



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«Уральский государственный архитектурно-художественный  
университет имени Н. С. Алфёрова»**  
(УрГАХУ)

Факультет дополнительного профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по ОДиЦТ

Документ подписан электронной подписью  
Владелец Исаченко Виктория Игоревна  
Сертификат 00 aa 14 66 4e 20 b7 7a a7 97 cf d8 f7 a1 80 c1 e5  
Действителен с 30.08.2023 по 22.11.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
**КОМПОЗИЦИЯ В ДИЗАЙНЕ**

Программа профессиональной переподготовки «Графический дизайн»  
Форма обучения: очная

Екатеринбург 2023

## **1. Общая характеристика программы**

### **1.1 Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисциплинами.**

Дисциплина «Основы композиции» входит в базовый модуль дисциплин программы профессиональной переподготовки «Графический дизайн»

Достигнутый в ходе изучения рассматриваемой дисциплины уровень профессиональной подготовки является необходимым для дальнейшего освоения дисциплин проектных модулей, особенно таких, как дизайн визуальных коммуникаций, дизайн рекламы и дизайн интерфейсов.

В процессе изучения дисциплины происходит формирование у обучающегося профессиональных компетенций для практической деятельности в сфере дизайна визуальных коммуникаций, закрепление навыков владения основами композиции, в соответствии с квалификационными требованиями профессионального стандарта по профессии графический дизайнер.

### **1.2 Аннотация содержания дисциплины:**

Освоение дисциплины направлено на формирование профессиональных компетенций, связанных с умением построения композиции, как носителя информации в зависимости от коммуникативного контекста и ситуации. Даются знания основ структуры и элементов пространственной визуальной композиции, приемы и техники получения требуемых параметров восприятия, «прочтения» смысла и мотивации адресата визуального сообщения. Особое внимание уделяется сюжетной основе в динамичной, эмоционально акцентированной композиции как в маркетинговых коммуникациях, так и в образовательной инфографике.

Отдельно и в аспекте синергического воздействия на зрителя рассматриваются элементы композиции: изображения-аттракторы, геометричная графика, цвет, пиктографика, шрифтографика, приемы стилизации, акцентирования, модульной трансформации.

### **1.3 Краткий план построения процесса изучения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины включает аудиторные и дистанционные лекционные занятия и выполнение практических заданий. При изучении дисциплины применяются формы интерактивного обучения, технологии самооценки.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации - зачет.

Зачет по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия обучающихся в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения практических (графических) заданий.

### **1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины является этапом формирования у обучающегося компетенций, знаний, умений навыков, связанных с решением различных аналитических и проектных задач в сфере дизайна визуальных коммуникаций:

**Способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основано на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерских задач**

**Способность применять методы научных исследований при создании дизайн-проектов и**

Кроме того, результатом освоения дисциплины являются :

- Знание общих принципов функционирования композиции как основы проектного визуального продукта; современных и традиционных коммуникативных и информационных технологий в графическом дизайне;
- Умение работать в команде, быть готовым к кооперации с коллегами для выполнения групповых заданий и обсуждения результатов индивидуальных учебных заданий; научно обосновывать свои проектные предложения и концептуальные идеи
- Умение индивидуально, и в составе креативной группы, вырабатывать концептуальные идеи, задающие основу композиционных решений;
- Грамотное использование композиционных приемов, раскрывающих возможности различных форматов и каналов коммуникации;
- Владение навыками работы с линией, пятном, цветографикой, шрифтографией, символами, включенными в композицию изображениями, приемами стилизации.

### **1.5. Объем дисциплины**

Нормативная трудоемкость обучения по данной программе – 48 часов.

## **2. Содержание дисциплины**

### **Тема 1. Сюжет/история как основа визуального восприятия.**

Визуальные коммуникации в природе и социуме, преимущества зрительного восприятия перед другими способами получения информации, стратегии визуального поведения,

Формирование зрительного восприятия и сознания – сюжет/объект/знак/символ/имидж. «Упаковка» истории/сюжета в композицию, абстракция и схематизация как средства выстраивания композиционной основы.

### **Тема 2. Визуальный язык, знаковые системы, имиджевые коммуникации.**

Особенности формирования визуальных языков – танцы, поза, жестикауляция, мимика, одежда, аксессуары, атрибуты статуса и рода деятельности.

Способы фиксации и трансляции визуальных знаковых систем (схемы, изображения, типографика, пиктографика, лого-графия, анимация и видео, AR и VR).

Имидж, как знаковый комплекс. Эффективность имиджа как «пакетной» формы передачи информации. Имиджевый характер современных социальных коммуникаций.

Понятие стиля в дизайне, формирование визуальных трендов.

### **Тема 3. Механика визуального восприятия, понимания и мотивации.**

Восприятие и прочтение композиции, как последовательность мыследействий.

Функциональные элементы/фазы процесса считывания - аттракторы, мотиваторы, контент и драйверы.

### **Тема 4. Выработка концепции на основе базовой метафоры/сюжета/истории.**

Концепция, как стратегический замысел, определяющий цель и задачи композиции визуального продукта.

Как характеристики и параметры, заданные концепцией, формируют рамки инновационного поиска, генерации идей.

Креативные техники и технологии генерации инновационных решений, использование нейросетей.

**Тема 5. Структура и элементы композиции, как атрибуты стиля, тренда. Их взаимосвязь в визуальном сообщении.**

«Стилевые ключи» - конвенционально закрепленные культурные имиджевые коды.

Стилизация, как способ точной адресации визуального сообщения. Использование трендовых инноваций для актуализации содержания визуального сообщения.

**Тема 6. Полиморфная композиция, генеративность, динамика, анимация и интерактивность.**

Особенности разработки полиморфной композиции для различных форматов и носителей. Технологии и концепции генеративной адаптации и трансформации композиции с сохранением смыслового ядра сообщения.

Возможности динамики, анимации и интерактива с использованием информационных технологий. Синергия полиформатного распространения визуальных сообщений.

### 3. Распределение учебного времени

#### 3.1. Распределение часов дисциплины по темам и видам учебного плана

№ п/п	Наименование тем	Всего час.	В том числе		Формы текущего контроля успеваемости
			Лекция	Практическое занятие	
1.	Тема 1. Сюжет/история как основа визуального восприятия.	4	2	2	<i>текущий опрос графическая работа №1</i>
2	Тема 2. Визуальный язык, знаковые системы, имиджевая коммуникация	4	2	2	<i>текущий текущий опрос графическая работа №2</i>
3	Тема 3. Механика визуального восприятия, понимания и мотивации	8	4	4	<i>текущий опрос, графическая работа №3</i>
4	Тема 4. Выработка концепции на основе сюжета/истории	8	4	4	<i>текущий опрос, графическая работа №4</i>
5	Тема 5. Структура и элементы композиции, как атрибуты стиля, тренда. Их взаимосвязь в визуальном сообщении.	12	8	4	<i>текущий опрос, графическая работа №5</i>
6	Тема 6. Полиморфная композиция, генеративность, динамика, анимация и интерактивность.	12	8	4	<i>текущий опрос, графическая работа №6</i>
	<b>ИТОГО</b>	<b>48</b>	<b>28</b>	<b>20</b>	<b>Зачет</b>

## 4. Мероприятия практической работы и текущего контроля

Реализация программы дисциплины предполагает использование следующих технологий: традиционные лекционные занятия под руководством преподавателя в аудитории в сочетании с практическими занятиями, интерактивные лекции с разбором конкретных ситуаций.

В учебном процессе используются следующие методы обучения: словесные (индуктивные и репродуктивные), наглядные (дедуктивные и наглядно-поисковые), методы стимулирования к процессу обучения (создание эмоционально-нравственных ситуаций, метод предъявления требований, поощрения и осуждения), методы контроля и самоконтроля (обсуждения в группе).

### 4.1. Примерные темы практических занятий

№ п/п	№ практ. работы	Наименование тем практических работ	Формируемые компетенции (или их части)	Кол-во часов занятий
1	<i>Практическая графическая работа №1</i>	Тема 1. Сюжет/история как основа визуального восприятия. <b>«Разработка плоскостной абстрактной композиции по общеизвестному сюжету в условиях ограничения выразительных средств»</b>	Способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основано на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	2,0
2	<i>Практическая графическая работа №2</i>	Тема 2. Визуальный язык, знаковые системы, имиджевая коммуникация <b>«Разработка плоскостной абстрактной композиции на тему отражения заданного контекста в условиях ограничения выразительных средств (эмоциональный пейзаж)»</b>	Способность использовать информационные ресурсы: современные информационные технологии и графические редакторы для реализации и создания документации по дизайн- проектам	2,0
3	<i>Практическая графическая работа №3</i>	Тема 3. Механика визуального восприятия, понимания и мотивации <b>«Разработка графической идеи передачи сообщения в условиях ограничения выразительных средств»</b>		4,0
4	<i>Практическая графическая работа №4</i>	Тема 4. Выработка концепции на основе сюжета/истории <b>«Разработка концепции динамической композиции с заданной коммуникативной функцией в рамках заданного формата».</b>		4,0
5	<i>Практическая графическая работа №5</i>	Тема 5. Структура и элементы композиции, как атрибуты стиля, тренда. Их взаимосвязь в		4,0

		визуальном сообщении. <b>«Разработка композиции с заданной коммуникативной функцией в рамках определенного стиля, тренда»</b>	
6	<i>Практическая графическая работа №6</i>	Тема 6. Полиморфная композиция, генеративность, динамика, анимация и интерактивность. <b>«Разработка концепции генеративной (полиморфной) композиции с заданной коммуникативной функцией в различных форматах».</b>	4,0
	<b>ИТОГО</b>		<b>20,0</b>

#### 4.2. Интерактивные формы проведения занятий по дисциплине

Таблица 3

№ п/п	Раздел/Тема	Методы интерактивного обучения	Кол-во час.
1.	Тема 3. Механика визуального восприятия, понимания и мотивации	Интерактивная лекция с дискуссией и совместным выполнением практического задания	2,0
2.	Тема 6. Полиморфная композиция, генеративность, динамика, анимация и интерактивность.	Интерактивная лекция с дискуссией и совместным выполнением практического задания	2,0
	Всего:		4,0

#### 4.3. Контрольные вопросы

1. Назовите основные средства построения композиции.
2. Назовите свойства и качества композиции, как средства передачи визуального сообщения.
3. Графика, как средство передачи смысловой информации на плоскости.
4. Функции цветографии в композиции.
5. Функция шрифта в композиции.
6. Значение светотени в композиции.
7. Назовите основные средства, используемые для выражения оттенков смысла в визуальном сообщении (пропорции, контраст, ритм, динамика-статика структуры и др.)
8. Способы и приемы создания контраста в элементах композиции. Виды контраста.
9. Средства и приемы построения динамической композиции.
10. Симметрия-асимметрия как средство передачи смысловых акцентов в композиции.
11. Отношения-пропорции элементов в композиции. Золотое сечение.
12. Модульное построение композиции, паттерн.
13. Сюжет/история как основа визуального сообщения в композиции.
14. Что такое равновесие и для чего оно нужно при создании образа в композиции? Примеры использования в визуальных искусствах.
15. Функция ритмического повтора элементов в композиции. Метрический повтор в композиции.
16. Понятие стиля и основные приемы стилизации.
17. Механизм зрительного восприятия и его использование при создании композиции.
18. Основные типы аттрактивных, доминирующих элементов в композиции.

19. Знаковые системы как средство мотивации в визуальном сообщении.
20. Принципы и правила размещения аттрактивного и смыслового текстового контента в композиции
21. Средства и приемы создания полиморфной композиции
22. Что такое «генеративность», как средство реализации динамической полиморфной композиции.
23. Использование доступных средств искусственного интеллекта в генерации вариантов компоновочных решений.

