.
2. Описать, как элементы брендбука (логотип, цветовая палитра, типографика) будут применяться в различных форматах (документы, веб-дизайн, упаковка).

Тема 3. Раздел 1. Обзор бренда, тональность и подача, ключевые графические элементы и примеры использования.

Выполнить:

1. Создать текстовый блок для раздела "Обзор бренда"
2. Разработайте образцы ключевых графических элементов и покажите их использование на различных носителях (веб, печать).

Тема 4. Раздел 2. Описание концепции – основное визуальное отображение бренда.

Выполнить:

1. Подготовить визуальное представление концепции, включая описание выбранной марки цветовой палитры, шрифтов и стилистики.
2. Разработать шаблон страницы брендбука, где будет описана визуальная концепция бренда с примерами.

Тема 5. Раздел 3. Фирменные элементы графики организации: логотип, цветовая гамма, типографика, макеты и сетки, фотографии.

Выполнить: разработать страницы с фотомонтажем.

Тема 6. Раздел 4. Примеры использования графики на различных носителях фирменного стиля.

Выполнить: подготовить макеты, демонстрирующие использование графики на носителях фирменного стиля.

Тема 7. Создание обложки брендбука на основании общей стилистики.

Выполнить: подготовить макеты обложки в формате для печати (PDF с обрезными линиями) и цифровой публикации.

Тема 8. Презентации брендбука в различных цифровых форматах, предназначенных для печати, а также для публикации в сети интернет и для медиа среды.

Выполнить:

1. Подготовить две формы брендбука: для печати (PDF с высоким разрешением) и для широкого распространения (адаптированный интерактивный PDF или презентация).

2. Провести пробную презентацию брендбука, объяснив использование каждого раздела.

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Целью проведения самостоятельной работы является получение студентами теоретических знаний в области проектирования, композиции, а также практических навыков работы в прикладных графических программах векторной и растровой графики. Применение этих навыков при создании художественного образа от авторского эскиза до оригинал-макета, что является последним связующим звеном между художником и производством.

Самостоятельная работа студентов предназначена для внеаудиторной работы по закреплению теоретического курса и практических навыков дисциплины; по изучению дополнительных разделов дисциплины, подготовки к экзамену, а также включает:

- подготовку к проекту (подбор прототипов, разработка эскизов);
- утверждение графических решений и отработку стилистики;
- разработку проекта на заданную тему и в заданной форме представления;
- подготовка проекта к печати;
- пробная распечатка и печать в требуемой цветовой модели соответствующего формата.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПО ДИСЦИПЛИНЕ I СЕМЕСТР

Формой промежуточной аттестации является экзамен в 1-ом семестре для очной формы обучения. Экзамен проводится в форме ответов на вопросы теста и просмотра результатов практических работ. Просмотр представленных работ осуществляется в присутствии студентов или без их присутствия. Результаты просмотра являются составляющей общей оценки знаний обучающегося.

Творческое задание

Разработка цифрового портфолио

Тема: Мои учебные работы, творчество, достижения.

Техника исполнения: использовать векторный редактор или редактор для верстки.

Растровый редактор для фотоколлажей и постобработки фото.

Подготовка материалов презентации для публичной защиты графического проекта.

Публичная защита.

Тест для промежуточной аттестации

1. Что такое цифровое портфолио?
 - a) Инструмент для создания веб-сайтов
 - b) Коллекция лучших работ и проектов дизайнера, представленная в цифровом формате
 - c) Социальная сеть для дизайнеров
 - d) Онлайн-галерея для продажи артов
2. Какие элементы обычно входят в состав цифрового портфолио?
 - a) Контакты, резюме, проекты, личные фотографии
 - b) Резюме, проекты, личные достижения, контакты
 - c) Проекты, личные фотографии, контракты, ссылки на соцсети
 - d) Видео, музыка, текст, таблицы
3. Какой формат изображения лучше использовать для веб-версии цифрового портфолио?
 - a) BMP
 - b) TIFF
 - c) JPEG

