

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 09.06.2022 16:45:58  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae16e

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

*Институт мировой экономики и бизнеса*

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.01.11 Основы дизайна**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

Реклама

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Основы дизайна» является структурный анализ изобразительных средств дизайна, их выразительных возможностей, систем композиционного построения, закономерностей взаимодействия для наиболее точного и эмоционального выражения рекламы.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Основы дизайна» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-12	Способен искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.	УК-12.1. Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;
		УК-12.2. Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков,	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
		ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

<b>Шифр</b>	<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)</b>
	особенностями иных знаковых систем	
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.
		ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
		ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-8	Способен осмысленно и плодотворно использовать цифровые технологии для эффективного решения профессиональных задач в сфере рекламы и PR	ОПК-8.1 Знает цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ.
		ОПК-8.2 Умеет вводить и обрабатывать текстовые данные, сканировать и обрабатывать графическую информацию; использовать цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ.
		ОПК-8.3 Владеет навыками использования цифровых технологий, методов и способов технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; владеет навыками создания и ведения информационных баз данных; навыками размещения информации в цифровом пространстве.
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению,	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной

<b>Шифр</b>	<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)</b>
	использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
		ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
		ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

### **3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО**

Дисциплина «Основы дизайна» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Основы дизайна».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

<b>Шифр</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины/модули, практики</b>	<b>Последующие дисциплины/модули, практики</b>
УК-12	Способен искать нужные источники информации и данные,	Основы теории коммуникации	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
	воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.	Компьютерные технологии и информатика  Основы речевой коммуникации	Основы интегрированных коммуникаций в PR  Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Основы теории коммуникации  Основы речевой коммуникации  Социология	Управление медиакампаниями  Управление коммуникационными проектами
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в	Искусство  История  Литература	Управление медиакампаниями  Управление коммуникационными проектами

<b>Шифр</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины/модули, практики</b>	<b>Последующие дисциплины/модули, практики</b>
	процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Мировая художественная культура	История кинематографа
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Компьютерные технологии и информатика	Информационные технологии в рекламе и PR  Технологии производства в рекламе и связях с общественностью  Теория и практика массовой информации
ОПК-8	Способен осмысленно и плодотворно использовать цифровые технологии для эффективного решения профессиональных задач в сфере рекламы и PR	Нестандартные рекламные и PR-технологии Современные технологии презентации	Информационные технологии в рекламе и PR  Технологии производства в рекламе и связях с общественностью
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по	Реклама в современном мире  PR в современном мире  Компьютерные технологии и информатика  Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности	Теория и практика массовой информации  Теория и практика рекламных кампаний  Управление коммуникационными проектами

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
	информационным ресурсам)		

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы дизайна» составляет 7 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2	3	4	
Контактная работа, ак.ч.	68	-	-	68	-	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	34	-	-	34	-	
Лабораторные работы (ЛР)	34	-	-	34	-	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	-	-	-	-	-	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	157	-	-	157	-	
Контроль (экзамен), ак.ч.	27	-	-	27	-	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	252	-	-	252	-
	зач.ед.	7	-	-	7	-

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Основы визуальной культуры.	Тема 1.1. Ощущения как источник знаний. Виды ощущений.	ЛК
	Тема 1.2. Зрительные образы памяти, воображение, ассоциации – источники формирования образов в изобразительной деятельности.	ЛК, ЛР

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	Тема 1.3. Психофизиология восприятия цвета и формы. Восприятие как процесс конструирования целостного образа из элементов и деталей.	ЛК, ЛР
	Тема 1.4. Гештальт-психология: взаимодействие формы и цвета, группировки, иллюзии.	ЛК, ЛР
Раздел 2. Основные сведения о композиции. Принципы работы с формой (формообразование).	Тема 2.1. Единство форм органического мира. Спираль, шар, многогранники, труба, дерево, звезда. Закономерности предметного мира. Отражение физических законов в композиции. Законы гравитации, равновесия, движения, оптики, эквивалентов, сохранения массы, постоянства пропорций.	ЛК, ЛР
	Тема 2.2. Основные формы – квадрат, треугольник, круг – с точки зрения семантики, психологии восприятия, динамики формы и т.д. Признаки композиционного построения формы.	ЛК, ЛР
	Тема 2.3. Базовое понятие о композиции, как об организующей структуре, изобразительной системы для выражения идеи.	ЛК, ЛР
	Тема 2.4. Определение рельефа. Физические и эмоциональные характеристики рельефа. Применение рельефа в рекламе.	ЛК, ЛР
Раздел 3. Цвет, цветовая выразительность и цветовые гармонии в рекламе.	Тема 3.1. Цвет. Зрительные ощущения.	ЛК, ЛР
	Тема 3.2. Психологические характеристики цветов, позитивные и негативные характеристики цвета, возрастные особенности восприятия цвета. Роль цвета в формировании визуальных образов.	ЛК, ЛР
	Тема 3.3. Цветовые предпочтения. Гармонизации родственных, родственно-контрастных, контрастных цветов.	ЛК, ЛР
Раздел 4. Шрифт и типографика в рекламе.	Тема 4.1. Буква как знак. Этапы и исторические основания формирования шрифтовой (знаковой) формы. Линия, точка, пятно в шрифтовой графике. Системы соподчинения изображения и шрифта по нюансу и по контрасту.	ЛК, ЛР
	Тема 4.2. Форма и контрформа как единое целое. Значение ритма в шрифтовых композициях. Геометрическое и оптическое восприятие шрифтовых элементов. Системы соподчинения в типографических композициях. Модульные сетки.	ЛК, ЛР



Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	Тема 4.3. Образ как концентрированное выражение идеи. Шрифт и изображение. Анализ изображения. Этапы работы над созданием шрифтовой композиции в рекламном сообщении. Креативные основы методологии создания выразительного образа.	ЛК, ЛР
Раздел 5. Разработка креативных визуальных концепций и графических решений для рекламной продукции.	Тема 5.1. Феноменологические и эмоциональные характеристики для графического выражения образа фирмы и т.д. Основные рекламные средства, имиджевые понятия на которые опирается визуальный образ. Оптимальное количество цветов в рекламном обращении.	ЛК, ЛР
	Тема 5.2. Определение фирменного стиля. Функции систем корпоративной идентичности. Принцип разработки фирменного стиля, его развитие и рестайлинг. Графические составляющие фирменного стиля: знак, логотип, комбинированный знак.	ЛК, ЛР
	Тема 5.3. Качество цвета и полиграфия. Практические рекомендации по работе с современными цветовыми системами.	ЛК, ЛР
Раздел 6. Итоговый проект.	Практикум по разработке креативных визуальных концепций и графических решений для рекламной продукции.	ЛР

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины*

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		<p>оборудование:  мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы (Power Point, Prezi, Photoshop, Illustrator), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS</p>
Лаборатория	<p>Аудитория для проведения лабораторных работ, индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и оборудованием.</p>	<p>Программы Power Point, Prezi, Photoshop, Illustrator.  Материалы: бумага А4-А5, линейка, циркуль, набор тонких фломастеров, лайнеров или шариковых ручек, простой карандаш, ножницы</p>
Семинарская	<p>Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.</p>	
Компьютерный класс	<p>Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.</p>	
Для	Аудитория для самостоятельной работы	стационарный

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
самостоятельной работы обучающихся	обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы (Power Point, Prezi, Photoshop, Illustrator), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. Жукова Т.Е. Композиционное моделирование: Методические указания к изучению курса. – М. : Изд-во РУДН, 2012. - 17 с.  
<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/2513>
2. Соловьева А.В. Дизайн архитектурной среды: учебное пособие. – М.: РУДН, 2016. – 177 с.
3. Тулупов В.В. Техника и технология медиадизайна. В 2-х кн.: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2018, 2019. - 208 с.  
<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6230>

### *Дополнительная литература:*

1. Агостон Ж. Теория цвета и ее применение в искусстве и дизайне. Пер. с англ. – М.: Мир, 1982.
2. Бесчастнов Н.П. Черно-белая графика. – М., Владос, 2008.
3. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике. – М.: Д.Аронов, 2006.
4. Бхаскаран Л. Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы. – М.: АСТ, Астрель, 2006.
5. Бхаскаран Л. Дизайн и время. Стили и направления в современном искусстве и архитектуре. – М.: Арт-Родник, 2007.
6. Иттен И.И. Искусство цвета. – М.: Изд. Аронов, 2001.
7. Кандинский В.В. Точка и линия на плоскости. – СПб., 2001.
8. Кнабе Д.А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. – М.: Диалектика, 2006.
9. Королькова А. Живая типографика. – М.: Индекс маркет, 2008.
10. Лаврентьев А. Н. История дизайна. Учеб. пособие для вузов. — М.: ГАРДАРИКИ, 2007.
11. Минервин Г.Б., Шимко В.Т., Ефимов А.В. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник. – М., 2004.
12. Сурина М.О. Цвет и символ в искусстве, дизайне и архитектуре. – Ростов н/Д., 2003.
13. Ткалич С.К. Основы коммуникативного дизайна. – М., 2007.
14. Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн. – СПб.: БХВ-Петербург, 2004.
15. Яньшин П.В. Психосемантика цвета. – СПб.: Речь, 2006.

### *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:
  - Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
  - ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
  - ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
  - ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
  - ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
  - ЭБС «Троицкий мост»
2. Базы данных и поисковые системы:
  - электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
  - поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
  - поисковая система Google <https://www.google.ru/>
  - реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>
  - информационный портал о дизайне <http://kak.ru>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Основы дизайна».
2. Лабораторный практикум по дисциплине «Основы дизайна».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Основы дизайна» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

*Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Основы дизайна» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.*

<https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=8455>

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»  
Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета*

**Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.,

протокол № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Н.В. Трубникова

(подпись)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**«Основы дизайна»**

(42.03.01) «Реклама и связи с общественностью»

«Реклама», «Связи с общественностью»

Квалификация «бакалавр»

**Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Основы дизайна»**

Направление: (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью»

Дисциплина: «Основы дизайна»

