

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ  
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**  
**ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ  
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра графического дизайна

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректора по учебной работе

 - А.Н. Кулиш  
26.08 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ**

*Уровень основной образовательной программы – магистратура  
Направление подготовки – 54.04.01 Дизайн, профиль  
Профиль - Графический дизайн  
Статус дисциплины – вариативная  
Учебный план 2020 года*

**Описание учебной дисциплины по формам обучения**

Очная							
Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ. (семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Форма контроля
1	1,2	90/2,5	70	-	70	20	зачет (1) диф.зачет(2)
2	3	54/1,5	34	-	34	20	экзамен(3)
<b>Всего</b>		144/4	104	-	104	40	

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ООП ВО.

Программу разработал  Г.А. Пятигорец, преподаватель.

Рассмотрено на заседании кафедры графического дизайна (ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М.Матусовского)

Протокол № 1 от 26.08 2020 г. Зав. кафедрой  А.В.Закорецкий

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Дизайн-проектирование» является вариативной частью дисциплин ООП ГОС ВО (уровень магистр) и адресована студентам 1,2 курса (I, II, III семестр) направление подготовки 54.04.01 Дизайн, профиль Графический дизайн ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М.Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой «Графический дизайн».

Содержание дисциплины включает в себя такие темы, как: изучение методики проектирования фирменного стиля; изучение истории фирменного стиля; знакомство с основными понятиями фирменного стиля, знак-индекса, символа, эмблемы, пиктограммы, логотипа; разработка фирменного изобразительного знака; разработка корпоративной идентификации; разработка рекламных носителей фирменного стиля; изучение методики проектирования элементов интерфейса любого устройства, формирование рабочего стола; разработка элементов веб-страницы; формирование графической подачи веб-страницы; анализ содержания бренда; разработка всех элементов бренда; выбор рекламной стратегии и разработка его основных графических элементов.

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

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

- устная (устный опрос, защита графических работ, просмотр на мониторе выполненных заданий в графических редакторах и т. п.);
- письменная (тестирование и т. д.).

Итоговый контроль в форме зачета, дифференцированного зачета, экзамена.

Программой предусмотрено изучение дисциплины «Дизайн-проектирование» с 1-го по 3-й семестр в объеме 4 зачетных единиц (144 часа), в том числе 104 часа аудиторных занятий, из них, 104 - практических занятий, 40 – самостоятельной работы. Завершается изучение дисциплины экзаменом в 3 семестре, зачетом в 1 семестре, дифференцированным зачетом во 2 семестре.

## **2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Цель освоения дисциплины** – всестороннее развитие студента-дизайнера, владеющего теоретическими знаниями и практическими навыками, творчески мыслящего, постоянно развивающего и совершенствующего свой творческий потенциал, что позволит ему разрабатывать на высоком профессиональном уровне оригинальные, принципиально новые по художественному решению объекты графического дизайна, овладения теоретическими и практическими знаниями в области истории, морфологии и эстетики фирменного стиля, учитывая его тесную связь с искусством графики; комплексное изучение и практическое освоение набора web-технологий, используемых для создания web-сайтов, освоение проектной области web-дизайна как части цифровой визуальной культуры современности, web-дизайна как коммуникативной области, служащей инструментом вовлечения через воздействие на эмоциональный интеллект.

**Задачи дисциплины** – ознакомление с базовыми терминами и понятиями графического дизайна; изучение современных методов и тенденций проектной деятельности в области графического дизайна и визуальной коммуникации; ознакомление с основными этапами проектирования объектов рекламной и печатной продукции; обретение навыков разработки и подачи проектов; обретение навыков практической реализации проектной идеи в виде дизайн-образца графического изделия; изучение методики проектирования фирменного стиля; изучение истории фирменного стиля, знакомство с основными понятиями фирменного стиля; изучение современного web-дизайна в контексте достижений цифрового искусства; определение современных проектных, художественно-эстетических, эмоционально-образных возможностей web-дизайнерских решений; раскрытие качественных изменений и новых тенденций web-дизайна, определение современных требований к проектным решениям в данной области; практическое освоение проектных методик web-дизайна, исследование разнообразных предпосылок и факторов, средств и приемов, инструментов и материалов, технологий и алгоритмов, определяющих проектирование в web-дизайне.

## **3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Дисциплина «Дизайн-проектирование» относится к вариативной части по профилю. Данному курсу должно сопутствовать изучение дисциплин «Композиция», «Компьютерная графика», которые логически, содержательно и методически связаны с дисциплиной «Специальный рисунок», «Специальная живопись».

Является основой для изучения дисциплины «Полиграфия».

Изучение таких дисциплин как «Современные художественные стили», «История графического дизайна» способствует успешному овладению студентами дисциплины «Дизайн-проектирование», «Семантика в изобразительном искусстве».

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

#### 4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

##### Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную ответственность за принятые решения
ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

##### Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК-3	готовностью использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и проектных работ
ОПК-4	способностью вести научную и профессиональную дискуссию
ОПК-5	готовностью проявлять творческую инициативу, брать на себя всю полноту профессиональной ответственности
ОПК-6	способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе, непосредственно не связанных со сферой деятельности

##### Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-3	способностью к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением
ПК-4	подготовленностью к владению рисунком, навыками линейно-конструктивного построения и основами академической живописи и скульптуры, способностью к творческому проявлению своей индивидуальности и профессиональному росту

В результате освоения дисциплины студент должен **знать**:

- понятия фирменного стиля и истории его происхождения; – правовых категорий проектирования фирменного стиля;
- функций фирменного стиля;
- элементов фирменного стиля;
- требования, предъявляемые к разработке элементов фирменного стиля организации;
- классификацию методов WEB дизайна;
- современные клиентские и серверные технологии веб-разработки, применяемых для создания веб-сайтов;
- методы проектирования web-сайта как статичной информационной системы;
- принципы построения композиции web-сайта;
- принципы цветового оформления web-сайта, психологию цвета, психологию восприятия изображений;
- теорию использования графики на web-страницах;
- методы обработки и редактирования цифровых изображений;