- d) RAW
4. Какое разрешение изображений рекомендуется для отображения на экране в цифровом портфолио?
 - a) 72 ppi
 - b) 150 ppi
 - c) 300 ppi
 - d) 600 ppi
 5. Для чего необходима адаптивная верстка в цифровом портфолио?
 - a) Для увеличения скорости загрузки страниц
 - b) Для адаптации сайта под различные устройства и экраны
 - c) Для улучшения цветопередачи изображений
 - d) Для увеличения объема памяти сайта
 6. Какие принципы UX-дизайна важно учитывать при разработке цифрового портфолио?
 - a) Цветовая гармония, четкость текста, адаптивность
 - b) Прозрачность элементов, яркость изображений, насыщенность цветов
 - c) Прозрачность текста, громкость звука, наличие анимаций
 - d) Водяные знаки на изображениях, высокая контрастность, темный фон
 7. Какую роль играет SEO в продвижении цифрового портфолио?
 - a) Улучшает взаимодействие пользователя с интерфейсом
 - b) Ускоряет загрузку страниц на мобильных устройствах
 - c) Повышает видимость портфолио в поисковых системах
 - d) Защищает сайт от взлома
 8. Какие данные необходимо включить в мета-теги цифрового портфолио?
 - a) Название и дата создания веб-сайта
 - b) Ключевые слова, описание и название страницы
 - c) Адрес электронной почты и номер телефона
 - d) Ссылки на социальные сети и резюме
 9. Почему важно использовать протокол HTTPS для цифрового портфолио?
 - a) Для уменьшения времени загрузки страницы
 - b) Для улучшения качества изображений
 - c) Для обеспечения безопасности передачи данных
 - d) Для увеличения размера страниц
 10. Какой подход лучше использовать для организации навигации в цифровом портфолио?
 - a) Горизонтальную иконку навигации внизу страницы
 - b) Боковую панель с выпадающими меню
 - c) Простую иерархическую структуру с минимальным количеством уровней
 - d) Вертикальную навигацию с анимациями
- Вопросы, требующие развернутого ответа:
11. Опишите, как вы будете структурировать цифровое портфолио для максимального удобства пользователя. Обоснуйте свои решения.
 12. Рассмотрите возможности интеграции социальных сетей с вашим цифровым портфолио. Какие преимущества — это может дать и как лучше реализовать эту интеграцию?
 13. Какие технические и художественные аспекты следует учитывать при адаптации портфолио для мобильных устройств?
 14. Опишите процесс подготовки цифрового портфолио к публикации, включая этапы проверки и тестирования на различных устройствах.
 15. Что такое сетка (grid) в графическом дизайне?
 - a) Инструмент для создания иллюстраций
 - b) Система горизонтальных и вертикальных линий, используемых для упорядочивания элементов на странице
 - c) Цветовая палитра, используемая в дизайне
 - d) Инструмент для редактирования текста
 16. Какая роль отводится белому пространству (white space) в графическом оформлении портфолио?

- a) Заполняет пустые области, чтобы страница не выглядела пустой
 - b) Помогает выделить элементы и улучшить читаемость контента
 - c) Используется для создания фона
 - d) Заполняется текстом и изображениями
17. Какой формат изображения наиболее подходит для использования в веб-портфолио?
- a) TIFF
 - b) PNG
 - c) BMP
 - d) PDF
18. Для чего используется типографика в графическом оформлении портфолио?
- a) Для создания иконок
 - b) Для улучшения качества изображений
 - c) Для оформления текста и создания визуальной иерархии
 - d) Для создания анимаций
19. Какое значение имеет использование цвета в цифровом портфолио?
- a) Цвет служит только декоративной функцией
 - b) Цвет помогает передать эмоции, создать акценты и структурировать контент
 - c) Цвет используется для экономии места на странице
 - d) Цвет не играет важной роли в графическом оформлении
20. Какие принципы композиции важно учитывать при создании главной страницы цифрового портфолио?
- a) Симметрия, ритм, баланс, доминанта
 - b) Асимметрия, случайное размещение элементов, контраст
 - c) Случайное размещение элементов, отсутствие акцентов, нейтральные цвета
 - d) Асимметрия, хаотичное размещение элементов, неупорядоченные формы
21. Какие элементы необходимо учитывать при разработке пользовательского интерфейса (UI) цифрового портфолио?
- a) Цвета, типографика, иконки, изображения
 - b) Форматы файлов, объем текста, количество страниц
 - c) Плотность текста, количество изображений, анимации
 - d) Шрифты, количество кнопок, фоновая музыка
22. Какие основные ошибки можно допустить при графическом оформлении цифрового портфолио?
- a) Излишнее использование контраста, случайный выбор цвета и типографики
 - b) Избыточное использование белого пространства, отсутствие изображений
 - c) Четкое следование единому стилю, использование сетки
 - d) Продуманное размещение элементов, использование качественных изображений
23. Опишите, как вы можете использовать принципы типографики для улучшения восприятия информации в вашем цифровом портфолио. Укажите конкретные примеры.
24. Какие факторы необходимо учитывать при выборе цветовой палитры для цифрового портфолио? Приведите примеры того, как цвет влияет на восприятие вашего дизайна.