Код индикаторов контролируемой компетенции	Контролируемый раздел дисциплины	Контролируемая тема дисциплины	ФОСы (формы контроля уровня освоения дисциплины)			Баллы темы	Баллы раздела	
			Аудиторная работа	Самостоятельная работа				Итоговый проект (аттестационное испытание)
				Работа на занятии: конспект лекций	Проектная работа			
УК-12.1; УК-12.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2;	Раздел 1. Основы визуальной культуры.	Тема 1.1. Ощущения как источник знаний. Виды ощущений.	3	4	4	3	53	
		Тема 1.2. Зрительные образы памяти, воображение, ассоциации – источники формирования образов в изобразительной деятельности.	3	4	4	3		14
		Тема 1.3. Психофизиология восприятия цвета и формы. Восприятие как процесс конструирования целостного образа из элементов и деталей.	1,5	4	4	3		12,5

		Тема 1.4. Гештальт-психология: взаимодействие формы и цвета, группировки, иллюзии.	1,5	4	4	3	12,5	
ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3	Раздел 2. Основные сведения о композиции. Принципы работы с формой (формообразование).	Тема 2.1. Единство форм органического мира. Отражение физических законов в композиции. Законы гравитации, равновесия, движения, оптики, эквивалентов, сохранения массы, постоянства пропорций.	1,5	4	4	2	11,5	47
		Тема 2.2. Основные формы – квадрат, треугольник, круг – с точки зрения семантики, психологии восприятия, динамики формы и т.д. Признаки композиционного построения формы.	1,5	4	4	2	11,5	
		Тема 2.3. Базовое понятие о композиции, как об организующей структуре, изобразительной системы для выражения идеи.	1,5	5	3	2	11,5	
		Тема 2.4. Определение рельефа, его	1,5	6	3	2	12,5	



		характеристики и применение в рекламе.						
		Всего	15	35	30	20	100	100

## Балльно-рейтинговая система оценки знаний по дисциплине

Система оценки знаний по дисциплине осуществляется по 100-балльной системе и включает оценку учебной деятельности студента по следующим параметрам:

- работа на занятии: конспект лекций;
- проектная работа;
- практические задания;
- выполнение итоговой аттестации (проект).

**100 баллов, которые за семестр может набрать студент, распределяются следующим образом:**

№ п/п	ВИД УЧЕБНОЙ НАГРУЗКИ	БАЛЛЫ
1.	Работа на занятии: конспект лекций	15 баллов
2.	Практические задания	30 баллов
3.	Проектная работа	35 баллов
4.	Итоговое аттестационное испытание по дисциплине (проект)	20 баллов
	Всего:	100 баллов

В процессе освоения Программы применяются следующие виды контроля: текущий, рубежный, промежуточный.

Текущий контроль проводится в форме устного собеседования.

Рубежный контроль осуществляется с помощью защиты проектной работы, защиты заданий и проводится в рамках аудиторных занятий. Результат рубежной аттестации выражается количеством баллов, набранных студентом.

Промежуточный контроль проводится в форме экзамена с целью проверки и оценки полученных знаний. Максимальная оценка за промежуточную аттестацию – 20 баллов.

### Условия прохождения курса и сдачи экзамена

Уровень освоения студентами дисциплины, в целом, соответствует оценкам по традиционной шкале оценок и по шкале ECTS (A(5+); B(5); C(4); D(3+); E(3); FX(2+); F(2)).

Соответствие систем оценок (используемых ранее оценок итоговой академической успеваемости, оценок ECTS и балльно-рейтинговой системы оценок текущей успеваемости).

Баллы БРС	Традиционные оценки РФ	Оценки ECTS
95 – 100	Отлично – 5	A (5+)
86 – 94		B (5)
69 – 85	Хорошо – 4	C (4)
61 – 68	Удовлетворительно – 3	D (3+)
51 – 60		E (3)
31 – 50	Неудовлетворительно – 2	FX (2+)
0 – 30		F (2)
51 - 100	Экзамен	Passed

### Описание оценок ECTS

<b>A</b>	<b>“Отлично”</b> – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
<b>B</b>	<b>“Очень хорошо”</b> – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.
<b>C</b>	<b>“Хорошо”</b> – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
<b>D</b>	<b>“Удовлетворительно”</b> – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.
<b>E</b>	<b>“Посредственно”</b> – теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.
<b>FX</b>	<b>“Условно неудовлетворительно”</b> – теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.

<b>F</b>	<p><b>“Безусловно неудовлетворительно”</b> – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.</p>
----------	---

**Положительными оценками**, при получении которых курс засчитывается обучаемому в качестве пройденного, являются оценки А, В, С, D и Е.