- программные средства стороны клиента, используемые для создания web-страниц;
- программные средства, используемые для размещения и сопровождения web-страниц;
- методы оптимизации web-сайта для продвижения в сети Интернет.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен **уметь**:

- свободно оперировать ключевыми понятиями и терминами по курсу;
- проводить исследования, осуществлять анализ и оценку применения элементов фирменного стиля;
  - создавать визуально-ассоциативный образ фирмы;
  - грамотно подбирать шрифтовые элементы;
  - отражать коммерческую идею;
  - использовать технологические этапы создания фирменного стиля;
  - создавать и редактировать изображение, создавать макет в программах векторной графики Adobe Illustrator, Corel Draw;
  - выполнять обработку фотографии, создавать изображения в программе растровой графики Adobe Photoshop.
- использовать методику дизайн-проектирования web-сайта;
- использовать технологии проектирования структуры web-сайта как информационной системы;
- использовать технологии разработки и художественного оформления web-сайта;
- использовать технологии оптимизации изображений для размещения на web-сайте;
- использовать технологии размещения web-сайта на сервере;
- использовать технологии поддержки и сопровождения web-сайтов.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен **владеть навыками**:

- предпроектного исследования и проектирования фирменного стиля;
- новейшими технологиями брендинга;
- инструментарием, материалами и графическими компьютерными программами;
  - спецификой изобразительной формы фирменного стиля.
- использования графических программ для создания чертежей информационной архитектуры web-сайта;
  - использования графических редакторов для обработки изображений, размещаемых на web-сайте;
  - использования графических редакторов для создания дизайна страниц web-сайта;
  - использования WYSIWYG-редакторов для создания web-страниц.
- разработки всех элементов бренда; выбора рекламной стратегии и разработки его основных графических элементов

## 5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов			
	Всего	Очная форма		
		в том числе		
1	2	л	п	с. р.
3	4	7		
<b>РАЗДЕЛ I. РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ. ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА (I СЕМЕСТР)</b>				
Тема 1. Основы проектирования фирменного стиля и бренда.	10	-	8	2
Тема 2. Дизайн – проект фирменного стиля предприятия. Разработка концепции фирменного стиль и его элементов. Составление фирменного слогана.	10	-	8	2
Тема 3. Формирование бренд бука.	13	-	10	3
Тема 4. Формирование планшетов с графической подачей фирменного стиля.	11	-	8	3
<b>Всего по I разделу</b>	<b>44</b>	<b>-</b>	<b>34</b>	<b>10</b>
<b>РАЗДЕЛ II. РАЗРАБОТКА БРЕНДА И ЭЛЕМЕНТОВ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ПО ЕГО ПРОДВИЖЕНИЮ (II СЕМЕСТР)</b>				
Тема 5. Анализ содержания бренда	8	-	6	2
Тема 6. Разработка всех элементов бренда	18	-	14	4
Тема 7. Выбор рекламной стратегии и разработка его основных графических элементов	10	-	8	2
Тема 8. Сведение всех разработок проекта в единую графическую подачу	10	-	8	2
<b>Всего по II разделу</b>	<b>46</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>10</b>
<b>РАЗДЕЛ III. СОЗДАНИЕ МАКЕТА ЭЛЕКТРОННОГО ИЗДАНИЯ (III СЕМЕСТР)</b>				
Тема 9. Электронные публикации и бумажные издания.	13	-	8	5
Тема 10. Использование блока палитр Interative. Использование альтернативных версий и плавающей верстки при подготовке макетов для различных устройств.	13	-	8	5
Тема 11. Использование мультимедийных файлов в проекте.	13	-	8	5
Тема 12. Создание и сборка макета электронного издания. Экспорт полученных проектов в интерактивные форматы Flash, EXE, HTML5 и другие.	15	-	10	5
<b>Всего по III разделу</b>	<b>54</b>	<b>-</b>	<b>34</b>	<b>20</b>
<b>Всего по I - III разделу</b>	<b>144</b>	<b>-</b>	<b>104</b>	<b>40</b>

## 6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### РАЗДЕЛ I. РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ. ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА (I СЕМЕСТР)

#### **Тема 1. Основы проектирования фирменного стиля и бренда.**

Понятие «фирменный стиль». Графический фирменный стиль как область графического дизайна. История развития фирменного стиля. Функции фирменного стиля. Средства формирования образа фирмы. Основные элементы графического фирменного стиля (логотип, торговый знак, фирменное сочетание цветов, фирменный шрифт, схема верстки, слоган, рекламный символ фирмы). Требования к современному фирменному стилю.

#### **Тема 2. Дизайн – проект фирменного стиля предприятия. Разработка концепции фирменного стиля и его элементов. Составление фирменного слогана.**

Определение константы (основных составляющих фирменного стиля): фирменный цвет, фирменный шрифт, логотип, слоган. Основные функции товарного знака. Основные типы товарных знаков. Логотип как основной компонент фирменного стиля. Функции логотипа. Корпоративный герой. Постоянный коммуникатор. Разработка фирменного блока Гармоническая взаимосвязь изобразительного и шрифтового элементов.

#### **Тема 3. Формирование бренд бука**

Этапы создания логотипа. Создание композиции логотипа. Подбор шрифта. Подбор размера. Учет удобочитаемости. Подбор цвета. Технические ограничения. Составление технического задания (брифа). Методическая последовательность разработки графического фирменного стиля на основе выбранной тематики. Разработка стилеобразующих констант. Разработка фирменного цвета/цветов. Цветовая гамма как константа. Цветовая символика. Ассоциации. Разработка фирменного комплекта шрифтов Сочетаемость шрифтов. Значение ритма в шрифтовых композициях. Модульные сетки. Особенности построения композиции визитной карточки.