8.2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПО ДИСЦИПЛИНЕ II СЕМЕСТР

Творческое задание

Формой промежуточной аттестации является экзамен во 2-ом семестре для очной формы обучения. Экзамен проводится в форме просмотра результатов практических работ и ответов на вопросы теста для промежуточной аттестации. Просмотр представленных работ осуществляется в присутствии студентов или без их присутствия. Результаты просмотра являются основной составляющей общей оценки знаний обучающегося.

Создание макета настольной игры.

Пример творческого задания (тематика может меняться):

Разработка семейной настольной игры

Цель проекта: создание визуального оформления для семейной настольной игры, которая будет интересна игрокам всех возрастов, легко воспринимается и соответствует духу дружелюбного семейного времяпрепровождения.

Название игры: "Путешествие по Миру"

Описание игры: игра представляет собой увлекательное путешествие по разным уголкам мира. Игроки путешествуют по карте, собирая сувениры и выполняя задания, связанные с различными культурами и странами. Игра направлена на развитие знаний о географии и культурах разных народов, а также на сплочение семьи через совместное времяпрепровождение.

Основные задачи:

1. Разработка логотипа игры
2. Разработка иллюстраций для игрового поля
3. Разработка дизайна игровых карточек
4. Дизайн игровых фигурок и жетонов
5. Дизайн упаковки игры
6. Создание инструкции по игре
7. Разработка дизайн-концепции мерчендайза
8. Выполнить экспозицию экзаменационной работы на листе формата А2 в виде плаката.

Подготовка материалов презентации для публичной защиты графического проекта.

Публичная защита.

Тест для промежуточной аттестации

1. Что такое иллюстрация в настольной игре?
 - a) Случайное изображение на обложке
 - b) Визуальный элемент, поддерживающий тематику и атмосферу игры
 - c) Необязательная часть игрового поля
 - d) Элемент, используемый только для декора
2. Какое значение имеет выбор цветовой палитры для настольной игры?
 - a) Цвета используются только для украшения
 - b) Цвета помогают создать атмосферу и различать игровые элементы
 - c) Цвета не влияют на восприятие игры
 - d) Цвета нужны только для обложки
3. Какой формат (стандартной игровой карты) обычно используется для игровых карточек в настольных играх?
 - a) А4
 - b) 64x89 мм
 - c) 210x297 мм
 - d) 10x10 мм
4. Зачем в настольной игре используются иконки и пиктограммы?
 - a) Для экономии места
 - b) Для замены текста
 - c) Для улучшения эстетики и упрощения восприятия информации
 - d) Для усложнения дизайна
5. Что такое логотип настольной игры?
 - a) Описание правил игры
 - b) Графический символ, представляющий бренд и тему игры
 - c) Часть игрового поля
 - d) Название персонажа игры
6. Как влияет правильная типографика на восприятие правил настольной игры?
 - a) Облегчает чтение и восприятие правил
 - b) Типографика не имеет значения для правил