1. Раздел дисциплины «Введение в специальность» считается освоенным, если студент набрал более 50 % от возможного числа баллов по этому разделу.
2. Студент не может быть аттестован по дисциплине, если он не освоил все темы и разделы дисциплины, указанные в сводной оценочной таблице дисциплины.
3. По решению преподавателя и с согласия студентов, не освоивших отдельные разделы (темы) изучаемой дисциплины, в течение учебного семестра могут быть повторно проведены мероприятия текущего контроля успеваемости или выданы дополнительные учебные задания по этим темам или разделам. При этом студентам за данную работу засчитывается минимально возможный положительный балл (51 % от максимального балла).
4. При выполнении студентом дополнительных учебных заданий или повторного прохождения мероприятий текущего контроля, полученные им баллы засчитываются за конкретные темы. Итоговая сумма баллов не может превышать максимального количества баллов, установленного по данным темам (в соответствии с приказом Ректора № 564 от 20.06.2013). По решению преподавателя предыдущие баллы, полученные студентом по учебным заданиям, могут быть аннулированы.
5. График проведения мероприятий текущего контроля успеваемости формируется в соответствии с календарным планом курса. Студенты обязаны сдавать все задания в сроки, установленные преподавателем.
6. Время, которое отводится студенту на выполнение мероприятий текущего контроля успеваемости, устанавливается преподавателем.
7. Использование источников (в том числе конспектов лекций) во время выполнения контрольных мероприятий не разрешается.
8. Отсрочка в прохождении мероприятий текущего контроля успеваемости считается уважительной только в случае болезни студента, что подтверждается наличием у него медицинской справки, заверенной круглой печатью в поликлинике № 25, предоставляемой преподавателю не позднее двух недель после выздоровления. В этом случае выполнение контрольных мероприятий осуществляется после выздоровления студента в срок, назначенный преподавателем. В противном случае, причина отсутствия студента на контрольном мероприятии признается неуважительной.
9. Студент допускается к итоговому контролю знаний с любым количеством баллов, набранных в семестре, но при условии, что у студента имеется теоретическая возможность получить за весь курс не менее 31 балла.
10. По результатам итогового контроля знаний студент может набрать максимально 20 баллов.

11. Если в итоге за семестр студент получил менее 31 балла, то ему выставляется оценка F и студент должен повторить эту дисциплину в установленном порядке. Если же в итоге студент получил 31-50 баллов, т. е. FX, то студенту разрешается добор необходимого (до 51) количества баллов путем повторного одноразового выполнения предусмотренных контрольных мероприятий, при этом по усмотрению преподавателя аннулируются соответствующие предыдущие результаты.
12. Ликвидация задолженностей проводится в период, установленный деканатом ИМЭБ.

## *Приложение 2*

### **1. Критерии оценки конспектов лекций по курсу «Основы дизайна»**

Максимальное количество баллов – 5.

Темы 1-2 оцениваются в 1 балл за конспект одной лекции по 1 теме.

Техническая оценка	Соответствие содержания теме	0,3 балла
	Адекватность фиксации материала	0,3 балла
Оценка содержания	Все ли тезисы лекции отражены в конспекте	0,4 балла

Темы 3-5 оцениваются в 0,5 балла за конспект одной лекции 1 темы.

Техническая оценка	Соответствие содержания теме	0,1 балла
	Адекватность фиксации материала	0,1 балла
Оценка содержания	Все ли тезисы лекции отражены в конспекте	0,3 балла

#### **Компетенции:**

Конспект лекций направлен на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

## 2. Практические задания по курсу «Основы дизайна»

№ п/п	Раздел и тема занятия	Описание лабораторной работы	Материалы и программное обеспечение
1.	<p><b>Раздел 1. Основы визуальной культуры.</b></p> <p><b>Тема 1. Зрение, принципы восприятия и обработки визуальной информации.</b></p>	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №1:</b></p> <p><b>ВИЗУАЛИЗАЦИЯ СВОЙСТВ И ХАРАКТЕРИСТИК</b></p> <p><b>Технология создания изображения:</b> смешанная техника, коллаж, цифровое изображение формата А4-А5</p> <p><b>ОПИСАНИЕ: СОЗДАНИЕ КОЛЛАЖА ПО ЗАДАННОЙ ТЕМАТИКЕ</b></p> <p>Количество не менее 3х изображение для словосочетания</p> <p><b>Цель работы:</b> <b>ВИЗУАЛИЗАЦИЯ СВОЙСТВ И ХАРАКТЕРИСТИК</b></p> <p><b>ПОДРОБНОЕ ОПИСАНИЕ:</b> задание предполагает составление смысловых, но неизобразительных (абстрактных) композиции из простых элементов, выражающих действие, состояние, настроение. Поиск образных решений выполняется для объектов (словосочетаний) и для образов (референсов).</p>	<p>Феноменологическое и образные характеристики объектов</p> <p><b>Материалы:</b> бумага А4-А5, линейка, циркуль, набор тонких фломастеров, лайнеров или шариковых ручек, простой карандаш, ножницы</p> <p><b>Программы:</b> Photoshop, Illustrator</p>
2.	<p><b>Раздел 2. Основные сведения о композиции. Принципы работы с формой (формообразование).</b></p> <p><b>Тема 3. Определение композиции. Виды композиционных построений.</b></p>	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №2:</b></p> <p><b>СРАВНЕНИЕ ОБЪЕКТОВ</b></p> <p><b>Технология создания изображения:</b> рисунок, чертеж, коллаж, цифровое изображение формата А4-А5</p>	<p><b>Материалы:</b> бумага А4-А5, линейка, циркуль, набор тонких фломастеров, лайнеров или шариковых ручек, простой карандаш, ножницы</p>