## 5. Методическое обеспечение дисциплины

### Основная литература

1. История графического дизайна : учеб. пособие / Н. Л. Кузвесова. - Екатеринбург : Архитектон, 2015. - 108 с. – Режим доступа в ЭБС "Унив. б-ка online":  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455462>
2. Трошина Г. В. Трехмерное моделирование и анимация: учеб. пособие - Новосибирск: НГТУ, 2010. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229305&sr=1>
3. Ульрих К. Интерактивная Web-анимация во Flash – М.: ДМК Пресс, 2010. – Режим доступа:  
[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=130237](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=130237)
5. Флеминг Б. Методы анимации лица. Мимика и артикуляция. – М.: ДМК Пресс, 2007. – Режим доступа:  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=132134&sr=1>
6. Макарова Т. В. Основы информационных технологий в рекламе : учеб. пособие / Т. В. Макарова, О. Н. Ткаченко, О. Г. Капустина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 271 с. : ил. – Режим доступа:  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116634&sr=1>
7. Графический дизайн. Современные концепции : учеб. пособие / под ред. Е. Э. Павловской. - М. : Юрайт, 2017. - 183 с. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/5CF926E6-F85E-4BC7-8AA5-1F51608D8883](http://www.biblio-online.ru/book/5CF926E6-F85E-4BC7-8AA5-1F51608D8883).
8. Барышников Н. В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации : учебник / Н. В. Барышников. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014. – 368 с. – Режим доступа:  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=408974>
9. Компьютерная графика и Web-дизайн / Т. И. Немцова, Т. В. Казанкова, А. В. Шнякин ; под ред. Л. Г. Гагариной. - М. : ИНФРА-М : ФОРУМ, 2014. - 400 с. : ил. - Библиогр.: с. 372. - Рек. НМС МИЭТ. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=922641>

### Дополнительная литература

1. Буковецкая О. А. Дизайн текста [Электронный ресурс]: шрифт, эффекты, цвет / О. А. Буковецкая. - М.: ДМК Пресс, 2006. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5898180257.html>
2. Платонова, Н.С. Создание компьютерной анимации в Adobe Flash CS3 Professional [Электронный ресурс]/ Н.С. Платонова. – М. : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2009. - 112 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233204>
3. Бесчастнов Н. П. Цветная графика: учеб. пособие М.: ВЛАДОС, 2014. – Режим доступа:  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234837&sr=1>
4. Бесчастнов Н. П. Портретная графика: учеб. пособие М.: ВЛАДОС, 2006. – Режим доступа:  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56675&sr=1>
5. Бесчастнов Н. П. Сюжетная графика: учеб. пособие М.: ВЛАДОС, 2012. – Режим доступа:  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116588&sr=1>
6. Хилько Н. Ф. Педагогика и методика кино-, фото- и видеотворчества: учеб. пособие. - Омск: Омский государственный университет, 2012. - Режим доступа:  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237483&sr=1>
7. Пендикова, И.Г. Архетип и символ в рекламе [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.Г. Пендикова, Л.С. Ракитина ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. -- РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114725>

8. Publish [Электронный ресурс] : дизайн, верстка, печать. - М.: Открытые Системы, 2013. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210942&sr=1>

## 6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятий используется аудитория, оснащенная проектором и соответствующая количеству студентов и позволяющая осуществлять лекционные занятия и семинары под руководством преподавателя

Учебно-методические и дидактические средства:

– иллюстративный материал из электронного методического фонда кафедры;

– ресурсы глобальной сети.

## 7. Составители программы

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:				
№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Место работы
1	Ковалев Павел Геннадьевич	Профессор	профессор кафедры ГД	УрГАХУ
Программа одобрена на заседании Совета ФДПО «11» сентября 2023г., протокол № 011-430-12/23				
1	Дивакова Марина Николаевна	Доцент, к.арх.	Декан ФДПО	УрГАХУ





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«Уральский государственный архитектурно-художественный  
университет имени Н. С. Алфёрова»**  
(УрГАХУ)

Факультет дополнительного профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по ОДиЦТ

Документ подписан электронной подписью  
Владелец Исаченко Виктория Игоревна  
Сертификат 00 aa 14 66 4e 20 b7 7a a7 97 cf d8 f7 a1 80 c1 e5  
Действителен с 30.08.2023 по 22.11.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
**ОСНОВЫ ШРИФТОГРАФИКИ**

Программа профессиональной переподготовки «Графический дизайн»

Форма обучения: очная

Екатеринбург 2023

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

## 1.1 Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисциплинами.

Дисциплина «Основы шрифтографики» входит в базовый модуль программы профессиональной переподготовки «Графический дизайн».

Курс опирается на знания, приобретенные на дисциплинах «Композиция в дизайне», «Дизайн визуальных коммуникаций».

Достигнутый в ходе изучения рассматриваемой дисциплины уровень профессиональной подготовки является необходимым для дальнейшего освоения дисциплины: «Дизайн рекламы», «Дизайн интерфейсов», Дизайн-проект «Современная продающая упаковка», «Технология полиграфии».

В процессе изучения дисциплины происходит формирование у обучающихся трудовых компетенций для выполнения нового вида профессиональной деятельности при закреплении практических навыков, умения и владения основами шрифтовой культуры, в соответствии с квалификационными требованиями профстандарта по профессии графический дизайнер.

## 1.2 Аннотация содержания дисциплины:

Освоения дисциплины направлено на формирование профессиональных компетенций и получение знаний по истории развития шрифтовой культуры, терминологии в шрифтовом дизайне, современных тенденций в шрифтовом дизайне и типографике, знании генезиса и семантики шрифта, владении современной шрифтовой культурой и умением анализировать шрифты в историческом, культурологическом и композиционном аспекте, отбирать шрифты для той или иной типографической ситуации.

## 1.3 Краткий план построения процесса изучения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины включает лекции и работу, в рамках которой слушатель выполняют практические упражнения. При изучении дисциплины применяются формы интерактивного обучения, технологии взаимооценки.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации - зачет.

Оценка по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия обучающегося в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения практических (графических) упражнений

## 1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины является этапом формирования у обучающегося следующих компетенций:

<b>Способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основано на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерских задач</b>
---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

**Знать:** историю развития шрифтовой культуры, терминологию в шрифтовом дизайне, современные тенденции в шрифтовом дизайне и типографике,

**Уметь:** анализировать шрифты в историческом, культурологическом и композиционном аспекте, отбирать шрифты для той или иной типографической ситуации,

**Владеть:** культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, способностью к постановке цели и выбору путей ее достижения, современной шрифтовой культурой, навыками в каллиграфии.

*Обучающийся должен знать генезис и семантику шрифта, владеть современной шрифтовой культурой.*

### **1.5. Объем дисциплины**

Нормативная трудоемкость обучения по данной программе – **24 часов.**

## **2. Содержание дисциплины**

**Раздел 1. Терминология и классификации. Происхождение письменности. Доалфавитные системы письма. Исторические каллиграфические стили письма (1 часть: рустика, унциал, полуунциал).**

### **Основы европейской каллиграфии**

**Тема 1.** Терминология и классификации

**Тема 2.** Происхождение письменности. Доалфавитные системы письма.

**Тема 3.** Исторические каллиграфические типы письма. Маюскульные формы: рустика, унциал. Минускульные формы: полуунциал.

**Тема 4.** Основы европейской каллиграфии

*Содержание раздела:* История развития допечатных форм шрифтографики. Технологии каллиграфии.

### **Раздел 2. Исторические каллиграфические стили письма (2 часть)**

**Тема 5.** Каролингский минускул

**Тема 6.** Готические шрифты

**Тема 7.** Русские исторические каллиграфические стили письма

*Содержание раздела:* Исторические каллиграфические стили письма.

### **Раздел 3. История развития шрифтовой культуры XV–начала XX вв.**

**Тема 8.** Изобретение книгопечатания. Иоганн Гутенберг

**Тема 9.** Гуманистическая антиква.

**Тема 10.** Переходная антиква.

**Тема 11.** Новая антиква.

**Тема 12.** Акцидентные шрифты XIX в.: Сверхжирная антиква, Итальянский шрифт, египетский шрифт, Кларендоны, гротески.

**Тема 13.** Шрифтовая культура модерна

*Содержание раздела:* Шрифтовая культура XV–начала XX вв.

#### **Раздел 4. Шрифтовая культура XX–XXI вв.**

**Тема 14.** Понятие типографики. Жанры типографики XX в.

**Тема 15.** Шрифтовая и типографическая культура модернизма, постмодернизма, постпостмодернизма: различия в идеологии и средствах.

**Тема 16.** История акцидентных шрифтов (буквицы, ломбардские версали, 19 век, модерн, 20 век, 21 век: средства акциденции).

*Содержание раздела:* Шрифтовая культура XX–XXI вв.

#### **Раздел 5. Шрифты в цифровом пространстве**

**Тема 17.** Возможности цифровых технологий в проектировании и воспроизводстве шрифтовых форм

**Тема 18.** Цифровое типографическое пространство (новые формы сред потребления)

**Тема 19.** Выбор шрифтов: поиски критериев.

**Тема 20.** Авторское право в шрифтовом дизайне.

*Содержание раздела:* Шрифтовая культура в цифровом пространстве

### 3. Распределение часов дисциплины по темам и видам учебных занятий

#### 3.1 Распределение часов дисциплины по темам и видам учебных занятий

Раздел дисциплины, Тема	ВСЕГО часов	Аудиторные занятия (часы)		Оценочные средства
		Лекции	Практ. занятия	
<i>Раздел 1 Терминология и классификации. Происхождение письменности. Доалфавитные системы письма. Исторические каллиграфические стили письма (1 часть: рустика, унциал, полуунциал). Основы европейской каллиграфии</i>	4	1	3	<i>Практ. раб. №1</i>
<i>Раздел 2 Исторические каллиграфические стили письма (2 часть)</i>	3	1	2	<i>Практ. раб. №2</i>
<i>Раздел 3 История развития шрифтовой культуры XV–начала XX вв.</i>	4	2	2	<i>Практ. раб. №3</i>
<i>Раздел 4 Шрифтовая культура XX–XXI вв.</i>	3	2	1	<i>Практ. раб. №4</i>
<i>Раздел 5 Шрифты в цифровом пространстве</i>	10	2	8	<i>Практ. раб. №5</i>
<b>ИТОГО</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	Зачет

#### 3.2 Мероприятия практической работы и текущего контроля

Реализация программы дисциплины «Основы шрифтографии» предполагает использование следующих технологий: традиционные лекционные занятия под руководством преподавателя в аудитории в сочетании с практическими занятиями, а также интерактивные лекции с разбором конкретных ситуаций.

В учебном процессе используются следующие методы обучения: словесные (индуктивные и репродуктивные), наглядные (дедуктивные и наглядно-поисковые), методы стимулирования к процессу обучения (создание эмоционально-нравственных ситуаций), методы контроля и самоконтроля (обсуждения в группе).

#### 3.3 Примерные темы практических занятий

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) модули дисциплины,	Формируемые компетенции (или их части)	Кол-во час.
1	1. <i>Раздел 1. Технологии каллиграфии.</i>	1. Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.	3,0

2	2. <b>Раздел 2.</b> Исторические стили в материально-предметной и графической культуре XX в.	1. Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. 2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	2,0
3	4. <b>Раздел 3.</b> Стили в современном дизайне	1. Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. 2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации 3. Знать генезис и семантику шрифта, владеть современной шрифтовой культурой.	4,0
4	5. <b>Раздел 4.</b> Современные стили в субкультурах	1. Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. 2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	1,0
5	<b>Раздел 5.</b> «Критерии выбора шрифтов» для различных типографических ситуаций и сред (логотип, журнал, арт-проект)	1. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	8,0
	7. <b>ИТОГО</b>		<b>16,0</b>

### 3.4. Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Первые знаковые системы. Происхождение письменности.
2. Терминология в шрифтовом дизайне. Анатомия шрифта.
3. Классификации шрифтов.
4. Изобретение алфавитной системы письменности.  
Маюскульные системы алфавитного письма.
5. Появление минускульного письма. Стили письма раннего Средневековья.  
Каролингский минускул.
6. Готическое письмо. Фрактура, Текстура, Ротунда, Швабахер, Канцлей, бастарды, Ломбардские версали. Развитие инициала. Готический орнамент.
7. Изобретение книгопечатания.  
Проектирование шрифтов в эпоху Ренессанса. Гуманистическая антиква.
8. Переходная антиква.

9. Новая антиква.
10. Шрифты XIX века
  11. Древнерусское письмо
  12. Развитие книгопечатания на Руси.
  13. Шрифты модерна.
  14. Шрифты XX века
  15. Конструктивизм, функционализм, постмодернизм в типографике и шрифтовом дизайне
  16. Шрифтовая культура XXI века

#### **4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### ***Основная литература:***

1. Буткевич Л. М. История орнамента : учеб. пособие / Л. М. Буткевич . - М. : Владос, 2008. – 265с. – Гриф М-ва
2. Бесчастнов Н. П. Художественный язык орнамента : учеб. пособие / Н. П. Бесчастнов. – М. : ВЛАДОС, 2010. – 335 с. – Гриф М-ва
3. Степанова А. П. Теория орнамента: учеб. пособие / А. П. Степанова. – Ростов н/Д: Феникс, 2011.
4. Наумова, П., Наумова. С. Шрифт и орнамент. Практикум/ П. Наумова, С. Наумова— Екатеринбург: Изд-во УралГАХА «Архитектон», 2014.

##### ***Дополнительная литература:***

1. Буковецкая О. А. Дизайн текста [Электронный ресурс]: шрифт, эффекты, цвет / О. А. Буковецкая. - М.: ДМК Пресс, 2006. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5898180257.html>
2. Безрукова, Е.А. Шрифтовая графика [Электронный ресурс]: учебное наглядное пособие / Е.А. Безрукова, Г.Ю. Мхитарян ; Кем. Гос. ин-т культуры. - Кемерово : КемГИК, 2017. - 130 с. : ил. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487657>

**Программное обеспечение и Интернет-ресурсы** [www.i-font.ru](http://www.i-font.ru) и [fontspace.com](http://fontspace.com)

#### **5. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для проведения занятий используется аудитория, оснащенная проектором и соответствующая количеству студентов и позволяющая осуществлять лекционные занятия и семинары под руководством преподавателя

##### **Средства обучения:**

Учебно-методические и дидактические средства:

- иллюстративный материал из электронного методического фонда кафедры;
- ресурсы глобальной сети.