- c) Усложняет чтение и восприятие правил
 - d) Типографика важна только для заголовков
7. Какие аспекты необходимо учитывать при создании игрового поля для настольной игры?
- a) Размер и форма игрового поля, расположение элементов, визуальная структура
 - b) Только цветовое оформление
 - c) Размещение текста и изображений
 - d) Отсутствие визуальных элементов
8. Какой подход наиболее эффективен при разработке иллюстраций для тематических настольных игр?
- a) Использование высококачественных фотографий
 - b) Иллюстрации, поддерживающие тему игры и создающие визуальный нарратив
 - c) Минималистичный подход без иллюстраций
 - d) Использование только черно-белых изображений
9. Какие графические элементы важны для создания узнаваемого бренда настольной игры?
- a) Логотип, цветовая палитра, типографика, иконки
 - b) Только логотип и иконки
 - c) Формат игрового поля и цветовая палитра
 - d) Только типографика и логотип
10. Какие принципы важно учитывать при разработке графического оформления настольной игры, ориентированной на детей?
- a) Простота, яркие цвета, понятные иллюстрации и иконки, минимальный текст
 - b) Использование декоративных шрифтов и светлых оттенков
 - c) Много иллюстраций и много текста
 - d) Максимальная цветовая палитра и иконки
11. Какую основную роль играет упаковка настольной игры?
- a) Защита от повреждений
 - b) Используется только для транспортировки
 - c) Хранение инструкций
 - d) Рекламный элемент, который привлекает внимание и создает первое впечатление о игре
12. Какой формат упаковки чаще всего используется для настольных игр?
- a) Цилиндрический
 - b) Кубический или прямоугольный короб
 - c) Конусообразный
 - d) Плоский пакет
13. Для чего на упаковке настольной игры используется иллюстрация?
- a) Для заполнения пустого места
 - b) Для передачи основной темы игры и привлечения внимания потенциальных игроков
 - c) Для обозначения логотипа
 - d) Для разделения на секции
14. Какие графические элементы необходимо учитывать при создании упаковки для настольной игры, чтобы она выделялась на полке среди других игр?
- a) Логотип, цветовая палитра, иллюстрации, типографика, иконки
 - b) Только логотип и иконки
 - c) Только цветовая палитра и иллюстрации
 - d) Формат упаковки, текст, цветовая палитра
15. Какие принципы графического дизайна важно учитывать при создании мерчендайза для настольной игры?
- a) Соответствие стилю и теме игры, использование узнаваемых элементов и символов
 - b) Простота и использование узнаваемых символов
 - c) Размещение максимального количества информации по теме игры
 - d) Ориентация только на цветовое оформление и информационное наполнение

16. Как выбор материала для упаковки настольной игры может повлиять на восприятие бренда и общую привлекательность продукта?

- a) Материал не влияет на восприятие бренда
- b) Качественный материал может повысить восприятие игры как премиального продукта
- c) Любой материал подойдет, если он прочный

Вопросы, требующие развернутого ответа:

17. Опишите, как вы бы спроектировали упаковку и мерчендайз для настольной игры, чтобы они стали узнаваемыми и привлекли внимание целевой аудитории. Приведите примеры конкретных графических решений и объясните их выбор.

18. Опишите, как выбор типографики может повлиять на восприятие настроения и тематики настольной игры. Приведите примеры шрифтов, которые могут быть использованы для различных жанров игр.

19. Какие элементы графического оформления можно использовать для создания уникального визуального стиля настольной игры? Приведите примеры.

20. Как использование цвета может влиять на игровую динамику и взаимодействие игроков в настольной игре? Приведите примеры из известных игр.

8.3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПО ДИСЦИПЛИНЕ III СЕМЕСТР

Творческое задание

Формой промежуточной аттестации является экзамен в 3-м семестре для очной формы обучения.

Экзамен проводится в форме просмотра результатов практических работ и ответов на вопросы теста для промежуточной аттестации. Просмотр представленных работ осуществляется в присутствии студентов или без их присутствия. Результаты просмотра являются основной составляющей общей оценки знаний обучающегося.

Айдентика. Разработка элементов рекламной кампании.

1. Описание проекта: айдентика учебного заведения/художественного учреждения/мероприятия.

Миссия и ценности: краткое описание миссии и ценностей учреждения

Целевая аудитория: абитуриенты, студенты, преподаватели, партнеры и общественность.

2. Цели и задачи проекта: разработать уникальный и узнаваемый фирменный стиль, который будет отражать миссию и ценности учебного заведения/художественного учреждения/мероприятия, а также способствовать его положительному восприятию среди целевой аудитории.

Задачи: создание логотипа, который будет являться центральным элементом фирменного стиля. Разработка фирменной цветовой палитры, шрифтов и графических элементов. Определение правил использования всех элементов фирменного стиля на различных носителях.

4. Основные и дополнительные элементы фирменного стиля.

Подготовка материалов презентации для публичной защиты графического проекта с описанием концепции и ключевых решений.

Публичная защита.

Тест для промежуточной аттестации

1. Что такое айдентика?
 - a) Система графического дизайна для интерьеров
 - b) Визуальная идентификация бренда, включающая логотип, цветовую палитру, типографику и другие элементы
 - c) Метод проектирования веб-сайтов
 - d) Процесс разработки рекламы
2. Что является основным элементом айдентики?