#### **Тема 4. Формирование планшетов с графической подачей фирменного стиля**

Рекламная печатная продукция: флаер, лифлет, буклет, рекламный плакат, каталог. Наружная реклама: вывеска, штендер, пилон, баннер, брендмауер, лайтбокс. POS-материалы: диспенсер, шелфтокер, мобайл, вобблер, муляж, фриджи, стикеры, кубарик. Интеграция шрифта и изобразительного элемента. Разработка печатной продукции. Плакат. Листовка. Проспект. Каталог. Буклет. Календарь. Функциональность рекламно-информационных средств. Композиционная структура. Целевая аудитория. Эмоциональное воздействие. Разработка сувенирной продукции. Открытки. Значки. Магниты. Письменные принадлежности. Требования к сувенирной продукции рекламного характера. Разработка упаковки Пакеты, сумки. Фирменная упаковочная бумага. Компонировочные решения.

### РАЗДЕЛ II. РАЗРАБОТКА БРЕНДА И ЭЛЕМЕНТОВ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ПО ЕГО ПРОДВИЖЕНИЮ (II СЕМЕСТР)

#### **Тема 5. Анализ содержания бренда**

Составление, описание целей и планирование проекта. Анализ текущей ситуации на рынке (маркетинговые исследования). Составление и корректировка технического задания на разработку элементов бренда. Разработка всех элементов бренда. Продвижение бренда и мониторинг его эффективности.

#### **Тема 6. Разработка всех элементов бренда**

Маркетинговые исследования. Разработка идеи. Вербальная составляющая бренда. Бренд-дизайн. Брендбук. Стратегия бренда.

#### **Тема 7. Выбор рекламной стратегии и разработка его основных графических элементов**

Стратегическое планирование как базовая составляющая рекламной стратегии. Рекламная стратегия компании и медийная стратегия. Разработка рекламной стратегии и креатив. Составляющие бренда. Название. Символ. Рекламный слоган. Стиль.

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

Семь элементов бренда. Этапы создания визуальной идентификации бренда. Определение целей и личности бренда. Исследование рынка и пользователей. Логотип. Визуальные элементы бренда. Фирменный стиль бренда. Руководство по стилю.

РАЗДЕЛ III. СОЗДАНИЕ МАКЕТА ЭЛЕКТРОННОГО ИЗДАНИЯ  
(III СЕМЕСТР)

**Тема 9. Электронные публикации и бумажные издания.**

История развития мобильных электронных устройств. Сравнение электронных публикаций и бумажных изданий. Определение и особенности электронных публикаций. Методика сравнения форматов электронных публикаций. Сравнительная характеристика различных форматов электронных публикаций. Формат TXT (обычный текст). Формат RTF. Формат DOC. Форматы документов HTML (HTML, HTM, MHT, CHM). Формат Adobe Acrobat — PDF. Формат DjVu. Форматы на основе языка XML. Формат ePub. Форматы Flash-графики — SWF и FLA. Adobe Digital Publishing Suite. Формат FOLIO. Обзор основных инструментов для работы.

**Тема 10. Использование блока палитр Interactive. Использование альтернативных версий и плавающей верстки при подготовке макетов для различных устройств.**

Использование палитры Animation. Создание и работа с Custom Motion Path. Регулировка времени в проекте. Использование палитры Timing. Использование альтернативных версий и плавающей верстки при подготовке макетов для различных устройств.

**Тема 11. Использование мультимедийных файлов в проекте.**

Использование аудиофайлов в проекте. Использование видеофайлов в проекте. Использование палитры Media Создание эффектов Page Transitions.

**Тема 12. Создание и сборка проекта. Экспорт полученных проектов в интерактивные форматы Flash, EXE, HTML5 и другие.**

Экспорт полученных проектов в формат Interactive PDF. Экспорт полученных проектов в формат Flash. Экспорт полученных проектов в формат HTML 5.

## 7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ТЕМЫ

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

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

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

### 7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

#### 1. РАЗДЕЛ I. РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ. ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА (I СЕМЕСТР)

##### **Тема 1. Основы проектирования фирменного стиля и бренда.**

1. Понятие фирменного стиля и бренда, задачи и функции
2. Основные составляющие фирменного стиля
3. Каким же должен быть современный фирменный стиль?

*Термины:* фирменный стиль, графический фирменный стиль, функции фирменного стиля, средства формирования образа фирмы, основные элементы графического фирменного стиля, логотип, торговый знак, фирменное сочетание цветов, фирменный шрифт, схема верстки, слоган, рекламный символ фирмы.

*Выполнить:*

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подготовиться к устному опросу по теме «Фирменный знак, логотип»

*Литература:* [3 - С. – 98-127, 4 -С. –9-22, 6 -С. – 52-57, 10 -С. – 183-190]

##### **Тема 2. Дизайн – проект фирменного стиля предприятия. Разработка концепции фирменного стиль и его элементов. Составление фирменного слогана**

1. Товарный знак
2. Фирменная шрифтовая надпись (логотип)
3. Фирменный лозунг (слоган)
4. Фирменный цвет
5. Фирменный комплект шрифтов

*Термины:* константа основных составляющих фирменного стиля, фирменный цвет, фирменный шрифт, логотип, слоган, основные функции товарного знака, типы товарных знаков, логотип, функции логотипа, корпоративный герой, постоянный коммуникатор.

*Выполнить:*

1. Разработать фирменный знак и логотип на основе названия фирмы. Гармонично связать изобразительный и шрифтовой элементы.

2. Разработать варианты динамического фирменного знака в системе визуальной идентификации.