Наглядные пособия - образцы из методического фонда кафедры ГД

## 6. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:				
№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Место работы
1	Наумова Светлана Владимировна	Доцент	профессор кафедры ДС	УрГАХУ
Согласовано:				
	Дивакова Марина Николаевна	Доцент, канд.арх	Зав.каф. ГиЛА, Декан ФДПО	УрГАХУ

Программа одобрена на заседании Совета ФДПО «11» сентября 2023 г., протокол № 011-430-12





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«Уральский государственный архитектурно-художественный  
университет имени Н. С. Алфёрова»**  
(УрГАХУ)

Факультет дополнительного профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по ОДиЦТ

Документ подписан электронной подписью  
Владелец Исаченко Виктория Игоревна  
Сертификат 00 aa 14 66 4e 20 b7 7a a7 97 cf d8 f7 a1 80 c1 e5  
Действителен с 30.08.2023 по 22.11.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
**ДИЗАЙН ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Программа профессиональной переподготовки «Графический дизайн»

Форма обучения: очная

Екатеринбург 2023

# **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

## **1.1 Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисциплинами.**

Дисциплина «Дизайн визуальных коммуникаций» является основной частью программы профессиональной переподготовки «Графический дизайн»

Достигнутый уровень профессиональной подготовки необходим для успешного завершения итоговой проектной работы (дизайн упаковки) и формирования личного профессионального портфолио.

В процессе изучения дисциплины у обучающегося происходит формирование профессиональных компетенций для выполнения нового вида профессиональной деятельности при закреплении практических навыков выполнения кейсовых практических заданий, в соответствии с квалификационными требованиями профессионального стандарта по профессии «графический дизайнер».

### **1.2 Аннотация содержания дисциплины:**

Освоение дисциплины направлено на изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

Формирование профессиональных компетенций, отражающихся в знании общих принципов и подходов к разработке различных форматов визуальной коммуникации, умении пользоваться возможностями и средствами дизайна в создании проектов визуальной коммуникации как самостоятельно, так и в кооперации со специалистами в сфере иных видов социальной коммуникации и владении комплексом информационно-технологических знаний, навыками работы с дизайн-технологиями в основных форматах маркетинговых и социальных коммуникаций

Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

### **1.3 Краткий план построения процесса изучения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины включает лекции и практическую работу, в рамках которой обучающийся выполняют практические упражнения и кейсовые (на основе реальных заказов) задания. При изучении дисциплины применяются формы интерактивного обучения, технологии взаимооценки.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Зачет по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия обучающихся в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения практических (графических) упражнений

### **1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины является этапом формирования у обучающегося новых компетенций: формирование у обучающегося профессиональных компетенций для выполнения нового вида профессиональной деятельности при закреплении практических навыков, умения и владения основами разработки интерактивных объектов и сред, в соответствии с

квалификационными требованиями квалификационного справочника по профессии «графический дизайнер».

**Способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задач и подходов в выполнении дизайн-проекта**

**Способность применять методы научных исследований при создании дизайн- проектов и обосновать новизну собственных концептуальных исследований**

Результаты освоения дисциплины направлены на формирование профессиональных компетенций и получении возможности продемонстрировать следующие результаты:

- **знать** общие принципы и подходы к разработке различных форматов визуальной коммуникации;

- **уметь** пользоваться возможностями и средствами дизайна в создании проектов визуальной коммуникации как самостоятельно, так и в кооперации со специалистами в сфере иных видов социальный коммуникации;

- **владеть** комплексом информационно-технологических знаний, навыками работы с дизайн-технологиями в основных форматах маркетинговых и социальных коммуникации.

**1.5. Общая трудоемкость дисциплины составляет - 112 часов.**

## **2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Раздел 1. «Визуальные коммуникации: их роль и развитие в живой природе, в истории возникновения и развития культуры и цивилизации».**

**Тема 1.** Вводная лекция. Базовые понятия и определения в дизайне визуальных коммуникаций. Значение визуальных коммуникаций в живой природе, доисторический период, античные цивилизации, средние века.

**Тема 2.** История профессиональной деятельности в сфере проектирования и управления визуальными коммуникациями. Формирование основных типов и «форматов» визуальной коммуникации. Изобразительное искусство, типографика, сценография, драматургия как первоисточники современных технологий визуальной коммуникации.

**Тема 3.** Типология коммуникативных задач. «Единица интерактивности» – нарушение стереотипов восприятия, мотивирующая адресата на ответные действия. Знакомство с актуальными примерами решения коммуникативных задач. «Идеальный формат» – короткое видео. Демонстрация примеров.

**Раздел 2. «Бренд-технологии: основы маркетинговых коммуникаций. Разработка, позиционирование, управление брендами.»**

**Тема 4.** Базовые понятия и определения. Истории известных торговых марок. Примеры продвижения и эволюции мировых и региональных брендов.

**Тема 5.** Айдентика торговой марки. Логотип, цветографика и другие средства визуальной идентификации. Полиформная айдентика. Тренды в айдентике, логотипах.

**Тема 6.** Продвижение и рыночное позиционирование торговой марки.

Типовые модели и стратегии позиционирования. Примеры эффективной маркетинговой коммуникации.

**Раздел3.** «Сетевые и вирусные технологии в визуальных коммуникациях. Имиджевый характер современных социальных коммуникаций»

**Тема 7.** Всемирная сеть, сетевые сообщества, вирусная коммуникация.

Технология проектирования и запуска вирусных форматов.

**Тема 8.** Создание сетевых площадок и пространств коммуникации.

**Тема 9.** Актуальные примеры сетевого позиционирования, тенденции и стилевые предпочтения.

**Раздел4.** «Полиграфические и сувенирные форматы в визуальных коммуникациях»

**Тема 10.** Дизайн книг и периодических изданий. Онлайн-технологии верстки ежедневной прессы.

**Тема 11.** Плакат (и близкие по типу форматы – календарь, сити-формат, биллборд) как средство визуальных коммуникаций. Социальный плакат.

**Тема 12.** Иллюстрирование. Креативная фотографика и ретуширование. Художественные и проектные аспекты в работе профессионального иллюстратора.

**Тема 13.** История упаковочных технологий. Проектирование упаковки. Комплексный подход к разработке упаковки в системе бренд-позиционирования. Примеры современных креативных решений в упаковке.

**Тема 14.** Сувениры и «презентационные комплекты» как объект креативной графики.

**Тема 15.** Современная инфографика. Примеры и сетевые ресурсы.

**Раздел 5.** «Технологии дополненной и виртуальной реальности, интерактивные арт-объекты, использование нейросетей»

**Тема 16.** Видео и компьютерные технологии, виртуальные среды и пространства, виртуальная и дополненная реальность. Кинематограф. Гейм-дизайн. Разработка и продвижение сетевых игр. Продакт-плейсмент. Сериалы.

**Тема 17.** Визуальные коммуникации в городской среде. Наружная реклама. Городская среда и общественные интерьеры как пространство коммуникаций. Вирусные объекты и интерактивные инсталляции.

**Тема 18.** Анимация, анимированная инфографика и текстографика. Синематографика. Мэтт-пейнт.

**Тема 19.** Диджитал Арт. Экспо-дизайн. Ивент-дизайн.

### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

#### 3.1 Распределение часов дисциплины по темам и видам учебных занятий

Раздел дисциплины, тема	ВСЕГО часов	Аудиторные занятия (часы)		Формы текущего контроля успеваемости
		Лекции	Практич. занятия	
<b>Раздел 1.</b> «Визуальные коммуникации: их роль и развитие в живой природе, в истории возникновения и развития культуры и цивилизации».	8	4	4	<i>Практическая работа № 1</i>
<b>Раздел 2.</b> «Бренд-технологии: основы маркетинговых коммуникаций. Разработка, позиционирование, управление брендами.»	32	16	16	<i>Практическая работа № 2</i>
<b>Раздел 3.</b> «Сетевые и вирусные технологии в визуальных коммуникациях. Имиджевый характер современных социальных коммуникаций»	32	16	16	<i>Практическая работа № 3</i>
<b>Раздел 4.</b> «Полиграфические и сувенирные форматы в визуальных коммуникациях»	28	12	16	<i>Практическая работа № 4</i>
<b>Раздел 5.</b> «Технологии дополненной и виртуальной реальности, интерактивные арт-объекты, использование нейросетей»	12	8	4	<i>Практическая работа № 5</i>
<b>ИТОГО</b>	<b>112</b>	<b>56</b>	<b>56</b>	<b>зачет</b>

#### 4. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	№ практических работ	Название тем практических работ	Формируемые компетенции (или их части)	Кол-во часов
1	Практическая работа № 1	Раздел 1. «Визуальные коммуникации: их роль и развитие в живой природе, в истории возникновения и развития культуры и цивилизации».  «Визуализация ценностей выбранной Ц.А. через историю, сюжет»	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	4,0
2	Практическая работа № 2	Раздел 2. «Бренд-технологии: основы маркетинговых коммуникаций. Разработка, позиционирование, управление брендами».  «4 кейсовых проекта айдентики и промо-имиджа»	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.	16,0

3	Практическая работа № 3	Раздел 3. «Сетевые и вирусные технологии в визуальных коммуникациях. Имиджевый характер современных социальных коммуникаций»  «Генерация идеи визуального сообщения с вирусным потенциалом»	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	16,0
4	Практическая работа № 4	Раздел 4. «Полиграфические и сувенирные форматы в визуальных коммуникациях»  «Генерация идеи оригинального сувенира, связанного с медиа-событием»	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.	16,0
5.	Практическая работа № 5	<b>Раздел 5.</b> «Технологии дополненной и виртуальной реальности, интерактивные арт-объекты, использование нейросетей»  «Генерация эскиз-идеи и принципа работы интерфейса дополненной реальности для бытового процесса»	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	4,0
		<b>Итого</b>		<b>56,0</b>

Реализация программы дисциплины «Дизайн визуальных коммуникаций» предполагает использование следующих технологий: традиционные лекционные занятия под руководством преподавателя в аудитории, а также практические занятия с разбором конкретных ситуаций.

Практические занятия проводятся в составе малых групп (2-3 учащихся) или индивидуально в режиме самостоятельной работы.

В учебном процессе используются следующие методы обучения: словесные (индуктивные и репродуктивные, интерактивный «скрайбинг»), наглядные (дедуктивные и наглядно-поисковые, включая сетевую онлайн-работу самостоятельную и с преподавателем), методы стимулирования к процессу обучения (создание эмоционально-нравственных ситуаций, метод предъявления требований, поощрения и наказания), методы контроля и самоконтроля (обсуждения в группе).

## 4.1. Контрольные вопросы

- Основные форматы дизайна визуальных коммуникаций
- Понятие интерактивности в социальных коммуникациях
- Преимущества и недостатки полиграфических и сувенирных форматов.
- Дополненная и виртуальная реальность как формы реализации интерактивности
- Бренд-технологии: айдентика и позиционирование
- Имиджевые коммуникации, глобальный консьюмеризм
- Взаимодействие визуального образа, программируемых алгоритмов, материалов и технологий в проектировании интерактивных сред и объектов
- Инфографика: принципы проектирования, функции и стиль
- Преимущества и недостатки наружной рекламы

Зачет с оценкой по дисциплине выставляется при условии 90% посещаемости занятий, активной работы в аудитории и выполнения практических заданий (работ).

В случае пропуска занятия или отсутствия активной работы на занятии обучающийся отвечает на вопросы по пропущенным или не отработанным им темам.

Оценка не выставляется обучаемому в случае, если при пропуске занятия или отсутствии работы на нем он не может ответить на вопросы пропущенной или не отработанной им теме, а также при невыполнении практических работ.

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература*

1. Дизайн в рекламе : основы графического проектирования: учебное пособие для вузов / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. :Юнити-Дана, 2013. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010&sr=1>
2. Архетип и символ в рекламе : учеб. пособие / И. Г. Пендикова, Л. С. Ракитина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 303 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114725&sr=1>
3. Самарина В. П. Основы предпринимательства : учеб. пособие / В. П. Самарина. - 2-е изд., перераб. - М. : КНОРУС, 2010. - 224 с.
4. Афонасова, М.А. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.А. Афонасова ; ТУСУР. - Томск : Эль Контент, 2012. - 108 с. - РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=208641>

Марусева, И.В. Творческая реклама[Электронный ресурс]: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) : монография / И.В. Марусева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 419 с. : ил. - РЕЖИМ ДОСТУПА:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276141>

## Дополнительная литература

1. Марочкина, С.С. Введение в специальность: реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 239 с. : ил. - - РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757>
2. Тарасова О. П. Организация проектной деятельности дизайнера: учеб. пособие. – Оренбург: ОГУ, 2013. – 133 с. –Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270309&sr=1>
3. Макашев, М. О. Бренд-менеджмент : учеб. пособие / М. О. Макашев. - СПб.: Питер, 2013. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390&sr=1>
4. Экономика отечественных СМИ : учеб. пособие / С. М. Гуревич. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 296 с. - Библиогр.: с. 292. - Допущено Советом по журналистике УМО по классич. универ. образованию. - Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=104044](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=104044)

## Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

intmedia.ru, videofabrika.ru, russianvisualartists.ru, adme.ru, kak.ru, logolounge.com  
ru.wikipedia.org/wiki/Интерактивность  
old.russ.ru/netcult/99-06-16/goralik.htm  
computerra.ru/offline/1999/316/3258/  
websoft.ru/db/wb/B1A04995D82EE861C32573830029B1A3/doc.html  
electroland.net  
primavend.ru/

## 6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятий используется аудитория, оборудованная учебной мебелью (столы, стулья) в соответствии с количеством студентов, в процессе лекционных занятий используется компьютерное оборудование (мультимедийный проектор, экран), для практических занятий используются ноутбуки с доступом в Интернет.

