

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.04.06 Проектная графика

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль): Брендинг и мода

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения: очная

Институт: культуры, истории и права

Кафедра: дизайна, художественного образования и технологий

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	3		
Семестр/триместр	6		

Лекции	28		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	28		
в т. ч. практическая подготовка			
Формы промежуточной аттестации	Зачет		
Контроль			
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	52		

Всего часов: 108

Трудоемкость: 3 зачетных единицы.

Разработчики рабочей программы: доцент Соломенцева С.Б.

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: развитие у обучающихся способности выполнять поисковые эскизы элементов фирменного стиля изобразительными средствами и способами проектной графики; разрабатывать проектную идею брендинга, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании брендовых дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека; формирование способности проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, входящие в систему фирменного стиля, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики.

Задачи изучения дисциплины:

- изучить теоретические основы брендинга;
- исследовать правовую среду брендинга;
- изучить фирменный стиль как основу брендинга;
- научить разрабатывать визуальные компоненты носителей фирменного стиля.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках базовой (обязательной) части блока Б1. Дисциплины (модули).

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3	Знать: <ul style="list-style-type: none">– современные изобразительные средства и способы проектной графики;– принципы проектирования дизайн-объектов;– концептуальные подходы к решению дизайнерских задач;– утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления);	Знает: <ul style="list-style-type: none">– современные изобразительные средства и способы проектной графики;– принципы проектирования дизайн-объектов, входящих в состав фирменного стиля;– концептуальные подходы к решению дизайнерских задач, связанных с брендингом;– утилитарные и эстетические потребности человека (полиграфия, товары народного потребления);
	Уметь: <ul style="list-style-type: none">– выполнять поисковые эскизы изобразительными средствами и способами проектной графики;– разрабатывать проектную идею, основанную на	Умеет: <ul style="list-style-type: none">– выполнять поисковые эскизы элементов фирменного стиля изобразительными средствами и способами проектной графики;– разрабатывать проектную идею

	<p>концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи;</p> <ul style="list-style-type: none"> – синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления); 	<p>брендинга, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи;</p> <ul style="list-style-type: none"> – синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов брендинга, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (полиграфия, товары народного потребления);
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами разработки проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; – способностью выполнять поисковые эскизы изобразительными средствами и способами проектной графики. 	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – современными методами и средствами ведения научно-исследовательской работы в творческой деятельности в проектной графике; – способностью участвовать в научно-практических конференциях и представлять результаты творческой деятельности в сфере брендинга.
ОПК-4	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы и методы проектирования, моделирования и конструирования; – способы выполнения линейно-конструктивного построения; – правила выбора цветового решения композиции; – современную шрифтовую культуру; – способы проектной графики; 	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы и методы проектирования, моделирования и конструирования в проектной графике; – способы построения конструкции объектов графического дизайна; – правила выбора оптимального цветового решения; – современную шрифтовую культуру; – традиционные и компьютерные способы проектной графики;
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного 	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы, художественные предметно-пространственные комплексы, входящие в состав фирменного стиля; – использовать линейно-конструктивное построение,

	<p>дизайна;</p> <p>– использовать линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики;</p>	<p>цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и современные способы проектной графики;</p>
	<p>Владеть:</p> <p>– способностью проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции; художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики.</p>	<p>Владеет:</p> <p>– способностью проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции; художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий, используя цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и компьютерные способы проектной графики.</p>

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1	2	3	4	5	6	7
	Раздел 1. Теоретические основы брендинга.	12	4			8
1.	Тема 1. Сущность и основные понятия брендинга.	6	2			4
2.	Тема 2. Атрибуты бренда.	6	2			4
	Раздел 2. Правовая среда брендинга.	22	6	4		12
3.	Тема 3. Законодательство РФ в сфере брендинга.	8	2	2		4
4.	Тема 4. Регистрация товарных знаков в РФ.	8	2	2		4
5.	Тема 5. Фальсификация и правовая защита брендов.	6	2			4
	Раздел 3. Фирменный стиль как основа брендинга.	74	18	24		32
6.	Тема 6. История фирменного стиля.	10	4	2		4
7.	Тема 7. Этапы проектирования	8	2	2		4

	фирменного стиля.					
8.	Тема 8. Современная шрифтовая культура.	6	2	2		2
9.	Тема 9. Правила создания логотипов.	12	2	4		6
10.	Тема 10. Носители фирменного стиля.	26	6	10		10
11.	Тема 11. Реклама как способ социализации фирменного стиля.	12	2	4		6
	<i>Зачет</i>					
	<i>Итого за 6 семестр</i>	<i>108</i>	<i>28</i>	<i>28</i>		<i>52</i>
	ИТОГО:	108	28	28		52

Очно-заочная форма обучения (не реализуется)

Заочная форма обучения (не реализуется)

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы, теста, реферата, творческого задания и т.д.