*Варианты фирм*

1. Фирменный стиль магазина компьютерной техники
2. Фирменный стиль магазина детской одежды
3. Фирменный стиль магазина модной молодежной одежды
4. Фирменный стиль магазина элегантной одежды
5. Фирменный стиль ресторан украинской кухни
6. Фирменный стиль магазина стройматериалов
7. Фирменный стиль ювелирного магазина
8. Фирменный стиль турбюро
9. Фирменный стиль ресторана
10. Фирменный стиль фито-аптеки

*Литература:* [1 -С. – 4-33, 2 -С. – 7-105, 4 -С. – 4-24, 80-120, 10 - С. – 182-202]

### **Тема 3. Формирование бренд бука**

1. Рекламные носители фирменного стиля
2. Brandbook
3. Основные понятия брендинга

*Термины:* рекламная печатная продукция, флаер, лифлет, буклет, рекламный плакат, каталог, наружная реклама, вывеска, штендер, пилон, баннер, брендмауер, лайтбокс, POS-материалы, диспенсер, мобайл, вобблер, муляж, фриджи, стикеры, кубарик, плакат, листовка, проспект, календарь, функциональность рекламно-информационных средств, композиционная структура, целевая аудитория, эмоциональное воздействие, сувенирная продукция, открытки, значки, магниты, упаковка, пакеты, сумки, фирменная упаковочная бумага.

*Выполнить:*

1. Разработку рекламных носителей фирменного стиля. Рекламная печатная продукция: флаер, буклет, рекламный плакат. Наружная реклама: вывеска, баннер, брендмауер.

2. Разработку сувенирной продукции. Открытки. Значки. Магниты. Письменные принадлежности.

3. Разработку упаковки пакетов, сумок. Фирменная упаковочная бумага.

*Литература:* [9 - С. – 6-35, 10 - С. – 123-163, 207-223]

### **Тема 4. Формирование планшетов с графической подачей фирменного стиля**

1. Этапы создания логотипа
2. Создание композиции
3. Подбор шрифта

4. Подбор размера
5. Учет удобочитаемости
6. Подбор цвета
7. Технические ограничения
8. Разработка визитки

*Термины:* этапы создания логотипа, композиция логотипа, подбор шрифта, подбор размера, удобочитаемость, подбор цвета, технические ограничения, бриф, стилеобразующие константы, фирменные цвета, цветовая гамма, цветовая символика, ассоциации, сочетаемость шрифтов, ритм в шрифтовых композициях, модульные сетки.

*Выполнить:*

1. Разработку фирменного блока элементов делопроизводства: фирменные бланки (для международной переписки, для коммерческого письма, для приказов, для внутренней переписки и т. д.), фирменные конверты, фирменные папки-регистраторы, фирменные записные книжки, фирменные ежедневники, фирменные блоки бумаг для записей, визитки.

*Литература:* [5 С. – 62-79, 8 -С. – 15-77, 11 -С. – 148-170, 10 С. – 143-161, 202-207]

## РАЗДЕЛ II. ВИДЫ ИНТЕРФЕЙСОВ, РАБОТА И КОМПОНОВКА ВЕБ-ИНТЕРФЕЙСОВ (II СЕМЕСТР)

### **Тема 5. Понятие интерфейс. Виды и анализ графических и текстовых интерфейсов**

1. Термин «пользовательский интерфейс»
2. Обзор основных принципов организации интерфейса в Windows
3. Графический интерфейс
4. Основные элементы графического интерфейса
5. Пользовательские интерфейсы прямого манипулирования

*Термины:* «пользовательский графический интерфейс» GUI, аппаратно-независимая графика; стандартный оконно-ориентированный интерфейс; типов меню: системные, горизонтальные, выпадающие, вложенные, всплывающие; элементы управления блоками диалога: кнопки, комбинированные блоки, элементы управления редактированием, блоки списков, полосы прокрутки, статические элементы; виджет; Пользовательские интерфейсы прямого манипулирования; метафоры и анимация

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Самостоятельно обработать дополнительный материал по теме.
3. Подготовиться к тесту по данной теме.

*Литература:*

### **Тема 6. Разработка элементов интерфейса любого устройства, формирование рабочего стола**

1. Форма, размер, яркость, цвет элементов визуального интерфейса
2. Направление
3. Текстура
4. Расположение
5. Принципы визуального дизайна интерфейса

6. Создание иерархии
7. Модульная сетка

*Термины:* визуальный дизайн интерфейса; форма объекта, размер объекта, яркость объекта, цвет объекта; направление; текстура; расположение элемента относительно других элементов; принципы визуального дизайна интерфейса; создание иерархии по цвету, насыщенности, контрастности, размеру и положению; модульная сетка: удобство применения, эстетическая привлекательность, эффективность.

*Выполнить:*

1. Подготовить графические материалы для включения в интерфейс
2. Создать визуальный стиль интерфейса

*Литература:*

### **Тема 7. Виды и анализ компоновки веб-интерфейсов**

1. Веб-интерфейс
2. Что такое web-дизайн?
3. Необходимый инструментарий
4. Основные «постулаты» web-дизайна
5. Технологии web-дизайна
6. Логическая и физическая структура сайта
7. Заглавная страница

*Термины:* Web-дизайнер, Web-мастер, Web-сайт, Web-страница, дизайн сайта, гипертекст, гиперссылка, DNS, MySQL, PHP, PERL, браузер, скрипт, трафик, Java, Java сценарии, структура HTML-документа, списки, гиперссылки, таблицы, фреймы, формы, WYSIWYG, URL, HTTP, тег.

*Выполнить:*

1. Создать стилевые руководства к интерфейсу
2. Визуализировать данные
3. Подготовить реферат на одну из предложенных тем.

*Литература:*

### **Тема 8. Разработка элементов веб-страницы**

1. Графика для web
2. Форматы растровых и векторных изображений
3. Возможности оптимизации
4. Стилизация изображения
5. Фрагментарная оптимизация
6. Какой формат использовать?

*Термины:* документ HTML, гипертекст, гиперссылка, браузер, заглавная страница, заголовок, подзаголовок, баннер, логотип компании-владельца данного сайта, текстовое поле, Java-апплет, CGI-скрипт, элементы навигации, текстура, фактура, цвет, пропорции, композиция, симметрия, асимметрия, равновесие, движение, ритм, гармония, контраст, колорит, перспектива.