		<p><b>ОПИСАНИЕ: СРАВНЕНИЕ 2Х ПОХОЖИХ ОБЪЕКТОВ (2А) И СРАВНЕНИЕ 1ГО И НЕСКОЛЬКИХ ОБЪЕКТОВ (2Б)</b></p> <p><b>Цель работы:</b> поиск баланса простых и сложных объектов размещенных в пределах одного композиционного построения</p> <p><b>РАСШИРЕННОЕ ОПИСАНИЕ:</b> лабораторная работа заключается в создании сбалансированной\несбалансированной композиции с помощью двух и более объектов на выбранном листе бумаги.</p> <p>Можно перенести изображение в цифровой формат и дополнить тонировкой фрагментов изображения.</p> <p>Глоссарий: базовые характеристики формы, иерархия, баланс визуальных масс, пропорции, масштаб. Способы формообразования: симметрия, асимметрия, статика, динамика, ритм</p>	<p><b>Программы:</b> Photoshop, Illustrator</p>	
3.	<p><b>Раздел 2. Основные сведения о композиции. Принципы работы с формой (формообразование). Тема 4. Системные составляющие и элементы композиции: точка, линия, пятно, силовые линии и поля.</b></p>	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №3</b></p> <p><b>Принципы и признаки композиционных построений.</b></p> <p><b>Технология создания изображения:</b> рисунок, чертеж, коллаж, цифровое изображение формата А4-А5</p> <p><b>ОПИСАНИЕ: ОБРАЗЦЫ ЛИНИЙ (1А) И ЧЛЕНЕНИЕ ПРОСТРАНСТВА (ПЛОСКОСТИ) ЛИНИЯМИ (1Б,1В....)</b></p>	<p><b>Материалы:</b> бумага белая и цветная, линейка, циркуль, набор тонких фломастеров, лайнеров или шариковых ручек, простой карандаш, ножницы</p> <p><b>Программы:</b> Photoshop, Illustrator</p>	

		<p><b>Цель работы:</b> поиск баланса объектов полученных в результате деления плоскости линиями.</p> <p><b>РАСШИРЕННОЕ ОПИСАНИЕ:</b></p> <p>Работа начинается с исследования свойств и характеристик такого элемента композиции как линия: студенты создают «палитру» из разного типа линий перед началом основной работы.</p> <p>Эта часть работы выглядит как листок с образцами линий (от края до края любым инструментом в количестве не менее 30 вариантов), а собственно сама лабораторная работа заключается в создании сбалансированной\несбалансированной композиции с помощью линий на выбранном листе бумаги.</p> <p>Можно перенести изображение в цифровой формат и дополнить тонировкой фрагментов изображения.</p> <p>Глоссарий: принципы и признаки композиционных построений. Виды композиций. Архитектоника, баланс. Виды баланса. Контраст, нюанс, тождество применительно к базовым характеристикам.</p>		
4.	<p><b>Раздел 2. Основные сведения о композиции. Принципы работы с формой (формообразование). Тема 4. Системные составляющие и элементы композиции: точка, линия, пятно, силовые линии и поля.</b></p>	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №4: ИЗУЧЕНИЕ СВОЙСТВ ФАКТУРЫ</b></p> <p>Технология создания изображения: тонкие фломастеры, формат А4-А5</p> <p><b>ЗА – ПОДБОР ФАКТУРЫ : ЗАПОЛНЕНИЕ ЛИСТА РАЗНООБРАЗНЫМИ ФАКТУРАМИ</b></p> <p><b>СОЗДАНЫМИ С ПОМОЩЬЮ ТОНКИХ ФЛОМАСТЕРОВ</b></p>	<p><b>Материалы:</b> бумага А4-А5, линейка, циркуль, набор тонких фломастеров, лайнеров или шариковых ручек, простой карандаш, ножницы</p> <p><b>Программы:</b> Photoshop, Illustrator</p>	



		<p><b>Технология создания изображения:</b> тонкие фломастеры, смешанная техника, коллаж, формат А4-А5</p> <p><b>ЗБ, ЗС и т.д. – СОЗДАНИЕ СМЫСЛОВЫХ КОМПОЗИЦИЙ С АКЦЕНТОМ НА ФАКТУРНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ</b></p> <p><b>ПОДРОБНОЕ ОПИСАНИЕ:</b> найти красивую картинку с явственным образом, создать абстрактный аналог с применением разнообразных фактур</p> <p><b>Цель работы:</b> Задание на составление абстрактных композиции с помощью разнообразных фактур, выражающих действие, состояние, настроение. Поиск образных решений выполняется для объектов (словосочетаний) и для образов (референсов).</p> <p>Глоссарий: принципы и признаки композиционных построений. Виды композиций. Архитектоника, баланс. Виды баланса. Контраст, нюанс, тождество применительно к базовым характеристикам.</p>		
5.	<p><b>Раздел 2. Основные сведения о композиции. Принципы работы с формой (формообразование).</b></p> <p><b>Тема 5. Законы и принципы композиционных построений. Формообразование как способ гармонизации формы.</b></p>	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №5: ПРОПОРЦИОНИРОВАНИЕ</b></p> <p><b>Технология создания изображения:</b> рисунок, чертеж, коллаж, цифровое изображение формата А4-А5</p> <p><b>ОПИСАНИЕ: РАЗМЕЩЕНИЕ ОДНОГО ИЛИ НЕСКОЛЬКИХ ОБЪЕКТОВ НА ПАСПОРТУ И С РАМКОЙ</b></p> <p><b>Цель работы:</b> формирование понятия геометрическое и</p>	<p><b>Материалы:</b> бумага А4-А5, линейка, циркуль, набор тонких фломастеров, лайнеров или шариковых ручек, простой карандаш, ножницы</p> <p><b>Программы:</b> Photoshop, Illustrator</p>	