Типовой вариант контрольной работы тестовой форме

1. Как называется деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к товару, основанная на совместном воздействии на потребителя товарного знака, упаковки, рекламных обращений, материалов стимулирования сбыта и других элементов маркетинга, объединенных определенной идеей и фирменным стилем, выделяющих товар среди конкурентов и создающих его образ?

Выберите один правильный вариант ответа:

- а) брендинг;
- б) менеджмент;
- в) консалтинг;
- г) все ответы не правильные.

2. Метод проектной графики, обеспечивающий поиск наиболее рационального решения цифрового дизайн-проекта:

Выберите один правильный вариант ответа:

- а) проектирование на основе метода бионики
- б) вариантное проектирование
- в) разработка единственной идеи
- г) все ответы верные

3. Элемент, не включающийся в систему фирменного стиля:

Выберите один правильный вариант ответа:

- а) организационная структура предприятия;
- б) логотип;
- в) баннер;
- г) визитные карточки.

4. Установите последовательность использования приведенных ниже слов в тексте:

_____1_____ представляет собой знак, символ, дизайнерское решение или их комбинацию в целях обозначения товаров и услуг конкретной организации для отличия от _____2_____. Обязательным условием является наличие во всех сообщениях содержательных характеристик и формальных _____3_____, обеспечивающих его распознавание потребителями.

- а) атрибутов
- б) бренд
- в) конкурентов

5. Установить соответствие элементов фирменного стиля и их отличительных признаков.

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. Товарный знак | а. Постоянно используемый фирменный оригинальный девиз. |
| 2. Фирменный блок | б. Обозначение, которое предназначено для индивидуализации товаров, позволяющее отличать товары одних производителей от других и подлежащее специальной регистрации. |
| 3. Фирменный лозунг (слоган) | в. Традиционное, часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля. |

6. Установите соответствие между типом фирменного шрифта и его изображением:

- | | |
|----------------------|------------------------|
| 1. Современный стиль | а) <i>Добрый день!</i> |
| 2. Рубленый шрифт | б) Добрый день! |
| 3. Рукописный шрифт | в) Добрый день! |

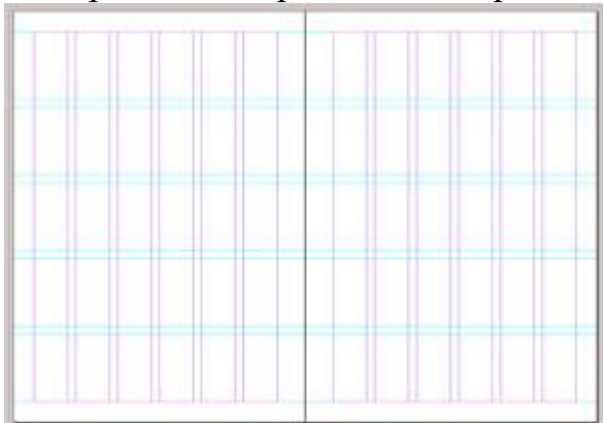
7. В каком случае логотип будет казаться крупнее?

Выберите один правильный вариант ответа:

- а) темный объект на светлом фоне;
- б) светлый объект на темном фоне;
- в) черный объект на синем фоне;
- г) восприятие размера объекта не зависит от его цвета.

8. Как называется инструмент, часто используемый в проектной графике, представленный на рисунке?

Выберите один правильный вариант ответа:



- а) модульная сетка;
- б) верстальная шпаргалка;
- в) выравнивание по осям;
- г) все ответы верные.

9. Установите последовательность использования приведенных ниже слов в тексте:

Цифровое проектирование фирменной полиграфической продукции направлено на создание множества элементов. _____1_____ представляет собой согнутый один или несколько раз лист с текстом или иллюстрациями. _____2_____ — это печатная продукция достаточно большого размера для размещения как внутри помещения, так и на городских улицах. _____3_____ представляет собой многостраничное полноцветное издание, которое содержит описание изделий.

- а) плакат
- б) буклет
- в) каталог

10. Установите соответствие названия элемента визуальной идентификации и его описание:

- | | |
|---------------------|--|
| 1. Вывеска | а) Рекламные конструкции и изображения, которые размещают на улицах и площадях вдоль автотрасс, тротуаров, железнодорожных путей. Главная задача — напоминать о фирме, товаре, услуге или политическом деятеле, движении, социальной проблеме. |
| 2. Наружная реклама | б) Один из главных элементов витринной рекламы и фирменного стиля, выполняющий также роль указателя, маршрутного знака для посетителей организации. |
| 3. Плакат | в) Крупноформатное печатное издание, в |

большинстве случаев с односторонней печатью. Его основу составляет, как правило, художественная композиция и краткий текст.