- a) Логотип
 - b) Фотография
 - c) Музыкальное сопровождение
 - d) Интерьерное оформление
3. Какую роль играет цветовая палитра в фирменном стиле?
- a) Только декоративную
 - b) Формирует визуальную идентичность и ассоциации с брендом
 - c) Используется только в рекламных материалах
 - d) Служит исключительно для украшения логотипа
4. Что обычно включают в руководства по фирменному стилю (brandbook)?
- a) Правила использования логотипа, цветовой палитры, типографики и примеры применения
 - b) Историю компании
 - c) Контакты сотрудников
 - d) Личные фотографии дизайнеров
5. Для чего нужен фирменный стиль?
- a) Для создания уникального и узнаваемого образа компании
 - b) Для уменьшения затрат на рекламу
 - c) Для увеличения числа сотрудников
 - d) Для повышения цен на продукцию
6. Какие факторы следует учитывать при выборе шрифтов для фирменного стиля?
- a) Читаемость, соответствие стилю бренда, возможность применения в различных средах
 - b) Только модные тенденции
 - c) Стоимость использования шрифта
 - d) Лишь то, как шрифт выглядит в логотипе
7. Как связаны фирменный стиль и стратегия бренда?
- a) Фирменный стиль определяет всю стратегию бренда
 - b) Стратегия бренда не влияет на фирменный стиль
 - c) Фирменный стиль создается независимо от стратегии бренда
 - d) Фирменный стиль визуально отражает стратегию бренда, усиливая его ценности и уникальность
8. Как типографика может повлиять на восприятие бренда?
- a) Типографика создает настроение и передает характер бренда, влияя на то, как бренд воспринимается аудиторией
 - b) Типографика не имеет значения в айдентике
 - c) Шрифт должен быть только декоративным
 - d) Типографика влияет только на удобство чтения
9. Какую роль играют паттерны и графические элементы в фирменном стиле?
- a) Их роль заключается только в декоре веб-сайтов
 - b) Они используются только для украшения упаковки
 - c) Они поддерживают и усиливают визуальную идентичность бренда, делая его более узнаваемым
 - d) Паттерны и элементы не связаны с фирменным стилем
10. Почему важно учитывать культурные особенности при создании фирменного стиля для международного бренда?
- a) Культурные особенности влияют на восприятие символов, цветов и форм, что может усилить или ослабить бренд в различных странах
 - b) Культурные особенности не имеют значения
 - c) Фирменный стиль должен быть одинаковым для всех стран
 - d) Использование культурных особенностей допустимо только в рекламе
11. Какие ошибки могут снизить эффективность фирменного стиля?
- a) Несоответствие элементов айдентики между собой, использование сложных и нечитаемых шрифтов, отсутствие единства в применении стиля

- b) Использование ярких цветов
 - c) Применение однотипных изображений
 - d) Чрезмерное внимание к деталям
12. Что означает термин "визуальная идентификация"?
- a) Создание анимации для бренда
 - b) Комплекс визуальных элементов, которые делают бренд узнаваемым и уникальным
 - c) Выбор музыки для рекламных роликов
 - d) Разработка интерьера для офисов компании
13. Как взаимодействие различных элементов айдентики (логотип, цвет, шрифт) влияет на восприятие бренда?
- a) Гармоничное сочетание элементов создает цельный и запоминающийся образ бренда
 - b) Взаимодействие не имеет значения
 - c) Важен только логотип
 - d) Важен только цвет
14. Какие требования предъявляются к цветовой палитре фирменного стиля?
- a) Соответствие стилю бренда, психологическое влияние на аудиторию, возможность применения на различных носителях
 - b) Только соответствие текущим модным тенденциям
 - c) Максимальная яркость
 - d) Ограничение до двух цветов
15. Какие преимущества дает компаниям правильное использование айдентики?
- a) Только экономия на рекламных материалах
 - b) Повышение узнаваемости бренда, усиление доверия клиентов, формирование положительного имиджа
 - c) Увеличение числа сотрудников
 - d) Рост цен на продукцию

8.4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПО ДИСЦИПЛИНЕ IV СЕМЕСТР

Творческое задание

Формой промежуточной аттестации является экзамен в 3-м семестре для очной формы обучения.