*Выполнить:*

1. **Конструирование структуры** – продумываются и формируются разделы будущего интернет-магазина или онлайн-представительства, весь собранный ранее контент сортируется и распределяется по ним. Создается схема навигации, и обсуждаются общие моменты дизайна.

2. **Предварительный макет** – после того, как определена тематика площадки и ее структура, приступают к черновому варианту макета, или прототипа. Он выполняется как на простом листе бумаги, так и в AdobePhotoshop. Прототип показывает, как на веб-странице будут располагаться все ее основные компоненты, какое место будет занимать логотип, меню, графика и многое другое.

*Литература:* [1 – С. 337-341; 2 – С. 296-314; 9; 10 ]

## **Тема 9. Формирование графической подачи веб-страницы**

7. Графика для web
8. Форматы растровых и векторных изображений
9. Возможности оптимизации
10. Стилизация изображения
11. Фрагментарная оптимизация
12. Какой формат использовать?

*Термины:* форматы JPEG, GIF, PNG, векторный формат SVG, оптимизация, прогрессивной развертки, оптимальный коэффициент сжатия, метод LZW, стилизация изображения, чересстрочная развертка, уменьшение количества цветов, стилизация изображения, фрагментарная оптимизация, anti-aliasing.

*Выполнить:*

1. Черновой макет (как и готовая страница) состоит из контейнера и свободного пространства. Контейнер, также известный как содержащий блок, включает в себя все основные части: контент, логотип, блок навигации и футер.

*Контент* – основа любого ресурса, это то, ради чего его и посещают. Состоит из совокупности графических и текстовых материалов, занимающих центральную и самую большую часть контейнера. Пример: для онлайн-магазина запчастей и инструментов контентом будет каталог продукции (или одно конкретное изделие), их изображения, описания, характеристики и цены.

*Логотип* – символ или эмблема вашей компании. Он должен хорошо запоминаться, узнаваться и быть привлекательным.

*Блок навигации* используется для перемещения между разделами сайта. Хорошее меню должно быть простым, удобным и компактным. Чаще всего блок располагается в верхней или боковых частях контейнера.

*Футер*, или нижний колонтитул – небольшая полоса внизу страницы, содержащая адреса, телефоны, общую информацию о компании, форму заявок и отзывов, а также ссылки на социальные сети (группу компании в ВКонтакте или канал на YouTube). Нередко футер может дублировать блок навигации – это повышает удобство пользования ресурсом и избавляет от необходимости проматывать её вверх для перехода на другой раздел.

*Свободное пространство* – часть сайта, не используемая для представления контента, размещения навигации или логотипа. Может показаться, что в нем нет необходимости, но это не так – без свободного пространства веб-страница выглядит, как неприятная и неудобная свалка из множества блоков, картинок и абзацев.

2. Создать графические элементы для сайта: логотип, фон, баннер, визуалы.
3. Экспортировать векторные рисунки в растровый формат, оптимизация картинок.
4. Оформить дизайн домашней страницы сайта.

*Литература:* [1 – С. 337-341; 2 – С. 296-314; 9; 10 ]

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

#### **Тема 10. Анализ содержания бренда**

1. Составление, описание целей и планирование проекта.
2. Анализ текущей ситуации на рынке (маркетинговые исследования).
3. Составление и корректировка технического задания на разработку элементов бренда.
4. Разработка всех элементов бренда.
5. Продвижение бренда и мониторинг его эффективности.

*Термины:* маркетинговые исследования; ребрендинг; планирование проекта; анализ ресурсов компании (финансовых, трудовых, информационных); программа Microsoft Project; сбор и анализ информации о бренде; анализ конкурентов; анализ целевой аудитории; бриф; техническое задание на разработку элементов бренда; референсы; Фриланс; Коворкинг; Брендирование агентства; инструменты воздействия: визуальные – графическое изображение; аудио – звуковые символы; лексико-семантический анализ; фонетический анализ; оценка лингвистической силы; проверка нейролингвистических ассоциаций.

*Выполнить:*

1. Составить и откорректировать техническое задание на разработку элементов бренда.
2. Выявить основные преимущества вашего продукта перед аналогами конкурентов;
3. Разработать уникальное торговое предложение (УТП);
4. Построить грамотное позиционирование бренда на рынке;
5. Определить миссию компании и сформировать основные ценности продукта.

*Литература:* [1.4.5]

#### **Тема 11. Разработка всех элементов бренда**

1. Маркетинговые исследования
2. Разработка идеи
3. Вербальная составляющая бренда
4. Бренд-дизайн
5. Брендбук

*Термины:* актуальные тенденции на рынке; емкость рынка; основные конкуренты, бренд-стратегии; потребности и желания потребителей; портрет целевого потребителя; SWOT-анализ вашей компании; уникальное торговое предложение (УТП); нейминг; легенда бренда; линейка наименований продукта; рекламный слоган; продающий текст; корпоративный персонаж; дизайн POS-материалов; дизайн рекламы; описание платформы бренда; гайдлайн; кат-гайд; стратегия бренда.

*Выполнить:*

1. Создать гайдлайн – документ, описывающий правила использования логотипа и элементов фирменного стиля, допустимые и запрещенные варианты их размещения, схемы построения, правила применения фирменных шрифтов и цветовой гаммы, стандарты оформления корпоративной документации.

2. Создать кат-гайд – руководство, раскрывающее технологические особенности создания элементов фирменного стиля и правила их адаптации к различным носителям корпоративного стиля.

*Литература:* [1.4.5]

## **Тема 12. Выбор рекламной стратегии и разработка его основных графических элементов**

1. Стратегическое планирование как базовая составляющая рекламной стратегии
2. Рекламная стратегия компании и медийная стратегия
3. Разработка рекламной стратегии и креатив
4. Составляющие бренда

*Термины:* стратегическое планирование как базовая составляющая рекламной стратегии; рекламная стратегия компании и медийная стратегия; разработка рекламной стратегии и креатив; составляющие бренда; название; символ; рекламный слоган.