Учебно-методические и дидактические средства:

- иллюстративный материал из электронного методического фонда кафедры;
- ресурсы глобальной сети.

## 7. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:				
№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Место работы
1	Ковалев Павел Геннадьевич	Профессор	профессор кафедры ГД	УрГАХУ
Согласовано:				
1	Дивакова Марина Николаевна	Доцент, к.арх.	Декан ФДПО	УрГАХУ

Программа одобрена на заседании Совета ФДПО «11» сентября 2023г., протокол № 011-430-12





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«Уральский государственный архитектурно-художественный  
университет имени Н. С. Алфёрова»**  
(УрГАХУ)

Факультет дополнительного профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по ОДиЦТ

Документ подписан электронной подписью  
Владелец Исаченко Виктория Игоревна  
Сертификат 00 аа 14 66 4е 20 b7 7а а7 97 cf d8 f7 а1 80 с1 е5  
Действителен с 30.08.2023 по 22.11.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
**ТЕХНОЛОГИЯ ПОЛИГРАФИИ**

Программа профессиональной переподготовки «Графический дизайн»

Форма обучения: очная

Екатеринбург 2023

## **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

### **1.1 Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисциплинами.**

Дисциплина Дизайн-проект «Технологии полиграфии» входит в проектный модуль программы профессиональной переподготовки «Графический дизайн»

Курс опирается на знания, приобретенные на дисциплине «Композиция в дизайне», «Дизайн визуальных коммуникаций», «Основы шрифтографики».

Достигнутый в ходе изучения рассматриваемой дисциплины уровень профессиональной подготовки является необходимым для дальнейшего освоения дисциплины: «Дизайн в рекламе», «Современная продающая упаковка».

В процессе изучения дисциплины происходит формирование у обучающихся профессиональных компетенций для выполнения нового вида профессиональной деятельности при закреплении практических навыков, умения и владения основами предпечатной подготовки, в соответствии с профстандартом «Графический дизайн».

### **1.2 Аннотация содержания дисциплины:**

Освоение дисциплины направлено на формирование профессиональных компетенций и способствует формированию у обучающихся знаний принципов работы современного полиграфического оборудования, приобретении навыков предпечатной подготовки растровых и векторных изображений, создания на основе полиграфического проекта монтажного листа, подготовки полиграфического проекта для передачи в типографию или препресс-бюро.

Знания и навыки в области подготовки дизайн- проектов для полиграфического исполнения необходимы дизайнеру-графику в его повседневной работе, так как любая графическая работа так или иначе ориентирована на дальнейшую публикацию.

Теоретическое и практическое освоение материала, связанного с созданием и воплощением дизайн- проектов, предназначенных для полиграфического воспроизводства. Владение профессиональной терминологией современной полиграфии.

### **1.3 Краткий план построения процесса изучения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины включает лекции и занятия, в рамках которой обучающийся выполняют практические упражнения. При изучении дисциплины применяются формы интерактивного обучения, технологии взаимооценки.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачет оценкой

Оценка по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия обучающихся в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения практических (графических) упражнений.

### **1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины является этапом формирования у обучающегося следующих компетенций:

**Способность анализировать и определять требования к дизайн - проекту и синтезировать набор возможных решений задач и подходов к выполнению дизайн – проекта**

**Способность использовать информационные ресурсы: современные информационные технологии и графические редакторы для реализации и создания документации по дизайн-проектам**

Результаты освоения дисциплины направлены на формирование профессиональных компетенций и получении возможности продемонстрировать следующие результаты:

- **знать** общие принципы допечатных процессов; современные компьютерные технологии, необходимые для подготовки дизайн-проекта к отправке в типографию

- **уметь** работать в команде, быть готовым к кооперации с коллегами, работающими на полиграфических предприятиях для выполнения предпечатных работ

- **владеть** комплексом информационно-технологических знаний, навыками работы с полиграфическими программными продуктами, информацией о требованиях типографий к предоставляемым файлам

### **1.5. Объем дисциплины**

Нормативная трудоемкость обучения по данной программе – 72 часов.

## **2. Содержание дисциплины**

### **Раздел 1. История развития и современное состояние полиграфии.**

**Тема 1.** Вводная лекция, основные понятия. Проблемы предпечатной подготовки

**Тема 2.** История книгопечатания. Виды печати. Эпоха металлического набора. Современное состояние типографского дела.

**Тема 3.** Общая схема получения полиграфической продукции. Работа с заказчиком. Этапы прохождения заказа.

**Тема 4.** Понятие рабочего потока. Входные и выходные данные.

**Тема 5.** Инструментальное обеспечение рабочего потока

### **Раздел 2. Работа над макетом и подготовка к печати**

**Тема 6.** Форматы графических файлов. Полиграфические и неполиграфические форматы. Особенности использования различных форматов в полиграфии.

**Тема 7.** Офсетная печать – самый массовый вид коммерческой печати. Принцип плоской (офсетной) печати

**Тема 8.** Растривание. Растровые процессоры (RIP) и интерпретаторы PostScript.

**Тема 9.** Виды разрешения: PPI, DPI, LPI, SPI.

**Тема 10.** Понятие линиатуры. Соотношение разрешения и линиатуры для разных видов полиграфических работ

### **Раздел 3. Подготовка файлов для печати и взаимодействие с типографией.**

**Тема 11.** Цвет в полиграфии. Цветовые режимы. Разрядность цвета (пиксельная глубина). Определение цвета в публикации

**Тема 12.** Цветоделение. Параметры цветоделения. Настройка CMYK setup. Учет параметров растискивания точки (dot gain) и предельное количество краски (Total Ink Limit).

**Тема 13.** Работа с иллюстрациями. Импорт иллюстраций в программу верстки. Связанные файлы. Технологии OPI и OLE. Автоматическое обновление связей.

**Тема 14.** Шрифты и подготовка текстовых данных. Проблема экранного вывода шрифтов. Основные правила набора текстовых данных и верстки.

**Тема 15.** Подготовка монтажного листа. Учет вылетов для подрезки. Подготовка файлов для вырубки, лакировки, тиснения. Подготовка файлов для отправки в типографию. Предпечатная подготовка. Предпечатная проверка (префлайтинг). Послепечатные работы.

## **3. Распределение часов дисциплины по темам и видам учебных занятий**

### **3.1 Распределение часов дисциплины по темам и видам учебных занятий**

Раздел дисциплины, Тема	ВСЕГО часов	Аудиторные занятия (часы)		Формы текущего контроля успеваемости
		Лекции	Практич. занятия	
<i>Раздел 1</i> <b>История развития и современное состояние полиграфии.</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<i>Практическая работа № 1</i>
<i>Раздел 2</i> <b>Работа над макетом и подготовка к печати</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>20</b>	<i>Практическая работа № 2</i>
<i>Раздел 3</i> <b>Подготовка файлов для печати и взаимодействие с типографией.</b>	<b>32</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	<i>Практическая работа № 3</i>
<b>ИТОГО</b>	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>60</b>	<i>Зачет с оценкой</i>

### 3.2 ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	№ практической. Работы	Контролируемые разделы темы Дисциплины	Формируемые компетенции  (или их части)	Количество часов занятий
1	<i>Практическая работа № 1</i>	<b>Раздел 1.</b> История развития и современное состояние полиграфии	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн- проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	<b>10</b>
2	<i>Практическая работа № 2</i>	<b>Раздел 2.</b> Работа над макетом и подготовка к печати	Разработка дизайн- макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  Согласование дизайн-макета с заказчиком и руководством.	<b>20</b>
3	<i>Практическая работа № 3</i>	<b>Раздел 3.</b> Подготовка файлов для печати и взаимодействие с типографией.	Согласование дизайн-макета с заказчиком и руководством.  Подготовка графических материалов для передачи в производство и, идентификации и коммуникации	<b>30</b>
			<b>Итого</b>	<b>60</b>

### 3.3. Мероприятия практической работы и текущего контроля

Реализация программы дисциплины «Технология полиграфии» предполагает использование следующих технологий: традиционные лекционные занятия под руководством преподавателя в аудитории, а также практические занятия с разбором конкретных ситуаций.

В учебном процессе используются следующие методы обучения: словесные (индуктивные и репродуктивные), наглядные (дедуктивные и наглядно-поисковые), методы стимулирования к процессу обучения (создание эмоционально-нравственных ситуаций), методы контроля и самоконтроля (обсуждения в группе).

### 3.4 Контрольные вопросы для самопроверки

- Виды печати.
- Общая схема получения полиграфической продукции.
- Понятие рабочего потока. Входные и выходные данные.
- Форматы графических файлов.
- Принцип плоской (офсетной) печати.
- Принцип растрования.

- Виды разрешения.
- Понятие линиатуры. Соотношение разрешения и линиатуры.
- Цветовые режимы. Разрядность цвета (пиксельная глубина).
- Параметры цветоделения. Настройка СМΥΚ setup.
- Учет параметров растискивания точки (dot gain) и предельное количество краски (Total Ink Limit).
- Импорт иллюстраций в программу верстки. Связанные файлы. Технологии OPI и OLE.
- Проблема экранного вывода шрифтов. Основные правила набора текстовых данных и верстки.
- Подготовка файлов для отправки в типографию.

Зачет с оценкой выставляется при условии 90% посещаемости занятий, активной работы в аудитории и выполнения практических заданий (работ).

В случае пропуска занятия или отсутствия активной работы на занятии обучающийся отвечает на вопросы по пропущенным или не отработанным им темам.

Зачет с оценкой не выставляется обучаемому в случае, если при пропуске занятия или отсутствии работы на нем он не может ответить на вопросы пропущенной или не отработанной им теме, а также при невыполнении практических работ.

#### **4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

##### *Основная литература*

1. Клещев О. И. Технологии полиграфии : учебное пособие / О. И. Клещев; Урал. гос. архитектурно-художеств. акад. - Екатеринбург : Архитектон, 2012. - 102 с. – Режим доступа в ЭБС "Унив. б-ка online": <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455450>
2. Клещев О. И. Основы производственного мастерства: художественно-техническое редактирование : учеб. пособие / О. И. Клещев ; Урал. гос. архитектурно-художеств. акад. - Екатеринбург : Архитектон, 2015. - 108 с. - . – Режим доступа в ЭБС "Унив. б-ка online": <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455449>
3. Клещев О. И. Типографика : учеб. пособие / О. И. Клещев ; Урал. гос. архитектурно-художеств. акад. - Екатеринбург : Архитектон, 2016. - 172 с. - в ЭБС "Унив. б-ка online": [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=455452](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=455452)

##### *Дополнительная литература*

1. Publish : дизайн, верстка, печать. - М.: Открытые Системы, 2013. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210942&sr=1>
2. Буковецкая О. А. Дизайн текста [Электронный ресурс]: шрифт, эффекты, цвет / О. А. Буковецкая.- М.: ДМК Пресс, 2006. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5898180257.html>
3. Кулак М. И. , Ничипорович С. А. , Трусевич Н. Э. Технология полиграфического производства. - Минск: Белорусская наука, 2011. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89360&sr=1>
4. Буковецкая О. А. Дизайн текста [Электронный ресурс]: шрифт, эффекты, цвет / О. А. Буковецкая.- М.: ДМК Пресс, 2006. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5898180257.html>

5. Головкин С. Б. Дизайн деловых периодических изданий: учеб. пособие. - М.: Юнити-Дана, 2012 – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115037&sr=1>

6. Олешко Е. В. Техника и технология СМИ: шрифтовая культура массмедиа: учеб. пособие. - Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2012.- 150 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240428&sr=1>

### **Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

10. Программные пакеты: Adobe InDesign, Corel Draw, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop,.

Интернет-сайты: adme.ru, kak.ru, logolounge.com

## **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИН**

Для проведения занятий используется аудитория, оборудованная учебной мебелью (столы, стулья) в соответствии с количеством студентов, в процессе лекционных занятий используется компьютерное оборудование (мультимедийный проектор, экран), для практических занятий используются ноутбуки.

Учебно-методические и дидактические средства:

– иллюстративный материал из электронного методического фонда кафедры;

– ресурсы глобальной сети.