Экзамен проводится в форме просмотра результатов практических работ и ответов на вопросы теста для промежуточной аттестации. Просмотр представленных работ осуществляется в присутствии студентов или без их присутствия. Результаты просмотра являются основной составляющей общей оценки знаний обучающегося.

Разработка руководства по использованию фирменного стиля (IV семестр)

1. Цель проекта: разработка детального руководства (брендбука) по использованию фирменного стиля компании, которое обеспечит единообразное и корректное применение всех элементов фирменного стиля на различных носителях.

2. Цели и задачи проекта: создать понятное и структурированное руководство, включающее все элементы фирменного стиля, правила их использования и примеры применения на различных носителях.

3. Задачи: детализировать правила использования логотипа, цветовой палитры, шрифтов и других графических элементов.

4. Разработать рекомендации по верстке, композиции, цветовым решениям и применению графики.

5. Разработать основные разделы руководства. Полный документ в формате PDF и исходные файлы в Adobe InDesign (или аналогичном ПО).

Визуальные примеры и макеты, включенные в руководство. Электронная версия документа, доступная для распространения.

Подготовка материалов презентации для публичной защиты графического проекта. Публичная защита.

Тест для промежуточной аттестации

1. Что такое брендбук?
 - a) Документ, содержащий рекомендации по использованию элементов фирменного стиля бренда
 - b) Список книг о брендинге
 - c) Годовой отчет компании
 - d) Рекламная брошюра
2. Какая основная цель брендбука?
 - a) Обеспечить единообразное использование фирменного стиля во всех материалах и коммуникациях
 - b) Привлечь инвесторов
 - c) Создать презентацию продукта
 - d) Увеличить продажи
3. Что включает в себя фирменный стиль?
 - a) Рекламные баннеры
 - b) Только логотип
 - c) Логотип, шрифты, цветовая палитра, правила использования элементов
 - d) Фотографии сотрудников
4. Зачем важно использовать сетку (grid) в верстке брендбука?
 - a) Для создания структурированного и гармоничного макета
 - b) Чтобы увеличить количество страниц
 - c) Для украшения
 - d) Чтобы усложнить процесс верстки
5. Какую роль играет цветовая палитра в брендбуке?
 - a) Не имеет значения
 - b) Используется только для оформления логотипа
 - c) Формирует визуальную идентичность бренда, поддерживает единый стиль в коммуникациях
 - d) Определяет размер текста
6. Какие элементы типографики нужно учитывать при создании брендбука?
 - a) Выбор шрифтов, их размеры, интервалы и принципы использования в различных медиумах
 - b) Только основной шрифт
 - c) Только цвет шрифта
 - d) Типографика не имеет значения
7. Почему важно соблюдать единообразие при верстке различных разделов брендбука?
 - a) Чтобы сделать документ более сложным
 - b) Для увеличения объема брендбука
 - c) Единообразие не обязательно
 - d) Для поддержания визуальной целостности и профессионального уровня документа
8. Какова роль визуальной иерархии в верстке брендбука?
 - a) Обеспечивает четкую организацию контента, помогая пользователям легко ориентироваться в документе
 - b) Только для заголовков
 - c) Иерархия не имеет значения
 - d) Используется только в рекламных материалах
9. Какие принципы верстки нужно учитывать при создании брендбука для цифровых носителей?
 - a) Определение размера файлов и удобство чтения на экране
 - b) Только для печатных материалов

- c) Адаптивность, удобство чтения на экране, оптимизация под различные устройства
- d) Верстка не имеет значения

10. Почему важно учитывать контекст использования элементов фирменного стиля при создании брендбука?

- a) Контекст определяет, как элементы будут восприниматься в различных средах и на разных носителях
- b) Контекст не имеет значения
- c) Элементы фирменного стиля используются только для печати
- d) Для экономии бюджета

11. Какой подход лучше использовать при создании цветовой палитры для брендбука, ориентированного на международные рынки?

- a) Цветовая палитра не имеет значения
- b) Использование только нейтральных цветов
- c) Применение модных цветов
- d) Учет культурных особенностей восприятия цветов в разных странах

12. Какие проблемы могут возникнуть при использовании слишком большого количества шрифтов в брендбуке?

- a) Потеря визуальной целостности и сложности в восприятии информации
- b) Создание более интересного дизайна
- c) Экономия пространства
- d) Использование большого количества шрифтов не имеет значительных недостатков

13. Почему важно тестировать брендбук на разных устройствах перед его публикацией?