Примерная тематика рефератов

1. Современные концепции брендинга.
2. Актуальные тенденции развития брендинга XXI века.
3. Сущность товарного брендинга.
4. Корпоративный брендинг, его специфика.
5. Влияние брендов на жизнь современного человека.
6. Универсальные мотивы в брендинге.
7. История развития фирменного стиля.
8. Имидж – как основной элемент корпоративной культуры.
9. Концепция предприятия – основа создания фирменного стиля.
10. История развития товарного знака.
11. Ведущие дизайнеры и компании по созданию фирменного стиля.
12. Перспективные направления развития проектной графики.
13. Анализ программных продуктов для цифрового брендинга.
14. Взаимодействие культуры и цифровых технологий брендинга.
15. Фирменный стиль: сущность и перспективы.
16. Проектная графика как особый вид современного искусства.
17. История развития цифрового брендинга.
18. Классификация компьютерных шрифтов и их характеристика в контексте брендинга.
19. Шрифтовая композиция в брендинге.
20. Психология восприятия цвета в брендинге.

Примерная тематика творческого задания

1. Создать и обосновать концепцию брендинга фестиваля молодежного творчества. Выполнить презентацию, в которой отразить: идею, анализ аналогов, примерное название, цветовую гамму и стилистику оформления мероприятия.
2. Разработать монохромный и цветной дизайн-проект логотипа, который впоследствии можно будет использовать для оформления других элементов фирменного стиля. Формат А4, техника – компьютерная графика.
3. Создать монохромный и цветной макет корпоративной визитной карточки в фирменном стиле. Техника – векторная компьютерная графика.
4. Разработать фирменный бланк организации в монохромном и инверсионном варианте. Формат А4, техника – компьютерная графика.
5. Разработать дизайн-проект рекламного объявления для шоу-дефиле показа коллекции студенческого театра мод. Формат А3, техника – компьютерная графика.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета с использованием следующих оценочных материалов: перечень вопросов к зачету.

Вопросы к экзамену (6 семестр, очная форма обучения)

1. Теоретические основы брендинга.
2. Сущность и основные понятия брендинга.
3. Атрибуты бренда.
4. Правовая среда брендинга.
5. Законодательство РФ в сфере брендинга.
6. Регистрация товарных знаков в РФ.
7. Фальсификация и правовая защита брендов.
8. Фирменный стиль как основа брендинга.
9. История фирменного стиля.
10. Этапы проектирования фирменного стиля.
11. Современная шрифтовая культура.
12. Разработка авторского шрифта.
13. Правила создания логотипов.
14. Виды логотипов.
15. Особенности создания логотипов на модульной сетке.
16. Правила разработки монохромных и цветных логотипов.
17. Носители фирменного стиля.
18. Правила разработки визитных карточек.
19. Правила разработки ярлыков и наклеек.
20. Современные требования, предъявляемые к объёмной упаковке.
21. Разработка дизайна упаковочной бумаги: материалы, колористическое решение.
22. Современные требования, предъявляемые к созданию вывесок и указателей.
23. Реклама как способ социализации фирменного стиля.
24. Виды и современные требования, предъявляемые к созданию рекламной продукции (календари, значки, ручки, кепки и т.д.).

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Сметанникова, Т. А. Структурные элементы и механизмы создания фирменного стиля : учебное пособие / Т. А. Сметанникова, Т. В. Ананьева. — Липецк : Липецкий ГТУ, 2023. — 52 с. — ISBN 978-5-00175-228-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/411269> (дата обращения: 02.09.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 344 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021> (дата обращения: 02.09.2024). — Библиогр.: с. 335-339. — ISBN 978-5-4499-3329-4. — DOI 10.23681/694021. — Текст : электронный.

4.2. Дополнительная литература

1. Брендинг в рекламе : учебное пособие / составитель Е. В. Попова. — Рязань : РГУ имени С.А.Есенина, 2021. — 68 с. — ISBN 978-5-907266-73-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/326657> (дата обращения: 02.09.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Мельник, А. С. Коммуникационный дизайн : учебное пособие / А. С. Мельник. — Минск : РИПО, 2024. — 128 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=717795> (дата обращения: 02.09.2024). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-985-895-174-0. — Текст : электронный.

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://edu.ru/	Российское образование: Федеральный портал. Включает ссылки на порталы и сайты образовательных учреждений; государственные образовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих программ.	Свободный доступ

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	https://e.lanbook.com/	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Лань	Регистрация через университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
3.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
4.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки,	Свободный доступ

		технологии, медицины и образования	
5.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice;
- Photoshop;
- CorelDraw и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук). Практические занятия проводятся в специализированных аудиториях, в том числе оснащенных персональными компьютерами с установленным лицензионным и свободно распространяемым программным обеспечением и возможностью подключения к сети «Интернет».

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.