Наглядные пособия - образцы из методического фонда кафедры.

## **6. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ**

<b>Рабочая программа дисциплины составлена авторами:</b>				
<b>№ п/п</b>	<b>ФИО</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Место работы</b>
1	Клещев Олег Иванович		Ст. преподаватель кафедры ГД	УрГАХУ
Согласовано:				
1	Дивакова Марина Николаевна	Доцент, канд.арх	Декан ФДПО	УрГАХУ

Программа одобрена на заседании Совета ФДПО «11» сентября 2023 г., протокол №011-430-12



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«Уральский государственный архитектурно-художественный  
университет имени Н. С. Алфёрова»**  
(УрГАХУ)

Факультет дополнительного профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по ОДиЦТ

Документ подписан электронной подписью  
Владелец Исаченко Виктория Игоревна  
Сертификат 00 aa 14 66 4e 20 b7 7a a7 97 cf d8 f7 a1 80 c1 e5  
Действителен с 30.08.2023 по 22.11.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
**ДИЗАЙН РЕКЛАМЫ**

Программа профессиональной переподготовки «Графический дизайн»  
Форма обучения: очная

Екатеринбург 2023

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

**1.1 Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисци-**



**плинами.**

Дисциплина «Дизайн рекламы» является одним из проектных модулей программы профессиональной переподготовки «Графический дизайн»

Курс опирается на знания, приобретенные на дисциплине «Композиция в дизайне», «Дизайн визуальных коммуникаций», «Основы шрифтографики», «Технологии полиграфии».

В процессе изучения дисциплины происходит формирование у обучающихся профессиональных компетенций для выполнения нового вида профессиональной деятельности при закреплении практических навыков, умения и владения основами предпроектного анализа, концептуального поиска и выработки проектных решений в соответствии с требованиями квалификационного справочника по профессии «графический дизайнер».

Достигнутый в ходе изучения рассматриваемой дисциплины уровень профессиональной подготовки является необходимым для выполнения практических кейсов в рамках дисциплины «Дизайн визуальных коммуникаций» и дизайн-проекта «Современная продающая упаковка».

### **1.2 Аннотация содержания дисциплины:**

Освоение дисциплины направлено на формирование профессиональных компетенций и способствует освоению нового, динамичного стиля обучения путём погружения обучающихся в актуальную художественную жизнь профессии. В ходе изучения дисциплины выполняются практические задания, тесно связанные с требованиями заказчика и рынка, дающие знания основ графического дизайна в рекламе, развивающие умение визуализировать рекламные послания, формирующие навыки работы с рекламной и маркетинговой информацией и стимулирующие собственную активность обучающихся, развитие их способностей к самообучению и самостоятельным поискам.

Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Теоретическое и практическое освоение материала, связанного с созданием и воплощением дизайн-проектов, предназначенных для полиграфического воспроизводства. Владение современной профессиональной терминологией.

### **1.3 Краткий план построения процесса изучения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины включает лекции и занятия, в рамках которых обучающиеся выполняют практические упражнения. При изучении дисциплины дизайн-проект «Дизайн в рекламе» применяются формы интерактивного обучения и технологии взаимооценки.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачет с оценкой. Оценка по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия обучающихся в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения практических (графических) упражнений.

### **1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

Изучение дисциплины является этапом формирования у обучающегося следующих компетенций:

**Способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задач и подходов к выполнению дизайн-проекта**

**Способность применять методы научных исследований при создании дизайн-проектов и обосновать новизну собственных концептуальных исследований**

Результаты освоения дисциплины направлены на формирование профессиональных компетенций и получение возможности продемонстрировать следующие результаты:

**Знать:** общие принципы функционирования рекламы и принципиальное устройство рекламного рынка; современные и традиционные коммуникативные технологии в рекламе; правовые основы рекламной деятельности, ФЗ «О рекламе», современные компьютерные технологии, необходимые в его проектной деятельности;

**Уметь:** работать в команде, быть готовым к кооперации с коллегами для выполнения групповых заданий и обсуждения результатов индивидуальных учебных заданий; научно обосновать свои проектные предложения и концептуальные идеи;

**Владеть:** комплексом информационно-технологических знаний, навыками работы с линией, пятном, шрифтом, информацией о конструкционно-материальных элементах рекламных носителей, работать с классическими и современными шрифтовыми гарнитурами .

### **1.5. Объем дисциплины**

Нормативная трудоемкость обучения по данной программе – 64 часа.

## **2. Содержание дисциплины**

### **Раздел 1. История и практика маркетинговых коммуникаций. Роль и применение графического дизайна в рекламе. (12 час.)**

Тема 1.1 Вводная лекция, основные понятия. Современная реклама в системе маркетинговой и социальной коммуникации

Определение рекламы в контексте маркетинговой деятельности. Функции и роли рекламы в современном обществе. Классификация рекламы по охвату целевой аудитории, по каналам распространения.

Тема 1.2. Правовые основы рекламной деятельности в РФ. Три разновидности рекламы

Виды рекламы: коммерческая; социальная; политическая. Пути распространения рекламы, основные рекламные носители и профессиональный ресурс рекламной отрасли. Специфика местного рекламного рынка.

Тема 1.3. Реклама в контексте брендинга. Роль графического дизайна в создании и продвижении торговых марок.

Основные понятия брендинга - бренд, торговая марка, позиционирование. Реклама, как инструмент позиционирования бренда и эффективный способ формирования имиджа бренда. Графический дизайн системы айдентики бренда.

Тема 1.4 Уникальное торговое предложение (УТП) продукта как основа проектирования коммуникативного образа в рекламе.

Уникальное торговое предложение, как основа позиционирования товара на рынке и предмет разработки рекламной коммуникации.

### **Раздел 2. Современные креативные технологии в рекламе - 20 час.**

Тема 2.1 Психология восприятия и воздействия в рекламе – 6 часов.

Метод внушения и убеждения, как способ воздействия на потребителя. Виды потребительской мотивации. Рациональные и эмоциональные доводы в рекламном сообщении. Способы

привлечения и удержания внимания в рекламе, базовые семантические сюжеты и архетипы в рекламе (по А. Кромптону).

Тема 2.2 Базовые творческие приемы усиления выразительности и повышения эффективности потребительской рекламы – 6 часов.

Базовые творческие приемы усиления выразительности и повышения эффективности потребительской рекламы: «демонстрация» («товар – лицом», «до и после»), «гипербола и литота», «метафора», «метаморфоза (функционально-морфологические трансформации)», «антропоморфное подобие» и другие. «Юмор в рекламе» как популярный прием, его разновидности и ограничения в использовании.

Тема 2.3 Инновационные способы в проектировании, распространении и демонстрации нестандартных рекламных носителей – 8 часов.

Растущая роль социальных медиа и новые интерактивные формы взаимодействия с рекламополучателем. Инновационные дизайнерские приемы в щитовой наружной рекламе как способ усиления рекламного образа и привлечения внимания. Классификация приемов партизанского маркетинга. Бриф на разработку рекламной концепции, виды, задачи, базовая структура и примеры брифов на дизайн рекламного продукта.

### **Раздел 3. Дизайн рекламной продукции. Компьютерное проектирование рекламных макетов – 32 часа.**

Тема 3.1 Виды и функции рекламных носителей. Субъекты и специфика местного рекламного рынка – 3 часа.

Основные виды традиционных рекламных носителей, технологические и функциональные требования к ним. Субъекты местного рекламного рынка – дизайн-студии и рекламные агентства.

Тема 3.2 Проектирование торговой марки. Основные элементы айдентики бренда - 7 часов.

Определение фирменного стиля и что такое айдентика бренда. Элементы и особенности разработки. Понятие брендбук и проджект-гайд. Современные тренды в разработке логотипов.

Тема 3.3 Дизайн простейших рекламных и представительских объектов – 5 часов.

Дизайн визиток: стандартная и креативная визитка. Требования к оформлению фирменной деловой документации.

Тема 3.4 Щитовая наружная реклама. Требования к дизайну щитов -5 часов.

Особенности композиции наружной рекламы. Базовые разновидности объектов наружной рекламы, форматы, технологии печати.

Тема 3.5 Журнальная и газетная модульная реклама – 5 часов.

Функциональные разновидности модульной рекламы в газетах и журналах. Особенности дизайна и предпечатной подготовки.

Тема 3.6 Многополосные печатные полиграфические рекламоносители: буклет и каталог продукции, инфографика – 7 часов.

Особенности проектирования и классификация многополосных полиграфических изданий. Теория и практика предпечатной подготовки макетов.

### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

#### 3.1 Распределение часов дисциплины по темам и видам учебных занятий

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе		Оценочные средства
			Лекции	Практич. работы	
<b>1</b>	<b>История и практика маркетинговых коммуникаций. Роль и применение графического дизайна в рекламе</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	-
1.1	Вводная лекция, основные понятия. Современная реклама в системе маркетинговой и социальной коммуникации	1	1	-	-
1.2	Правовые основы рекламной деятельности в РФ. Три разновидности рекламы.	1	1	-	-
1.3	Реклама в контексте брендинга. Роль графического дизайна в создании и продвижении торговых марок.	5	1	4	<i>Прак.раб\№1</i>
1.4	Уникальное торговое предложение (УТП) продукта или бренда как основа проектирования коммуникативного образа в рекламе.	5	1	4	<i>Прак.раб\№2</i>
<b>2</b>	<b>Современные креативные технологии в рекламе.</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	
2.1	Психология восприятия и воздействия в рекламе. Способы привлечения и удержания внимания в рекламе (по А. Кромпону).	2	2	-	-
2.2	Базовые творческие приемы усиления выразительности и повышения эффективности потребительской рекламы.	8	-	8	<i>Прак.раб\№3</i>
2.3	Инновационные способы в проектировании, распространении и демонстрации нестандартных рекламных носителей.	10	-	10	<i>Прак.раб\№4</i>
<b>3</b>	<b>Дизайн рекламной продукции. Компьютерное проектирование рекламных макетов.</b>	<b>32</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	
3.1	Виды и функции рекламных носителей. Субъекты и специфика местного рекламного рынка.	3	1	2	<i>Прак.раб\№5</i>
3.2	Проектирование торговой марки. Основные элементы айдентики бренда.	7	1	6	<i>Прак.раб\№6</i>
3.3	Дизайн простейших рекламных и представительских объектов.	5	-	5	<i>Прак.раб\№7</i>
3.4	Щитовая наружная реклама. Требования к дизайну щитов.	5	-	5	<i>Прак.раб\№8</i>
3.5	Журнальная и газетная модульная реклама.	5	-	5	<i>Прак.раб\№9</i>
3.6	Многополосные печатные полиграфические рекламоносители: буклет и каталог продукции.	7	-	7	<i>Прак.раб\№10</i>
	<b>ИТОГО</b>	<b>64</b>	<b>8</b>	<b>56</b>	

### 3.2. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	№ прак.работы, раздела	Наименование тем	Формируемые компетенции (или их части)	Количество часов занятий
<i>Прак. раб\ №1</i>	Вводная лекция, основные понятия. Современная реклама в системе маркетинговой и социальной коммуникации	Доклад о любимом бренде с анализом собственного потребительского поведения и мотивации выбора. Индивидуальное устное сообщение с иллюстрациями, 20 минут.	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн- проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	4,0
<i>Прак. раб\ №2</i>	Правовые основы рекламной деятельности в РФ. Три разновидности рекламы..	Анализ товарной рекламы на предмет выявления и описания УТП товара. Письменное индивидуальное задание.	Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	4,0
<i>Прак. раб\ №3</i>	Базовые творческие приемы усиления выразительности и повышения эффективности потребительской рекламы.	Проверка знаний по разделу: анализ образца креативной печатной рекламы. Каждый слушатель, изучив образец, пишет небольшое аналитическое эссе по заданному преподавателем плану, который помимо знаниевых вопросов, включает один творческий вопрос, провоцирующий студента на собственный креатив по мотивам изученного образца рекламного дизайна. Письменное индивидуальное задание.	Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	8,0
<i>Прак. раб\ №4</i>	Инновационные способы в проектировании, распространении и демонстрации нестандартных рекламных носителей	Выполнение эскиз-идеи на реальный рекламный бриф простого товара или услуги. Коммуникативная и графическая идея (фор-эскиз), продумывание нестандартных носителей и инновационных форм городской рекламы, сувенирной продукции.	Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	10,0
<i>Прак. раб\ №4</i>	Виды и функции рекламных	Обучающийся выбирает для выполнения всех заданий	Разработка дизайн-макета объекта визуальной	2,0