		<p>оптическое в изобразительной системе, поиск баланса формы и контрформы в пределах одного композиционного построения</p> <p><b>РАСШИРЕННОЕ ОПИСАНИЕ:</b> найдите интересные объекты из разных областей деятельности (изображения) и с разными цветовыми геометрическими характеристиками. Разместите эти изображения на плоскости подбирая цвет и размер так, чтобы максимально выявить (сохранить) внимание к основным объектам.</p> <p>Глоссарий: композиционное формообразование: симметрия, асимметрия, статика, динамика, ритм.</p>		
б.	<p><b>Раздел 2. Основные сведения о композиции. Принципы работы с формой (формообразование).</b></p> <p><b>Тема 5. Законы и принципы композиционных построений. Формообразование как способ гармонизации формы.</b></p>	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №6: ФОРМА\КОНТРФОРМА</b></p> <p><b>Технология создания изображения:</b> смешанная техника, коллаж, цифровое изображение формата А4-А5</p> <p><b>ОПИСАНИЕ: РАЗМЕЩЕНИЕ ОДНОГО ИЛИ НЕСКОЛЬКИХ ОБЪЕКТОВ НА ПАСПОРТУ И С РАМКОЙ</b></p> <p><b>Цель работы:</b> формирование понятия геометрическое и оптическое в изобразительной системе, поиск баланса формы и контрформы в пределах одного композиционного построения</p> <p><b>РАСШИРЕННОЕ ОПИСАНИЕ:</b> подберите ассиметричный объект (изображение) с выраженной динамической формой. Разместите это изображения на плоскости подбирая цвет и размер так, чтобы максимально выявить (усилить)</p>	<p><b>Материалы:</b> бумага А4-А5, линейка, циркуль, набор тонких фломастеров, лайнеров или шариковых ручек, простой карандаш, ножницы</p> <p><b>Программы:</b> Photoshop, Illustrator</p>	

		<p>динамические характеристики объекта.</p> <p>Глоссарий: композиционное формообразование: симметрия, асимметрия, статика, динамика, ритм.</p>		
7.	<p><b>Раздел 3. Цвет, цветовая выразительность и цветовые гармонии в рекламе.</b></p>	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №7</b></p> <p><b>Исследование цветовых характеристик.</b></p> <p><u>Цель работы:</u> изучение основных цветовых характеристик.</p> <p>Для работы студенты создают калиброванные цветовые шкалы и исследуют зависимость цветовосприятия от степени насыщенности, светлоты, цветового тона и близости объектов.</p>	<p><b>Материалы:</b> бумага А4-А5, гуашь, вода, кисти</p> <p><b>Программы:</b> <b>Photoshop, Illustrator</b></p>	
8.	<p><b>Раздел 3. Цвет, цветовая выразительность и цветовые гармонии в рекламе.</b></p>	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №8</b></p> <p><b>ЦВЕТОВЫЕ ГАРМОНИИ .</b></p> <p><u>Цель работы:</u> изучение психологии цветовосприятия и устоявшихся стереотипов связанных с цветом. Изучение понятия гармония и гармоничные сочетания, создание цветовых гармоний на основе контрастных, родственно-контрастных и родственных цветов.</p>	<p><b>Материалы:</b> бумага А4-А5, гуашь, вода, кисти</p> <p><b>Программы:</b> <b>Photoshop, Illustrator</b></p>	
	<p><b>Раздел 5. Разработка креативных визуальных концепций и графических решений для рекламной продукции.</b></p>	<p><b>САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ ТВОРЧЕСКАЯ РАБОТА</b></p> <p><b>«Проведение исследования для итогового творческого проекта»</b></p> <p><u>Цель работы:</u> Проведение исследований в области визуальных коммуникаций.</p>		