*Выполнить:*

1. Разработать рекламную стратегию - комплексную программу разработки и продвижения торговой марки на рынке и разработать ее основные графические элементы

*Литература:* [2.3.4]

## **Тема 13. Сведение всех разработок проекта в единую графическую подачу**

1. Этапы создания визуальной идентификации бренда
2. Определение целей и личности бренда
3. Исследование рынка и пользователей
4. Логотип
5. Визуальные элементы бренда
6. Фирменный стиль бренда
7. Руководство по стилю

*Термины:* логотип; цвет; гарнитуры; стили изображений; голос; графические элементы; талисманы; типографика; визитная карточка; переписка; рекламные щиты и баннеры; брендинг автомобиля; одежда и головные уборы; руководство по стилю.

*Выполнить:*

1. Свести все разработки проекта в единую графическую подачу (формат бумаги А2).

*Литература:*[1. 2. 3.]

## 7.2 ТЕМЫ ДЛЯ РЕФЕРАТА.

### РАЗДЕЛ II. ВИДЫ ИНТЕРФЕЙСОВ, РАБОТА И КОМПОНОВКА ВЕБ-ИНТЕРФЕЙСОВ (II СЕМЕСТР)

1. Технология размещения сайта в сети Internet. Технология размещения на платном хостинге. Бесплатные хостинги для размещения сайтов (обзор). Создание персональной страницы на web-сервере www.narod.ru. Предоставляемые возможности. Преимущества и недостатки размещения web-сайта на бесплатном хостинге.

2. Продвижение сайта в сети («раскрутка»). Оптимизация содержания сайта. Понятие семантического ядра сайта. Принципы подбора ключевых слов, подготовка web-документа для индексирования поисковыми роботами. Понятие релевантности web-документа.

3. Продвижение сайта в сети («раскрутка»). Понятие Индекса Цитирования Яндекса, понятие PageRank согласно данным поисковой системы Google. Файл robots.txt, его назначение, правила записи. Примеры кодов.

4. Продвижение сайта в сети («раскрутка»). Технология регистрации сайтов в поисковых системах и установки баннеров поисковых систем на web-сайт. Технология регистрация сайта в системах статистики и установки баннеров систем статистики на web-сайт.

5. Общая характеристика дизайна web-сайтов. Классификация web-сайтов. Дизайн web-сайтов в зависимости от назначения и тематики. Характеристики дизайна для каждой группы web-сайтов. Библиотеки шаблонов web-сайтов (адреса ресурсов).

6. Композиция web-сайта. Основные элементы web-сайта. Типы композиций: статичная и динамичная. Приемы создания композиций: линия, пятно, линия+пятно. Анализ композиции шаблонов web-сайтов (привести примеры).

7. Цветовое оформление web-сайтов. Понятие о цветовых гаммах: родственные, родственно-контрастные, контрастные, нюансные. Выбор цветовой гаммы web-сайта в зависимости от назначения и тематики сайта (адреса сайтов). Психологическое воздействие цвета на зрителя.

8. Шрифтовое оформление web-сайтов. Шрифт как элемент дизайна web-страниц. Виды шрифтов. Правила применения шрифтов при создании web-страниц. Особенности и приемы оформления шрифтов при создании гиперссылок (локальное форматирование, использование CSS).

9. Роль графики в web-дизайне. Вопросы межплатформенной совместимости при создании графических изображений для Web-страниц. Задание размеров изображения в дескрипторе <img> Работа с атрибутом alt и браузерами, не воспроизводящими графику. Создание всплывающей подсказки с помощью атрибута title в дескрипторе <img>. Сжатие фотографий и JPEG-файлы Сохранение приложений и текста в файл формата GIF Создание видимости быстрой загрузки рисунков Работа с

10. форматами файлов PNG-8 и PNG-24. Преобразование графики в Web-изображения с помощью программ редактирования изображений. Создание Web-совместимых графических изображений на сканере.

11. Роль графики в web-дизайне. Создание цветных горизонтальных линий. Извлечение быстро загружающегося изображения – «наживки» с помощью атрибута lowsrc. Обеспечение правильного представления цветов с помощью Web-безопасной цветовой палитры. Создание графических гиперссылок. Создание мозаичного фона из графических изображений. Создание прозрачности в GIF-изображениях. Расширение Web-безопасной цветовой палитры с помощью техники растривания. Сглаживание краев текста, преобразованного в графический элемент, за счет устранения контурных неровностей

12. Создание анимации для web-сайтов. Роль анимации в Web-дизайне. Понятие подключаемого программного модуля. Понятие динамического HTML (DHTML).

Особенности работы с GIF-анимацией. Особенности работы с Macromedia Flash. Рекомендации по использованию анимации.

13. Создание анимации для web-сайтов. Стандартные размеры баннеров. Принципы создания анимации. Обзор программного обеспечения для создания анимации. Сравнительная характеристика. Преимущества и недостатки. Включение в web-сайт flash-анимации.

14. Работа с видео и звуком. Вопросы совместимости видео в Web. Рекомендации по использованию звука в Internet. Форматы звуковых файлов для web. Включение звука в web-страницу. Встраивание видео на web-страницу. Передача потокового аудио и видео со своего web-сайта. Создание страницы с web-камерой. Встраивание видео и аудио в страницу с помощью SMIL.

15. Текстуры в web-дизайне. Понятие текстуры: геометрическая, пиксельная, фотографическая, материальная, плоский цвет. Примеры сайтов (адреса).

16. Единство и баланс, как принцип дизайна. Использование в web-дизайне. Примеры композиций. Примеры web-сайтов (адреса).

17. Контраст как принцип дизайна. Контраст в форме, размере, расстоянии, цвете, текстуре, шрифте. Примеры композиций. Примеры сайтов (адреса).