№5	носителей. Субъекты специфика местного рекламного рынка.	и	проектного раздела объект рекламного комплекса (потребительский товар, продукт B2B, услуга, сервис и т.д.). Задача: продумать комплекс стандартных рекламоносителей, описать их технические и технологические параметры и способы рекламирования (рекламно-информационные) каналы. Письменно индивидуально или по группам в 2-3 человека.	информации, идентификации и коммуникации. Согласование дизайн-макета с заказчиком и руководством. Подготовка графических материалов для передачи в производство	
Прак. раб\ №6	Проектирование торговой марки. Основные элементы айдентики бренда.		Разработка нейминга и фирменного стиля выбранного товара (услуги) с особым вниманием на проектирование логотипа. Идеи логотипов для саббрендов, если требуется. Дополнительные декоративные элементы айдентики (персонаж, графические элементы, паттерн, фоны, рамки).	Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Согласование дизайн-макета с заказчиком и руководством. Подготовка графических материалов для передачи в производство	6,0
Прак. раб\ №7	Дизайн простейших рекламных и представительских объектов.	и	Проектирование визиток и дисконтов: стандартная и креативная визитка на выбор. Дизайн конверта, бланка, бэджа, ценника. Выполняется индивидуально или по группам в 2-3 человека в графических редакторах с применением ручной графики, клипартов, коллажа и фотографии.	Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Согласование дизайн-макета с заказчиком и руководством. Подготовка графических материалов для передачи в производство	5,0
Прак. раб\ №8	Щитовая наружная реклама. Требования к дизайну щитов.	к	Разработка эскиза макета щита 3х6 метров, растяжки или штендера с учетом возможности внедрения в городскую среду.	Способность применять методы научных исследований при создании дизайн- проектов Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.	5,0
Прак. раб\ №9	Журнальная газетная модульная реклама.	и	Разработка макета рекламной полосы или модуля в газету. Верстка разворота рекламной статьи в профильное периодическое издание (компоновка текста статьи,	Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Согласование дизайн-макета с заказчиком и	5,0

		заголовка, инфографики, иллюстрации и рекламы с учетом модульной сетки и дизайна издания).	руководством. Подготовка графических материалов для передачи в производство	
<i>Прак. раб\ №10</i>	Многополосные печатные полиграфические рекламносители: буклет и каталог продукции.	Разработка многополосного печатного полиграфического объекта: буклет и каталог продукции (концепция, образно-графический ключ, дизайн обложки и разделов, модульная сетка, элементы графики, фотографии и описания товарных единиц, макетирование ключевых разворотов каталога).	Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Согласование дизайн-макета с заказчиком и руководством. Подготовка графических материалов для передачи в производство	7,0
		<b>Итого</b>		<b>56,0</b>

Реализация программы дисциплины «Дизайн рекламы» предполагает использование следующих технологий: традиционные лекционные занятия под руководством преподавателя в аудитории в сочетании с практическими занятиями в компьютерном классе, а также интерактивные лекции с разбором конкретных ситуаций.

- На практических занятиях активно используется технология «коллективной мыследеятельности» проявляется в активном использовании способов коллективного обсуждения результатов эскизного поиска по заданной теме. Для выработки спектра креативных решений по новому заданию на аудиторных занятиях используется проектная технология «Мозговой штурм» как форма коллективной работы обучающихся.

- Технология использования «сценарного моделирования» относится к проектным игровым технологиям и заключается в сценировании потребительской ситуации с мысленным (условным) «переодеванием» в потребителя для выявления проектной проблематики и возможных вариантов дизайнерского решения в графической визуализации коммуникативного послания.

Технология индивидуализации обучения выражается в возможности каждого обучающего выбрать свою конфигурацию задания или самому придумать образно-смысловое и тематическое наполнение графического решения по заданию.

### 3.3. Контрольные вопросы

1. Специфика применения термина «графический дизайн» в профессиональной сфере дизайна. Требования рынка труда и рекламной индустрии к молодым специалистам.
2. Разделы и сферы применения графического дизайна, его основные продукты (дизайн-объекты).
3. Программное обеспечение, используемое при создании объектов графического дизайна. Специфика применения и компьютерной обработки ручной графики и фотографии в современном графическом дизайне.
4. Основные композиционные схемы в плоском графическом листе, их связь со смыслом и эмоционально-выразительным образом плаката.
5. Визитка как информационно-имиджевый объект графического дизайна. Виды визиток по назначению и способу исполнения.
6. Правила проектирования визитки, инновационные пластические и образные приемы в дизайне визиток, применение новых материалов и технологий печати.
7. Виды и актуальные техники исполнения графической иллюстрации в современном плакате (рекламном, социальном, зрелищном).

8. Понятие рекламы. Субъекты рекламной деятельности. Маркетинговые стратегии как основа проектного целеполагания в рекламе, позиционирование товара.

9. Визуальная реклама и айдентика бренда, как важнейшие составляющие продвижения в конкурентной среде товара, организации, общественной персоны или территории (города, области).

10. Анализ и сравнение специфических особенностей различных носителей графического дизайна. Отличие и сходство выразительных графических средств плаката наружной рекламы и журнальной полосы.

11. Эргономические особенности восприятия графики щитов наружной рекламы и полиграфической продукции.

12. Динамические виды рекламы и статичные: каковы характеристики и в чем отличия?

13. Социальная реклама и пропаганда. Содержательные и художественно-графические отличия социальной рекламы от коммерческой.

14. Выразительные средства и стилевой характер подачи визуально-графического сообщения для различных возрастных и социальных групп потребителей.

15. Образы в рекламе их эмоциональная и смысловая насыщенность

16. Графическая композиция плаката наружной рекламы, стереотипные и инновационные дизайнерские решения.

17. Пути инновационного проектного поиска в дизайне плаката наружной рекламы.

18. Инновационные медиа, партизанская реклама и вирусное продвижение.

19. Рекламный персонаж для продвижения товаров и услуг, «лицо фирмы» для продвижения корпорации.

Зачет с оценкой выставляется, если процент посещаемости занятий составляет более 70% от общего количества часов и зачетное задание выполнено.

В случае пропуска занятия или отсутствия активной работы на занятии обучающийся отвечает на вопросы по пропущенным или не отработанным им темам.

Зачет не выставляется обучаемому в случае, если отсутствует итоговое задание, а так же если при пропуске занятия или отсутствии работы на нем он не может ответить на вопросы пропущенной или не отработанной им теме.

Внеаудиторная самостоятельная работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена, но обеспечена литературой по дисциплине, имеющейся в библиотеке УрГАХУ и электронными источниками в интернет.

#### **4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **Основная литература**

1. Дизайн в рекламе : основы графического проектирования: учебное пособие для вузов / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2013. - 239 с. – Режим доступа:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010&sr=1>

2. Макарова Т. В. Основы информационных технологий в рекламе : учеб. пособие / Т. В. Макарова, О. Н. Ткаченко, О. Г. Капустина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 271 с. : ил.– Режим доступа:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116634&sr=1>

3. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для акад. бакалавриата / В. А. Поляков ; Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики. - М. : Юрайт, 2015. - 504 с. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E>.

##### **Дополнительная литература**

1. Веселова Ю. В. , Семёнов О. Г. Графический дизайн рекламы. Плакат: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. – Режим доступа:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228990&sr=1>

2. Дизайн и рекламные технологии : учеб. пособие / О. Н. Ткаченко. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 176 с. Ткаченко Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие для вузов. – М.: Юнити-Дана, 2009



**Интернет-источники**

1. Adme.ru : [Креативная реклама]. URL: <http://www.adme.ru>.
2. Advertology : [Наука о рекламе]. URL: <http://www.advertology.ru>.
3. Kak.ru : [Портал о графическом дизайне и рекламе]. URL: <http://kak.ru>.
4. Sostav.ru : [Реклама, Маркетинг, PR]. URL: <http://www.sostav.ru>.

Учебно-методические и дидактические средства:

- иллюстративный материал из электронного методического фонда кафедры;
- ресурсы глобальной сети.

Наглядные пособия - образцы из методического фонда кафедры.

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Аудитория	Лекция	Компьютер, мультимедийный проектор, звук, экран, доска, программа MicrosoftOfficePowerPoint.
Аудитория	Практическое занятие	Писчая бумага, журнальные страницы, ножницы, клей, карандаши, маркеры.
Компьютерный класс	Лекция	Компьютер, мультимедийный проектор, звук, экран, доска, программа MicrosoftOfficePowerPoint.
Компьютерный класс	Практическое занятие	Компьютеры, графические программы AdobePhotoshop, CorelDraw.

**7. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ**

<b>Рабочая программа дисциплины составлена авторами:</b>				
№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Место работы
1	Ковалев Павел Геннадьевич	профессор	Профессор кафедры ГД	УрГАХУ
Согласовано:				
1	Дивакова Марина Николаевна	Доцент, канд.арх	Декан ФДПО	УрГАХУ

Программа одобрена на заседании Совета ФДПО «11» сентября 2023 г., протокол № 011-430-12/23



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«Уральский государственный архитектурно-художественный  
университет имени Н. С. Алфёрова»**  
(УрГАХУ)

Факультет дополнительного профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по ОДиЦТ

Документ подписан электронной подписью  
Владелец Исаченко Виктория Игоревна  
Сертификат 00 aa 14 66 4e 20 b7 7a a7 97 cf d8 f7 a1 80 c1 e5  
Действителен с 30.08.2023 по 22.11.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
**Дизайн интерфейсов**

Программа профессиональной переподготовки «Графический дизайн»

Форма обучения: очная

Екатеринбург 2023

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

## 1.1 Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисциплинами.

Дисциплина «Дизайн интерфейсов» является одним из проектных модулей программы профессиональной переподготовки «Графический дизайн»

Курс опирается на знания, приобретенные на дисциплинах «Композиция в дизайне», «Дизайн визуальных коммуникаций», «Основы шрифтографики»

Достигнутый в ходе изучения рассматриваемой дисциплины уровень профессиональной подготовки является необходимым для дальнейшего освоения программы и включения результатов выполнения практических заданий в профессионального портфолио.

В процессе изучения дисциплины происходит формирование у обучающихся профессиональных компетенций для выполнения нового вида профессиональной деятельности при закреплении практических навыков, умения и владения основами разработки диджитал и веб-продуктов, в соответствии с требованиями квалификационного справочника по профессии «графический дизайнер»

## 1.2 Аннотация содержания дисциплины:

Освоение дисциплины направлено на формирование профессиональных компетенций в освоении общих принципов и подходов к разработке концепции, структуры интерактивных форматов, пользовательских сценариев, компоновки и оформления веб-страниц, умений и навыков пользования возможностями программ-редакторов и конструкторов сайтов. Дисциплина включает практику разработки веб-продуктов на основе шаблонов и оригинальных концепций, навыками работы с сетевыми программными продуктами.

## 1.3 Краткий план построения процесса изучения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины включает лекции и занятия, в рамках которой обучающийся выполняют практические упражнения. При изучении дисциплины применяются формы интерактивного обучения и технологии взаимооценки.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Оценка по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия обучающихся в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения практических упражнений.

## 1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Изучение дисциплины является этапом формирования у обучающегося новых профессиональных компетенций и получении возможности продемонстрировать следующие результаты:

**Способность использовать информационные ресурсы: современные информационные технологии и графические редакторы для реализации и создания документации по дизайн-проектам**

**Способность применять методы научных исследований при создании дизайн-проектов и обосновать новизну собственных концептуальных решений**

## 1.5. Объем дисциплины- нормативная трудоемкость обучения по данной программе – 64 часов.

## 2. Содержание дисциплины

### Раздел 1. Лекционный курс «Основы проектирования сайтов».

**Тема 1.** Вводная лекция, основные понятия. Социальные функции сетевых продуктов. Ведущая роль сетевых коммуникаций в современном обществе.

**Тема 2.** Основы юзабилити. Разработка структуры сайта на основе пользовательских сценариев.

**Тема 3.** Функции и основные типы верстки страниц сайта. Хедер, футер, рабочая зона, меню и другие элементы веб-страниц.

**Тема 4.** Главная (домашняя) страница сайта. Понятие «базовой метафоры». Приемы и концепции компоновки главной страницы.

**Тема 5.** Подготовка текстографических материалов и видео для импорта на страницы сайта. Возможности анимации элементов страниц.

**Тема 6.** Использование элементов стилизации, выбор шаблона, основы формирования цветографического «пространства» сайта. Соотношение функционального и «имиджевого» в разработке и адаптации веб-продуктов.