№ п/п		Раздел и тема	Понятийный ряд и содержание заданий	Рекомендации по выполнению и комментарии	
1		Раздел 4. Шрифт и типографика в рекламе.	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №1(9)</b></p> <p><b>Альбом шрифтов. Часть 1. Задание 1.</b> «Классификация шрифтов»</p> <p>Цель работы: изучение принципа классификации наборных шрифтов.</p> <p>Распечатки формата А4 в соответствии с заданной классификацией</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– скачать с сайта <a href="http://www.economis.rudn.ru">www.economis.rudn.ru</a> Классификацию наборных шрифтов;</li> <li>– подобрать примеры шрифтов из разных классификационных групп;</li> <li>– распечатать примеры шрифтов в различных размерах (кегле) с указанием гарнитуры и кегля шрифта по шаблону.</li> </ul>	
2		Раздел 4. Шрифт и типографика в рекламе.	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №2(10)</b></p> <p><b>Альбом шрифтов. Часть 1. Домашнее задание 1.</b> «Базовые характеристики шрифтовой формы»</p> <p>Цель работы: изучение принципа классификации наборных шрифтов.</p> <p>Подготовить презентацию с описанием 3-4 шрифтов.</p> <p>Понятийный ряд:</p> <p>Фонема, графема, штрих, анатомия буквы.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– подобрать примеры шрифтов из разных классификационных групп;</li> <li>– изучить описания к наиболее характерным и часто употребляемым шрифтам на основе информации с сайта <a href="http://www.paratype.ru">www.paratype.ru</a>;</li> <li>– составить описание шрифтов, по одному из каждой классификационной группы, исходя из анатомических и конструктивных особенностей шрифтовой формы.</li> </ul>	
3		Раздел 4. Шрифт и типографика в рекламе.	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №3(11) «Шрифты и алфавиты»</b></p> <p><b>Задание 1.</b></p> <p><b>Цель работы:</b></p>	<p>Практическая часть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– подобрать примеры и описания к шрифтам разных эпох (рукописные книги,</li> </ul>	

			<p>- рассмотреть историю развития шрифтовой формы и этапы ее формирования;</p> <p>- стилизовать надписи под древний алфавит.</p> <p>Понятийный ряд:</p> <p>Рукописный шрифт, наборный шрифт, ручной набор, литера, линотайп, монотайп, фотонабор, компьютерный набор, шрифт, гарнитура.</p>	<p>металлический набор, современные шрифты)</p> <p>- представить в виде файла с картинками и описанием (с расширением .doc)</p>	
5			<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №4(12)</b></p> <p><b>«ЗНАКОВАЯ ФОРМА»</b></p> <p>Цель работы: изучение основ работы с тушью и чернилами; изучение основ каллиграфического письма; изучение влияния инструмента на характер знаковой формы.</p> <p>Понятийный ряд:</p> <p>виды перьев (редис, рондо, плакатное, каллиграфическое), рукописные латинские шрифты (унциал, полуунциал, римское квадратное письмо, готические шрифты: швабахер, текстура; ренессансные шрифты: каролингский минускул); анатомия буквы.</p> <p>Практическая часть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– упражнения по каллиграфии;</li> <li>– индивидуальная работа над каллиграфической композицией на основе своего имени.</li> </ul>	<p>- необходимо хорошо представлять конструкцию буквы и влияние материала на ее форму</p> <p>- перед началом работы необходимо сделать разметку и черновик надписи,</p> <p>-рекомендуется выполнить несколько черновых и три чистовых каллиграфических надписи.</p>	
6		<b>Раздел 4. Шрифт и типографи</b>	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №5(13)</b></p> <p><b>«ТИПОМЕТРИЯ»</b></p>	<p>Практическая часть выполняется на размеченном листе или миллиметровой бумаге, для</p>	

		<p><b>ка в рекламе.</b></p>	<p>Цель работы: изучение основ типометрии и влияния межбуквенных расстояний на восприятие шрифта.</p> <p>Практическая часть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассмотреть примеры взаимодействия формы и контрформы;</li> <li>- создать три надписи с учетом взаимодействия формы буквы и межбуквенных пространств</li> <li>- при необходимости внести необходимые корректировки в форму буквы (оптические компенсации для букв близких по форме к треугольнику и кругу).</li> </ul>	<p>правильной проработки формы используется острозаточенный карандаш, линейка, циркуль и калька</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- уточнение формы букв с применением оптических компенсаций необходимо для букв О, С, А.</li> <li>- задание 3 является продолжением задания 2 и из 3-х созданных надписей – одна может быть выполнена в технике каллиграфии.</li> <li>- примеры шрифтов (алфавиты) можно взять в книге Виллу Тоотса или у преподавателя .</li> </ul>	
		<p><b>Раздел 4. Шрифт и типографика в рекламе.</b></p>	<p><b>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №6(14)</b></p> <p><b>РАБОТА НАД ЛОГОТИПОМ</b></p> <p><u>Цель работы:</u> разработка логотипов по кейсам преподавателя.</p> <p>Логичность и оправданность выбора графических средств, оригинальность замысла показывают степень усвоения материала.</p>		
7		<p><b>Раздел 4. Шрифт и типографика в рекламе.</b></p>	<p><b>САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ ТВОРЧЕСКАЯ РАБОТА</b></p> <p><b>Домашнее задание 1. «Шрифты и алфавиты»</b></p> <p>Цель работы: изучение анатомии шрифтовой формы Разметить и построить по примеру несколько знаков из антиквенной</p>	<p>- стандартный вариант – копирование образца, творческий – любая антиква с сохранением гарнитурных характеристик.</p>	