18. Динамика как принцип дизайна. Признаки динамической композиции. Динамическая композиция web-сайта (приемы реализации). Примеры сайтов (адреса).

19. Статика как принцип дизайна. Признаки статичной композиции. Статичная композиция web-сайта (приемы реализации). Примеры сайтов (адреса).

20. Юзабилити. Организация навигации с точки зрения удобства пользователя.

21. Юзабилити. Организация визуальной иерархии и текстовой информации на web-сайте.

22. Юзабилити. Тестирование сайта на определение хорошей веб-навигации. Примеры «правильной» и «неправильной» веб-навигации.

23. Приемы верстки web-страниц. Создание фона web-страницы. Создание вертикальных и горизонтальных линий, в том числе декоративных. Приемы создания рамок, в том числе декоративных с закругленными углами. Создание колонок с разделителем. Создание буквицы.

### 7.3. ТРЕБОВАНИЯ К ЗАЧЕТУ

#### РАЗДЕЛ I. РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ. ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА (I СЕМЕСТР)

Для успешной сдачи зачета студенты должны выполнить все задания за семестр, распечатать самостоятельную работу и выполнить теоретическую часть зачетного задания.

##### *Вопросы к зачету*

1. Раскройте различия между логотипом, знаком, инициалом, вензелем и монограммой.
2. Расскажите о трех этапах создания знака.
3. Какие разновидности логотипа вам известны.
4. Перечислите пять общих принципов создания логотипа.
5. Перечислите общие положения при создании логотипа. Раскройте каждое из них.
6. Какие основные стили логотипов вам известны. Приведите примеры.
7. Что такое стилизация и ее роль в создании графического знака.
8. Основные компоненты фирменного стиля.
9. Основные константы фирменного стиля.
10. Виды товарных знаков.
11. Что означает логотип?
12. Какими могут быть товарные знаки, логотипы?
13. Что входит в состав деловой документации?
14. Что означает P.O.S. материалы?
15. Каким должен быть слоган (девиз)?
16. Виды наружной рекламы.
17. Виды печатной рекламной продукции.
18. Основные правила типографики.
19. Что означает "конфликт" и "согласие" в типографике.
20. Виды фирменной сувенирной продукции.
21. Привести пример корпоративного имидж-героя.
22. Словесные товарные знаки.
23. Комбинированные товарные знаки.
24. Изобразительный товарный знак.
25. Зрительный образ фирмы (его составляющие).
26. Виды печатной рекламы.
27. Назовите основные этапы создания логотипа.
28. Как правильно создавать композицию знака и логотипа?
29. Как правильно подбирать шрифт?
30. Как правильно подбирать размера логотипа?
31. Как учитывается удобочитаемость при создании логотипа?
32. Как правильно подбирать цвет при создании логотипа?
33. Какие технические ограничения существуют при создании логотипа?
34. Назовите основные этапы создания визитки.
35. Когда появилась первая визитка?

## 7.4. ТРЕБОВАНИЯ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ

### РАЗДЕЛ II. ВИДЫ ИНТЕРФЕЙСОВ, РАБОТА И КОМПОНОВКА ВЕБ-ИНТЕРФЕЙСОВ (II СЕМЕСТР)

Для успешной сдачи дифференцированного зачета студенты должны выполнить все задания за семестр, предоставить в электронном виде самостоятельную работу и ответить на вопросы теоретической части зачетного задания.

#### *Вопросы к дифференцированному зачету*

1. Что такое «web-дизайн»?
2. Дайте понятие «web-страница»
3. Назовите допустимый объем web-страницы.
4. Назовите основные рекомендации при создании web-страниц
5. Какие технологии используются в web-дизайне
6. Что такое логическая и физическая структура сайта?
7. Виды web-сайтов.
8. Этапы создания web-сайта.
9. Художественное оформление web-сайта.
10. Юзабилити web-сайта.
11. Браузеры: основные функции, виды, отличительные особенности.
12. Основные художественные средства композиции.
13. Средства гармонизации художественной формы.
14. Эмоциональное воздействие цвета на человека.
15. Цветовые стили дизайна web-сайта.
16. Технология создания шаблона web-сайта средствами Adobe Photoshop.
17. Возможности Adobe Photoshop для создания элементов web-сайтов.
18. Возможности CorelDRAW для создания элементов web-сайтов.
19. Графика для web: форматы хранения, способы оптимизации, способы включения в web-страницу.
20. Модели организации сайта.
21. Технология размещения сайта в сети Internet.
22. Что такое динамическая компоновка сайта?
23. Что такое статическая компоновка сайта?
24. Назовите основные элементы web-страницы.
25. Назовите классификацию web-сайтов по признакам их компоновки.
26. Цели, с которыми создаются сайты.
27. Основные элементы web-страниц.
28. Классификацию web-сайтов по признакам их компоновки.
29. Принципы компоновки web-страницы.
30. Алгоритм создания нового проекта web-сайта.
31. Как определить для кого предназначен веб-ресурс?
32. Как определить каковы предпочтения ваших потенциальных клиентов?
33. Как определить какая информация будет для них полезной и интересной?
34. Назовите основные действия по анализу целевого трафика web-сайта
35. Перечислите правила оформления веб-текстов.
36. Перечислите изобразительные средства веб-дизайна.
37. Дайте характеристику стандартным элементам шрифта.
38. Что такое цвет? Как он используется в веб -дизайне?
39. Опишите основные цветовые модели.
40. Какие виды графических форматов Вы знаете?
41. Какой объем графического файла допустим на web – странице?