- a) Для увеличения количества страниц и проверки читабельности
- b) Для проверки скорости загрузки
- c) Чтобы убедиться, что документ выглядит корректно и читабельно на всех платформах
- d) Тестирование не имеет значения

14. Как правильно организовать содержание брендбука?

- a) Составить логичную структуру, начиная с ключевых элементов бренда и заканчивая рекомендациями по использованию фирменного стиля.
- b) Поместить все элементы в произвольном порядке
- c) Сначала разместить информацию о компании
- d) Разместить только визуальные элементы

15. Какие аспекты верстки важны при создании брендбука для печати?

- a) Верстка не имеет значения
- b) Выбор подходящей цветовой модели (RGB), выбор шрифта, соблюдение полей
- c) Использование только одного цвета
- d) Выбор подходящей цветовой модели (CMYK), соблюдение полей, правильная подготовка файлов к печати

Вопросы, требующие развернутого ответа:

16. Опишите процесс создания брендбука для нового бренда. Какие шаги необходимо предпринять и какие ключевые элементы должны быть включены?

17. Как можно адаптировать существующий брендбук для цифровых и печатных носителей. Какие изменения и доработки могут потребоваться?

18. Объясните, как правильно сочетать текст и изображения в брендбуке, чтобы обеспечить гармоничное восприятие информации и визуальных элементов.

19. Опишите важность тестирования брендбука на разных носителях и устройствах. Какие методы тестирования вы бы порекомендовали использовать?

20. Обсудите, как выбор цветовой палитры и шрифтов в брендбуке влияет на восприятие бренда. Приведите примеры удачных и неудачных решений.

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Изучение дисциплины осуществляется студентами в ходе выполнения практических работ, а также посредством самостоятельной работы.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: практические занятия и самостоятельная работа студентов.

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины «Проектирование в графическом дизайне» используются Internet-ресурсы для расширения информационного поля и получения информации.

В процессе освоения дисциплины «Проектирование в графическом дизайне» применяются интерактивные формы образовательных технологий:

- обсуждение подготовленных студентами творческих заданий;
- групповые дискуссии по вопросам проектирования в графическом дизайне в современных экономических условиях.

В рамках изучения дисциплины также предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

10. КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ОЦЕНОЧНЫМ СРЕДСТВАМ

Шкала оценивания	Критерий оценивания
Теоретические вопросы для устного/письменного опроса	
5	Устный опрос/письменный опрос проявляет глубокие знания по курсу «Проектирование в графическом дизайне», демонстрирует важность теоретических знаний в его профессиональной подготовке; свободное владение терминологическим аппаратом обнаруживает способность использовать свои знания при выполнении различных практических (творческих) задач в графических редакторах. Грамотно, исчерпывающе и логично изложенные в устной или письменной форме ответы магистранта свидетельствуют об изучении им в полной мере основной и дополнительной рекомендованной литературы, проявлении творческого подхода в решении поставленных задач, отличного владения умениями и навыками при выполнении практических работ.
4	Ответы магистранта демонстрируют хорошие знания теоретического материала по вопросам, отражают его умение владеть терминологическим аппаратом, оперировать необходимыми понятиями и их определениями на аналитическом уровне; показывают достаточный уровень овладения методами научного познания, умением работать в графических редакторах. Устный ответ представлен на среднем уровне. В ответе магистрант в целом освещает рассматриваемую проблематику, приводит аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности. Ответ магистранта указывает на знание не в полном объеме материалов рекомендованной литературы, но выявляет творческий подход в решении поставленных задач, отражает хорошее владение умениями и навыками при выполнении практических работ.
3	Ответы магистранта показывают низкий уровень знаний. Ошибки в формулировках ответов, путаница с определениями понятийного аппарата, не четкое и не последовательное изложение материала констатируют поверхностное знание курса «Проектирование в графическом дизайне». Изложенный в ответах материал указывает на слабое владение умениями и навыками при работе со специальной и научной литературой, а также его неумение владеть терминологическим аппаратом. Ответы магистранта в области теории и истории геральдики и фалеристики проявляются на уровне репродуктивного воспроизведения. Анализ работ связанных с семантической практикой выявляет слабые умения и навыки в использовании знаний при решении