### Раздел 2. Практические занятия «Проектирование сайтов на основе конструктора wix».

#### Темы практических занятий.

**Тема 1.** Креативное веб-резюме и портфолио специалиста. Концепция.

**Тема 2.** Создание постраничной структуры (дерева) персонального сайта.

**Тема 3.** Импорт текстографики и размещение видео, компоновка содержания страниц персонального сайта.

**Тема 4.** Настройка и адаптация цветографического «пространства» по пользовательскому сценарию.

**Тема 5.** Настройка SEO, публикация и управление сайтом.

### 3. Распределение часов дисциплины по темам и видам учебных занятий

Раздел дисциплины, тема	ВСЕГО часов	Аудиторные занятия (часы)		Формы текущего контроля успеваемости
		Лекции	Практич. занятия	
<b>Раздел 1. Лекционный курс.</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	
<b>Тема 1.</b> Вводная лекция, основные понятия. Социальные функции сетевых продуктов. Ведущая роль сетевых коммуникаций в современном обществе.	8	4	4	<i>Текущий опрос</i>
<b>Тема 2.</b> Основы юзабилити. Разработка структуры сайта на основе пользовательских сценариев.	8	4	4	<i>Прак. Раб. №1</i>

<b>Тема 3.</b> Функции и основные типы верстки страниц сайта. Хедер, футер, контент, меню и другие элементы веб-страниц.	4	2	2	<i>Текущий опрос</i>
<b>Тема 4.</b> Главная (домашняя) страница сайта. Понятие «базовой метафоры». Приемы и концепции компоновки главной страницы.	4	2	2	<i>Текущий опрос</i>
<b>Тема 5.</b> Подготовка текстографических материалов и видео для импорта на страницы сайта. Возможности анимации элементов страниц.	4	2	2	<i>Текущий опрос</i>
<b>Тема 6.</b> Использование элементов стилизации, выбор шаблона, основы формирования цветографического «пространства» сайта. Соотношение функционального и «имиджевого» в разработке и адаптации веб-продуктов.	4	2	2	<i>Практ. раб.№ 2</i>
<b>Раздел 2. Практические занятия.</b> <b>«Проектирование веб-продуктов на платформе TILDA»</b>	<b>32</b>	<b>-</b>	<b>32</b>	
<b>Тема 1.</b> Креативное веб-резюме и портфолио специалиста. Сайт-визитка. Концепция.	4	-	4	<i>Практ. раб.№ 3</i>
<b>Тема 2.</b> Создание постраничной структуры (дерева) персонального сайта.	4	-	4	<i>Практ. раб.№ 4</i>
<b>Тема 3.</b> Импорт текстографики и размещение видео, компоновка содержания страниц персонального сайта.	4	-	4	<i>Практ. раб.№ 5</i>
<b>Тема 4.</b> Концепция квиз-приложения по тематике дизайн-образования.	4	-	4	<i>Практ. раб.№ 6</i>
<b>Тема 5.</b> Настройка, адаптация и тестирование макета квиз-приложения.	4	-	4	<i>Практ. раб.№7</i>
<b>ИТОГО</b>	<b>64</b>	<b>16</b>	<b>48</b>	<b><i>Курсовой проект (сайт на TILDAИли макет в FIGMA)</i></b>

#### 4. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ практ. работы	Наименование тем	Название практических работ	Формируемые компетенции (или их части)	Количество часов занятий
<i>Практ. раб. №1</i>	<b>Тема 1.2.</b> Основы юзабилити. Разработка структуры сайта на основе пользовательских сценариев.	Схема-концепция пользовательского сценария для сайта - портфолио, архива или онлайн-анкеты.	Обосновывать правильность концептуальных дизайнерских решений  Применение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации	4,0
<i>Практ. раб. №2</i>	<b>Тема 1.6.</b> Использование элементов стилизации, выбор шаблона, основы формирования цветографического «пространства» сайта. Соотношение функционального и «имиджевого» в разработке и адаптации веб-продуктов.	Эскизные альтернативные концепции стилистического решения сайта	Способность использовать информационные ресурсы: современные информационные технологии и графические редакторы для реализации и создания документации по дизайн-проектам	2,0
<i>Практ. раб. №3</i>	<b>Тема 2.1</b> Креативное веб-резюме и портфолио специалиста. Концепция.	Генерация идеи-сюжета личного веб-резюме.	Способность применять методы научных исследований при создании дизайн-проектов и обосновать новизну собственных концептуальных решений	4,0
<i>Практ. раб. № 4</i>	<b>Тема 2.2.</b> Создание постраничной структуры (дерева) персонального сайта.	Разработка альтернативных структур сайта: лендинг с прямыми ссылками или дерево вложенных страниц.	Обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений  Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации,  Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	4,0
<i>Практ. раб. №5</i>	<b>Тема 2.3.</b> Импорт текстографики и размещение видео, компоновка содержания страниц персонального сайта.	Создание типового текстографического решения (шаблона, фрейма, типовой страницы)	Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	4,0
<i>Практ.</i>	<b>Тема 2.4.</b> Настройка и	Генерация	Разработка дизайн-макета	8,0

раб.№6,7	адаптация цветографического «пространства» по пользовательскому сценарию.	альтернативных цветографических решений для заданного функционала страницы.	объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	
	<b>ИТОГО</b>			<b>26,0</b>

#### 4.1.Контрольные вопросы

- Основные типы сетевых ресурсов.
- Интерактивность в сетевых коммуникациях
- Преимущества и недостатки полноэкранных и мобильных интерфейсов
- Принципы использования анимации в интерфейсах
- Пользовательский сценарий и алгоритм в интерфейсе
- Имиджевые коммуникации, глобальный консьюмеризм
- Взаимодействие визуального образа и программируемых алгоритмов в проектировании интерактивных сред и объектов
- Инфографика: принципы проектирования, функции и стиль
- Особенности функционирования и визуального оформления интерфейса в зависимости от целей пользователя: навигация, поиск, мониторинг, образование, тренинг, игры, развлечения и др.

#### 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация программы дисциплины «дизайн-проект на платформе «TILDA» предполагает использование следующих технологий: традиционные лекционные занятия под руководством преподавателя в аудитории, а также практические онлайн-занятия с разбором конкретных ситуаций.

В учебном процессе используются следующие методы обучения: словесные (индуктивные и репродуктивные, интерактивный «скрайбинг»), наглядные (дедуктивные и наглядно-поисковые, включая сетевую онлайн-работу самостоятельную и с преподавателем), методы стимулирования к процессу обучения (создание эмоционально-нравственных ситуаций, метод предъявления требований, поощрения и наказания), методы контроля и самоконтроля (обсуждения в группе).

Дифференцированный зачет по дисциплине выставляется при условии 90% посещаемости занятий, активной работы в аудитории и выполнения практических заданий (работ).

В случае пропуска занятия или отсутствия активной работы на занятии обучающийся отвечает на вопросы по пропущенным или не отработанным им темам.

Оценка не выставляется в случае, если при пропуске занятия или отсутствии работы на нем обучающийся не может ответить на вопросы пропущенной или не отработанной им теме, а также при невыполнении практических работ.

## Основная литература

1. История графического дизайна : учеб. пособие / Н. Л. Кузвесо́ва. - Екатеринбург : Архитектон, 2015. - 108 с. – Режим доступа в ЭБС "Унив. б-ка online":  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455462>
2. Трошина Г. В. Трехмерное моделирование и анимация: учеб. пособие - Новосибирск: НГТУ, 2010. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229305&sr=1>
3. Ульрих К. Интерактивная Web-анимация во Flash – М.: ДМК Пресс, 2010. – Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=130237](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=130237)
5. Флеминг Б. Методы анимации лица. Мимика и артикуляция. – М.: ДМК Пресс, 2007. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=132134&sr=1>
6. Макарова Т. В. Основы информационных технологий в рекламе : учеб. пособие / Т. В. Макарова, О. Н. Ткаченко, О. Г. Капустина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 271 с. : ил. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116634&sr=1>
7. Графический дизайн. Современные концепции : учеб. пособие / под ред. Е. Э. Павловской. - М. : Юрайт, 2017. - 183 с. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/5CF926E6-F85E-4BC7-8AA5-1F51608D8883](http://www.biblio-online.ru/book/5CF926E6-F85E-4BC7-8AA5-1F51608D8883).
8. Барышников Н. В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации : учебник / Н. В. Барышников. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014. – 368 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=408974>
9. Компьютерная графика и Web-дизайн / Т. И. Немцова, Т. В. Казанкова, А. В. Шнякин ; под ред. Л. Г. Гагариной. - М. : ИНФРА-М : ФОРУМ, 2014. - 400 с. : ил. - Библиогр.: с. 372. - Рек. НМС МИЭТ. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=922641>

## Дополнительная литература

1. Буковецкая О. А. Дизайн текста [Электронный ресурс]: шрифт, эффекты, цвет / О. А. Буковецкая. - М.: ДМК Пресс, 2006. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5898180257.html>
2. Платонова, Н.С. Создание компьютерной анимации в Adobe Flash CS3 Professional [Электронный ресурс]/ Н.С. Платонова. – М. : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2009. - 112 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233204>
3. Бесчастнов Н. П. Цветная графика: учеб. пособие М.: ВЛАДОС, 2014. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234837&sr=1>
4. Бесчастнов Н. П. Портретная графика: учеб. пособие М.: ВЛАДОС, 2006. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56675&sr=1>
5. Бесчастнов Н. П. Сюжетная графика: учеб. пособие М.: ВЛАДОС, 2012. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116588&sr=1>
6. Хилько Н. Ф. Педагогика и методика кино-, фото- и видеотворчества: учеб. пособие. - Омск: Омский государственный университет, 2012. -Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237483&sr=1>
7. Пендикова, Л.С. Ракитина ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 303 с. -- РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114725>
8. Publish [Электронный ресурс] : дизайн, верстка, печать. - М.: Открытые Системы, 2013. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210942&sr=1>



## ***Программное обеспечение и Интернет-ресурсы***

intmedia.ru, videofabrika.ru, russianvisualartists.ru, adme.ru, kak.ru, logolounge.com  
ru.wikipedia.org/wiki/Интерактивность  
old.russ.ru/netcult/99-06-16/goralik.htm  
computerra.ru/offline/1999/316/3258/  
websoft.ru/db/wb/B1A04995D82EE861C32573830029B1A3/doc.html  
electroland.net  
primavend.ru/

Для проведения занятий используется аудитория, оборудованная учебной мебелью (столы, стулья) в соответствии с количеством студентов, в процессе лекционных занятий используется компьютерное оборудование (мультимедийный проектор, экран), для практических занятий используются ноутбуки..

Учебно-методические и дидактические средства:

- иллюстративный материал из электронного методического фонда кафедры;
- ресурсы глобальной сети.

Наглядные пособия - образцы из методического фонда кафедры.

## **6. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:				
№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Место работы
1	Ковалев Павел Геннадьевич	Профессор	профессор кафедры ГД	УрГАХУ
Согласовано:				
1	Дивакова Марина Николаевна	Доцент, к.арх	Декан ФДПО	УрГАХУ

Программа одобрена на заседании Совета ФДПО «11» сентября 2023 г., протокол №011-430-12



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«Уральский государственный архитектурно-художественный  
университет имени Н. С. Алфёрова»**  
(УрГАХУ)

Факультет дополнительного профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по ОДиЦТ

Документ подписан электронной подписью  
Владелец Исаченко Виктория Игоревна  
Сертификат 00 аа 14 66 4е 20 b7 7а а7 97 cf d8 f7 а1 80 с1 е5  
Действителен с 30.08.2023 по 22.11.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
**Дизайн-проект «Современная продающая упаковка»**

Программа профессиональной переподготовки «Графический дизайн»  
Форма обучения: очная

Екатеринбург 2023

## **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

### **1.1 Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисциплинами.**

Дисциплина Дизайн-проект «Современная продающая упаковка» входит в проектный модуль программы профессиональной переподготовки «Графический дизайн»

Курс опирается на знания, приобретенные на дисциплине «Композиция в дизайне», «Дизайн визуальных коммуникаций», «Основы шрифтографики», «Дизайн в рекламе»

В процессе изучения дисциплины происходит формирование у обучающихся профессиональных компетенций для выполнения нового вида профессиональной деятельности при закреплении практических навыков, умения и владения основами дизайна упаковки, в соответствии с квалификационными требованиями квалификационного справочника по профессии графический дизайнер.

### **1.2 Аннотация содержания дисциплины:**

Освоение дисциплины дизайн-проект «Современная продающая упаковка» направлено на формирование профессиональных компетенций и способствует закреплению знаний нового вида профессиональной деятельности в умении и владении основами дизайна упаковки, в соответствии с квалификационными требованиями профстандарта «Графический дизайнер»

Результаты направлены на формирование профессиональных компетенций и знаний общих принципов функционирования дизайна упаковки и принципиальных устройств упаковочного рынка, современных и традиционных коммуникативных технологий в дизайне упаковки, правовых основ рекламной деятельности, ФЗ «О рекламе» современные компьютерные технологии, необходимые в его проектной деятельности, владении комплексом информационно-технологических знаний, навыками работы с линией, пятном, шрифтом, информацией о конструкционно-материальных элементах упаковочных носителей, работать с классическими и современными шрифтовыми гарнитурами

### **1.3 Краткий план построения процесса изучения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины включает лекции и занятия, в рамках которых обучающийся выполняют практические упражнения. При изучении дисциплины применяются формы интерактивного обучения и технологии взаимооценки.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Оценка по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия обучающихся в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения практических (графических) упражнений.