			классификационной группы, создать короткую надпись на основе построенных знаков.		
8			<p><b>САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ ТВОРЧЕСКАЯ РАБОТА</b></p> <p>Домашнее задание 2.</p> <p><b>«Эмоциональные и образные характеристики шрифтовой формы»</b></p> <p>Цель работы: Выявить эмоциональные и образные характеристики шрифтовой формы.</p> <p>Выполнить презентацию с примерами акцидентных шрифтов (8-10) и описанием образа</p>	рекомендуется в описании указывать автора и назначение шрифта	
9			<p><b>САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ ТВОРЧЕСКАЯ РАБОТА</b></p> <p>Домашнее задание 3.</p> <p><b>МОДУЛЬНЫЕ СЕТКИ</b></p> <p><u>Цель работы:</u> оформление портфолио с использованием выполненных шрифтовых композиций.</p>	В комбинации шрифтовых блоков найти закономерность и выразить ее модульной сеткой построения.	
10		Раздел 5. Разработка креативных визуальных концепций и графических решений для рекламной продукции	<p><b>САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ ТВОРЧЕСКАЯ РАБОТА</b></p> <p><b>«СКЕТЧБУК»</b></p>	Ведение скетчбука в течении семестра или дополнительные презентации по темам занятий.	
11		Раздел 5. Разработка	<b>ИТОГОВЫЙ ТВОРЧЕСКИЙ ПРОЕКТ</b>	- плакат (или эскиз рекламного носителя)	

		<p><b>креативных визуальных концепций и графических решений для рекламной продукции.</b></p>	<p><b>«Проектирование рекламной графики»</b></p> <p>Цель работы: Разработка плаката и/или рекламного носителя к творческому конкурсу и/или к социально значимому проекту</p> <p>Этап 1: провести исследование в рамках выбранной темы, опираясь на исследование проработать креативную идею, представить на утверждение референсы и эскизный вариант на А5-А4 формате.</p> <p>Этап 2: проанализировать изображения (референсы), возможные шрифтовые решения. Осознанно выбрать шрифт. Исходя из рекламной цели, подобрать тип контраста. По типу контраста ввести систему соподчинения изображения со шрифтом.</p> <p>Этап 3: По эскизу подобрать цветное и шрифтовое решение, выполнить необходимую доработку, перенести изображения и шрифтовой блок на формат А3 (в рисованном или электронном варианте). провести проверку на оригинальность и окончательно утвердить способ исполнения (фотошоп, коллаж, аппликация, рисунок, граттаж и т.п.)</p> <p>Этап 4: Проверить соответствие требованиям и представить преподавателю.</p>	<p>сопровождается подробной презентацией по процессу разработки.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- графическая подача демонстрирует полученные навыки в области композиции рекламы.</li> <li>- дополнительные баллы дает участие в конкурсах.</li> </ul>	
--	--	--	---	---	--



### 3. Критерии оценки проектной работы.

Индивидуальный творческий проект оценивается от 0 до 30 баллов:

№ п/п	Критерии оценки творческой работы	Баллы
1.	Актуальность и сложность задач и проблем, которые автор предлагает для обсуждения	4
2.	Научно-теоретическая и практическая значимость работы	4
3.	Наличие самостоятельного взгляда автора на исследуемую проблему, способность формулировать свои оценочные суждения	4
4.	Новизна информационной базы, грамотность подбора источников информации	3
5.	Представление работы: умение четко, грамотно, профессионально излагать свои мысли. Образность, эмоциональность речи. Оригинальность изложения и формы представления работы	3
6.	Аргументированность ответов на вопросы, критичность и независимость суждений, коммуникативные навыки	3
7.	Умение находить причины своих ошибок и неудач в оценке явлений и процессов во время профессиональной деятельности	3
8.	Качество презентации (дизайн, оформление и содержание): эстетичность внешнего вида работы и эстетика содержания текста – дизайн не противоречит содержанию презентации, гармоничность цветовой гаммы (цвет фона и шрифта); единый стиль слайдов, наглядность шрифта, текст легко читается, фон сочетается с графическими элементами, корректное размещение и комплектование объектов, использование и уместность мультимедийных эффектов, умение отбирать относящийся к теме материал, наличие акцентов, выделенных заголовков и ключевых фрагментов), умение привлечь внимание аудитории к своей работе.	3
9.	Наличие видеоматериалов по теме выступления или каких-либо практических заданий.	8
<b>ВСЕГО</b>		<b>35</b>

Максимально возможное количество баллов за творческую работу – 35 баллов.

Итоговая оценка проектной работы студента формируется путем суммирования оценок по каждому из представленных в таблице критериев.

**РАЗРАБОТЧИКИ:**

**Доцент кафедры Рекламы и  
бизнес-коммуникаций**

**Глаголева А.В.**

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

**Заведующая кафедрой Рекламы и  
бизнес-коммуникаций**

**Трубникова Н.В.**

---

Наименование БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Заведующая кафедрой Рекламы и  
бизнес-коммуникаций**

**Трубникова Н.В.**

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.