2	Устный /письменный опрос показывает неудовлетворительный уровень знаний студента. Допущенные ошибки в ответах студента при определении понятий, проявление поверхностных знаний по курсу, неумение работать в графических редакторах, существенные трудности в практическом применении знаний в конкретных ситуациях проявляют низкие знания магистрантом дисциплины базовой части учебного плана.
Критерии оценивания творческих заданий	
5	Все творческие задания выполнены в компьютерных программах на высоком профессиональном уровне. Предоставлены программные файлы и цифровые изображения заданий. Творческое задание демонстрирует умение студента креативно мыслить, его полное владение методикой дизайнерского проектирования с помощью компьютерных графических программ, а также оформлением и подготовкой к печати готового материала.
4	Все творческие задания выполнены в компьютерных программах на хорошем профессиональном уровне. Предоставлены программные файлы и цифровые изображения заданий. При выполнении творческих заданий, допущены незначительные ошибки и неточности. Творческое задание демонстрирует умение студента придумывать, проектировать объекты графического дизайна с помощью компьютерных графических программ, а также оформлять и подготавливать к печати творческие задания на хорошем уровне.
3	Творческие задания в компьютерных программах выполнены не в полном объеме на среднем профессиональном уровне. Предоставлены программные файлы и цифровые изображения заданий. Творческое задание демонстрирует слабое умение студента создавать объекты графического дизайна, низкое владение компьютерными графическими программами, неумение оформлять и подготавливать к печати творческие задания. В творческом задании допущены значительные ошибки.
2	Творческие задания в компьютерных программах выполнены не в полном объеме на низком профессиональном уровне. Допущены грубые ошибки. Предоставлены только программные файлы выполненных заданий. Студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями. Творческие задания не подготавливаются к печати и не распечатываются.

11. УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. [Грошев А. С. Информатика : учебник для вузов / А. С. Грошев. — Архангельск : Арханг. гос. техн. ун-т, 2010. — 470 с. : ил. — 978-5-261-00480-6. Лише ел. версія](#)
2. [Романова Ю. Д. Информатика и информационные технологии : конспект лекций / И. Г. Лисничая. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Эксмо, 2009. — 320 с. — 978-5-699-28003-2. Лише ел. версія](#)
3. [Джамса К. Эффективный самоучитель по креативному Web-дизайну. HTML, XHTML, CSS, JavaScript, PHP, ASP, ActiveX : Текст, графика, звук и анимация / Крис Джамса, Конрад Кинг, Энди Андерсон. — М. : ООО "ДиаСофтЮП", 2005. — 672 с. — 5-93772-128-4. Лише ел. версія](#)

4. [Кэмпбел М. Строим Web-сайты. Дизайн. HTML. CSS GARAGE. — М. : ТРИУМФ, 2006. — 480 с. : ил. — Garage. — 5-89392-134-8. Лише ел. версія](#)
5. [Мак-Дональд М. Создание Web-сайта : недостающее руководство. — 3-е изд. — СПб. : БХВ-Петербург, 2013. — 624 с. : ил. — 978-5-9775-0806-3. Лише ел. версія](#)
6. [Божко А. Н. Компьютерная графика : учеб. пособ. / А. Н. Божко, Д. М. Жук, В. Б. Маничев. — М. : МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2007. — 392 с. : ил. —](#)
7. [Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий / О. Яцюк. — СПб. : БХВ-Петербург, 2004. — 240 с. — 5-94157-411-8](#)
8. [Аббасов И. Б. Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS3 : учебн. пособие / И. Б. Аббасов. — М. : ДМК Пресс, 2008. — 224 с. : ил.:](#)
9. [Лесняк В. Графический дизайн \(основы профессии\) / В. Лесняк. — \[б. м.\] : Index Market, 2011. — \[415 с.\]. —](#)

Интернет-источники

10. Интернет-Университет информационных технологий (ИНТУИТ)-Национальный Открытый университет. Библиотека учебных курсов. WEB-программирование [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://old.intuit.ru/catalog/se/webprog/> , свободный.
11. ru/Ководство: графический и промышленный дизайн, проектирование интерфейсов, типографика, семиотика и визуализация/Студия Артемия Лебедева [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.artlebedev.ru/kovodstvo/> , свободный.
12. Анализ целевой аудитории сайта. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://www.uplab.ru/blog/how-to-perform-target-audience-check-list/>

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (оборудованный настольными компьютерами).

При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки, имеющего рабочие места для студентов, оснащенного компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет, и наглядных материалов кафедры графического дизайна Академии Матусовского. Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.