### **1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины дизайн-проект «Современная продающая упаковка» является этапом формирования у обучающегося компетенций необходимых для выполнения нового вида трудовой деятельности в виде анализа информации, необходимой для работы над дизайн-проектом упаковки и ее идентификации, а также определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта, разработка дизайн- макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

**Способность анализировать и определять требования к дизайн - проекту и синтезировать набор возможных решений задач и подходов к выполнению дизайн - проекта (ПК-4)**

**Способность использовать информационные ресурсы: современные информационные технологии и графические редакторы для реализации и создания документации по дизайн-проектам**

**Способность применять методы научных исследований при создании дизайн-проектов и обосновать новизну собственных концептуальных решений**

Результаты освоения дисциплины направлены на формирование профессиональных компетенций и получение возможности продемонстрировать следующие результаты:

- Знать: общие принципы функционирования дизайна упаковки и принципиальное устройство упаковочного рынка; современные и традиционные коммуникативные технологии в дизайне упаковки; правовые основы рекламной деятельности, ФЗ «О рекламе»; современные компьютерные технологии, необходимые в его проектной деятельности;
- Уметь: работать в команде, быть готовым к кооперации с коллегами для выполнения групповых заданий и обсуждения результатов индивидуальных учебных заданий; научно обосновать свои проектные предложения и концептуальные идеи; уметь грамотно использовать поверхность упаковки и проектный потенциал креативной упаковочной концепции;
- Владеть: комплексом информационно-технологических знаний, навыками работы с линией, пятном, шрифтом, информацией о конструкционно-материальных элементах упаковочных носителей, работать с классическими и современными шрифтовыми гарнитурами.

### **1.5. Объем дисциплины**

Нормативная трудоемкость обучения по данной программе – 80 часа.

## **2. Содержание дисциплины**

### **Раздел 1. Введение в основы дизайна упаковки.**

#### **Тема 1.1 Значение упаковки в жизнедеятельности человека.**

Проведение анализа пищевых упаковок.

#### **Тема 1.2 Вкусовые традиции в еде.**

Составление ментальной карты о еде.

#### **Тема 1.3 Выявление вкусовых ассоциаций и создание образов.**

Истории о еде в картинках. Изображение кулинарного блюда. Выполнение макета на ассоциацию о еде.

#### **Тема 1.4 Коммуникация дизайна упаковки.**

Проведение анализа пищевых упаковок.

#### **Тема 1.5 Эмоции в дизайне упаковки.**

Проведение анализа пищевых упаковок. Выполнение упражнений (гендерный признак, эмоции, образ жизни, экономический статус, психотип, возраст).

#### **Тема 1.6 Визуальная коммуникация дизайна упаковки.**

Визуальная коммуникация дизайна упаковки в маркетинговых концепциях. Цвет. Использование пирамиды ограничений А. Маслоу в проектировании дизайна упаковки. Выполнение упражнений (заметность, аппетитность, простота, соотношение цены и качества, уникальность). Шртфт.

Использование пирамиды ограничений А. Маслоу в проектировании дизайна упаковки.

Выполнение упражнений (качество, изысканность, традиции, вкус и структура,

индивидуальность). Иллюстрация. Использование пирамиды ограничений А. Маслоу в проектировании дизайна упаковки. Выполнение упражнений (аппетитность, свежесть).

**Тема 1.7 Теория дизайна упаковки.**

Классификация упаковки. Производство упаковки. Упаковочные материалы. Форма и структура упаковки. Информация на упаковке. Исследования в дизайне упаковки. Инновации в дизайне упаковки. Тренды в упаковке. Будущее дизайна упаковки.

**Раздел 2. Проектирование продающей упаковки****Тема 2.1 Концепция дизайна упаковки.**

Разработать концепцию дизайна упаковки для ядовитого вещества.

**Тема 2.2 Использование исследований психотипов в дизайне упаковки.**

Разработать концепцию дизайна упаковки для сухофруктов.

**Тема 2.3 Использование исследований целевой аудитории в дизайне упаковки.**

Разработать концепцию дизайна упаковки для «Кофе для друга».

**Тема 2.4 Иерархия в подаче текстовой и визуальной информации на упаковке.**

Разработать концепцию технической информации для упаковки под крупу.

**Тема 2.5 Использование исследований индивидуальных потребительских предпочтений в дизайне упаковки.**

Разработать концепцию дизайна упаковки для сухого корма для кошек.

**Раздел 3. Курсовое проектирование продающей упаковки****Тема 3.1 Исследование.**

Утверждение темы. Проведение исследования, изучение аналогов. Составление и утверждение брифа. Сбор информации и ее анализ. Построение ментальных карт.

**Тема 3.2 Концепция.**

Разработка концепции. Разработка серии эскизов и клаузур.

**Тема 3.3 Проект.**

Изготовление иллюстраций. Проектирование серии упаковок. Составление текстов. Верстка сторон упаковки. Изготовление макетов.

**Тема 3.4 Презентация.**

Подготовка к презентации. Презентация и защита проекта. Обсуждение результатов.

**3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ****3.1 Распределение часов дисциплины по темам и видам учебных занятий**

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего час.	В том числе			Формы текущего контроля успеваемости
			Лекция	Практическое занятие в лекц. ауд.	Практическое занятие в комп. ауд.	
1.	<i>Раздел 1</i> Введение в основы дизайна упаковки.	16	6	10	0	-
2.	<i>Раздел 2</i> Проектирование продающей упаковки	23	5	10	8	<i>Практические работы №1,2,3,4</i>
3.	<i>Раздел 3</i> Курсовое проектирование продающей упаковки	41	1	10	30	<i>Практические работы №5,6,7,8</i>
	<b>ИТОГО</b>	<b>80</b>	<b>12</b>	<b>30</b>	<b>38</b>	<b>Зачет с оценкой</b>

## 3.2 ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	№ практ. работы	Наименование тем	Формируемые компетенции (или их части)	Количество часов занятий
1	Практические работы №1 1.	Разработать концепцию дизайна упаковки для сухого корма для кошек.	Изучение информации необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.	2,0
2	Практические работы №2	Разработать концепцию технической информации для упаковки под крупу	Изучение информации необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	2,0
3	Практические работы №3	Разработать концепцию дизайна упаковки для «Кофе для друга».	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн- проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	2,0
4	Практические работы №4	Разработать концепцию дизайна упаковки для сухофруктов	Изучение информации необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  6. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.	2,0

5	<i>Практические работы №5</i>	Составление и утверждение брифа. Построение ментальных карт.	Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации  Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	4,0
	<i>Практические работы № 6</i>	Разработка концепции выбранного объекта. Разработка серии эскизов и клаузур.	Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	6,0
	<i>Практические работы № 7</i>	7. Изготовление иллюстраций. Проектирование серии упаковок. Составление текстов. Верстка сторон упаковки. Изготовление макетов.	Изучение информации, необходимой для работы над дизайн- проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  .Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации  Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  Согласование дизайн-макета с заказчиком и руководством.	12,0
	<i>Практические работы №8</i>	9. Презентация и защита курсового проекта разрабатываемого объекта	8. Подготовка графических материалов для передачи в производство, идентификации и коммуникации.  Согласование дизайн-макета с заказчиком и руководством.  9. Подготовка графических материалов для передачи в производство, идентификации и коммуникации.	8,0
			<b>ИТОГО</b>	<b>38,0</b>

### 3.3 Интерактивные формы проведения занятий по дисциплине

№ п/п	Раздел/ Тема	Методы интерактивного обучения	Кол-во час.
1.	<b>Раздел 1. Введение в основы дизайна упаковки.</b>	<b>Интерактивная лекция.</b>	<b>6</b>
1.1	Значение упаковки в жизнедеятельности человека.	Интерактивная лекция.	1

	Анализ и обсуждение пищевых упаковок.		
1.2	Вкусовые традиции в еде. Составление ментальной карты и ее презентация с обсуждением.	Интерактивная лекция.	1
1.3	Выявление вкусовых ассоциаций и создание образов. Составление ментальной карты и ее презентация с обсуждением.	Интерактивная лекция.	1
1.4	Коммуникация дизайна упаковки. Анализ и обсуждение пищевых упаковок.	Интерактивная лекция.	1
1.5	Эмоции в дизайне упаковки. Анализ и обсуждение пищевых упаковок.	Интерактивная лекция.	1
1.6	Визуальная коммуникация дизайна упаковки. Анализ и обсуждение пищевых упаковок.	Интерактивная лекция.	1
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Проектирование продающей упаковки</b>	<b>Деловая игра.</b>	<b>6</b>
2.2	Использование исследований психотипов в дизайне упаковки	Деловая игра.	1
2.3	Использование исследований целевой аудитории в дизайне упаковки	Деловая игра.	1
2.4	Иерархия в подаче текстовой и визуальной информации на упаковке	Деловая игра.	2
2.5	Использование исследований индивидуальных потребительских предпочтений в дизайне упаковки	Деловая игра.	2
	<b>Всего:</b>		<b>12</b>

Реализация программы дисциплины «Современная продающая упаковка» предполагает использование следующих технологий: традиционные лекционные занятия под руководством преподавателя в аудитории в сочетании с практическими занятиями, интерактивные лекции с разбором конкретных ситуаций и групповые деловые игры.

В учебном процессе используются следующие методы обучения: словесные (индуктивные и репродуктивные), наглядные (дедуктивные и наглядно-поисковые), методы стимулирования к процессу обучения (создание эмоционально-нравственных ситуаций, метод предъявления требований, поощрения и наказания), методы контроля и самоконтроля (обсуждения в группе).

### 3.4 Контрольные вопросы

1. Какое значение имеет упаковка в современном обществе?
2. Какими признаками обладает конкурентоспособная упаковка?
3. Чем отличается древняя упаковка от современной упаковки?
4. В чем состоят особенности упаковывания товаров у разных народов?
5. По каким критериям различают упаковку от тары?
6. Признаки классификации упаковки?
7. Бриф на проектирование упаковки?
8. Способы печати на упаковке?
9. Из каких этапов состоит печатный процесс упаковки?
10. Какие существуют виды постпечатного оформления готовой упаковки?
11. Виды современных упаковочных материалов?
12. Инновационные упаковочные материалы?
13. Маркетинговые концепции?
14. Зачем дизайнеру по упаковке знать основы маркетинга?
15. Что такое – УТП, и какое оно имеет отношение к дизайну упаковки?



16. Что такое конкурентное преимущество упаковки?
17. Для каких целей исследуют упаковку конкурентов?
18. Какие бывают методы сбора информации для проектирования упаковки?
19. Какие цветовые ассоциации вы можете назвать в категории продуктов питания?
20. Влияние цвета на конкурентоспособность упаковки?
21. Влияние формы на конкурентоспособность упаковки?
22. Как структура упаковки становится способом коммуникации с потребителем?
23. Как сильно форма и структура упаковки зависят от развития новых технологий?
24. Какие шрифтовые приемы могут привлечь внимание покупателя?
25. Какими графическими средствами достигается удобная навигация взгляда потребителя по поверхности упаковки?
26. Какое значение имеет нормативно-законодательная информация на упаковке?
27. Значение иллюстрации в дизайне упаковки?

#### 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИН

##### Основная литература

1. Афонасова, М.А. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.А. Афонасова ; ТУСУР. - Томск : Эль Контент, 2012. - 108 с.. - - РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=208641>

2. Марусева, И.В. Творческая реклама [Электронный ресурс]: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) : монография / И.В. Марусева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 419 с. : ил. - - РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276141>

##### Дополнительная литература

1. Тарасова О. П. Организация проектной деятельности дизайнера: учеб. пособие. – Оренбург: ОГУ, 2013. – 133 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270309&sr=1>
2. Макашев, М. О. Бренд-менеджмент : учеб. пособие / М. О. Макашев. - СПб.: Питер, 2013. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390&sr=1>

##### Интернет-источники

1. Popsop.ru : [Портал об упаковке]. URL: <http://www.popsop.ru>.
2. Unipack.ru : [Портал об упаковке]. URL: <http://unipack.ru>
3. Как.ru : [Портал о графическом дизайне и рекламе]. URL: <http://kak.ru>.

#### 5. Материально технические условия реализации программы

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Аудитория	Лекция	Компьютер, мультимедийный проектор, звук, экран, доска, программа Microsoft Office PowerPoint.
Аудитория	Практическое занятие	Писчая бумага, ватман А3, цветные журнальные страницы, ножницы (резак), клей-карандаш, карандаши, фломастеры, краски, кисти, тушь с пером (рапидограф),

		чертежные инструменты.
Компьютерный класс	Лекция	Компьютер, мультимедийный проектор, звук, экран, доска, программа Microsoft Office PowerPoint.
Компьютерный класс	Практическое занятие	Компьютеры, графические программы Adobe Photoshop, CorelDraw (или Illustrator), принтер цветной для формата бумаги А4 или А3, сканер.

Обучающийся считается аттестованным, если процент посещаемости занятий составляет более 60% от общего количества часов и зачетные задания выполнены. Лучшие работы отбираются в методический фонд, а затем могут участвовать в различных выставках по упаковке или использоваться в методических пособиях.

## 6. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:				
№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Место работы
1	Босых Ирина Борисовна	Доцент	Доцент кафедры ГД	УрГАХУ
Согласовано:				
1	Дивакова Марина Николаевна	Доцент, к.арх	Декан ФДПО	УрГАХУ

Программа одобрена на заседании Совета ФДПО «11» сентября 2023 г., протокол № 011-430-12