42. Назовите способы оптимизации графических файлов
43. Чем отличается формат GIFG от JPEG?
44. Назовите требования и условия размещения графических объектов на веб-страницах.
45. Назовите область применения формата JPEG и PNG на web – странице.
46. Назовите основные принципы адаптации графики для web – страниц.
47. Какие объективные преимущества имеет формат PNG над форматами JPEG и GIF?
48. Опишите основные браузеры.
49. Опишите основные способы оптимизации сайта для поисковых систем.
50. Опишите основные способы оптимизации изображений для веб-сайта.
51. Дайте понятие Web – хостинга.
52. Дайте понятие web – сервера.
53. Назовите способы регистрации сайта в сети Интернет
54. Опишите общий порядок размещения и продвижения Web-страниц и готовых сайтов в сети Интернет.

## 7.5. ТРЕБОВАНИЯ К ЭКЗАМЕНУ

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

Для успешной сдачи экзамена студенты должны выполнить все задания за семестр, распечатать самостоятельную работу и ответить на вопросы теоретической части экзаменационного задания.

#### *Вопросы к экзамену*

1. Объясните специфику рекламного стиля, назовите его основные признаки.
2. Назовите основные элементы рекламного текста.
3. Перечислите и приведите примеры языковых средств художественной выразительности в рекламе.
4. Объясните сущность языкового манипулирования. Назовите факторы, влияющие на процесс внушения.
5. Опишите известные Вам способы языкового манипулирования.
6. Опишите основные этапы развития полиграфии.
7. Назовите особенности полиграфического воспроизведения цвета.
8. Какая цветовая модель используется в полиграфическом производстве?
9. Перечислите основные виды бумаг, используемых в полиграфии.
10. Назовите и опишите современные виды печати.
11. Опишите процесс изготовления печатной продукции.
12. Объясните сущность дизайна. Назовите основные средства композиции.
13. Опишите физиологические и психологические аспекты использования цвета в дизайне.
14. Назовите виды цифровых изображений и их основные характеристики.
15. Перечислите и опишите известные Вам цветовые модели.
16. Охарактеризуйте известные Вам графические редакторы.
17. Какие существуют основные виды сувенирной продукции?
18. В чем заключается отличие бизнес-сувениров от промо-сувениров?
19. Назовите основные способы нанесения изображения на сувенирную продукцию.
20. Каковы особенности взаимодействия заказчиков и производителей сувенирной продукции?
21. Какие способы продвижения сувенирной продукции вы считаете наиболее эффективными?
22. Как составить, описать цели и спланировать проект?
23. Как провести анализ текущей ситуации на рынке (маркетинговые исследования)?
24. Как составить и откорректировать техническое задание на разработку элементов бренда.
25. Последовательность разработки всех элементов бренда.
26. Как проходит продвижение бренда и мониторинг его эффективности?
27. Как провести маркетинговые исследования при создании бренда?
28. Что важно учитывать, разрабатывая идею бренда?
29. Что такое вербальная составляющая бренда?
30. Перечислите основные составляющие бренд-дизайна.
31. Дать определение понятию «Брендбук»
32. Дать определение понятию «Стратегия бренда»
33. Как проходит продвижение бренда и мониторинг его эффективности?
34. Что является базовой составляющей рекламной стратегии?
35. На чем строится медийная стратегия компании?
36. На чем базируется креативная концепция компании?
37. Перечислите основные составляющие бренда.
38. Как определяется имя бренда?

39. Что используется в качестве единой символики бренда?
40. Из чего состоит девиз (лозунг) торговой марки?
41. Каким должен быть фирменный образ компании (услуг или продукции)?

## 8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

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

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

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

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В процессе освоения дисциплины «Дизайн-проектирование» применяются интерактивные формы образовательных технологий:

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

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

## 9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка		Характеристика знания предмета и ответов
Отлично (5)	зачтено	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Умеет собирать и анализировать необходимую информацию, используя Интернет и электронные базы данных. Свободно оперирует приобретенными знаниями, выполняя творческие задания, предусмотренные программой. Умеет вести компоновку и проектировать объекты дизайна с помощью компьютерных графических программ. Оформляет и готовит в печать творческий проект на высоком уровне.
Хорошо (4)		Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на хорошем уровне, обнаруживает знания учебного материала, усвоил основную литературу, умеет собирать и анализировать необходимую информацию, используя Интернет и электронные базы данных. Выполняет задания, допуская незначительные ошибки и неточности. Умеет проектировать вести компоновку и проектировать объекты дизайна с помощью компьютерных графических программ.
Удовлетворительно (3)		Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями, в ходе выполнения творческих заданий допускает значительные ошибки.
Неудовлетворительно (2)	не зачтено	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. Выполняя творческие задания не в полном объеме испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями.

## 10.МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### Основная литература

1. [Грошев А. С. Информатика : учебник для вузов / А. С. Грошев. — Архангельск : Арханг. гос. техн. ун-т, 2010. — 470 с. : ил. — 978-5-261-00480-6. Лише ел. версія](#)
2. [Романова Ю. Д. Информатика и информационные технологии : конспект лекций / И. Г. Лисничая. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Эксмо, 2009. — 320 с. — 978-5-699-28003-2. Лише ел. версія](#)
3. [Джамса К. Эффективный самоучитель по креативному Web-дизайну. HTML, XHTML, CSS, JavaScript, PHP, ASP, ActiveX : Текст, графика, звук и анимация / Крис Джамса, Конрад Кинг, Энди Андерсон. — М. : ООО "ДиаСофтЮП", 2005. — 672 с. — 5-93772-128-4. Лише ел. версія](#)
4. [Кэмпбел М. Строим Web-сайты. Дизайн. HTML. CSS GARAGE. — М. : ТРИУМФ, 2006. — 480 с. : ил. — Garage. — 5-89392-134-8. Лише ел. версія](#)
5. [Мак-Дональд М. Создание Web-сайта : недостающее руководство. — 3-е изд. — СПб : БХВ-Петербург, 2013. — 624 с. : ил. — 978-5-9775-0806-3. Лише ел. версія](#)
6. [Божко А. Н. Компьютерная графика : учеб. пособ. / А. Н. Божко, Д. М. Жук, В. Б. Маничев. — М. : МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2007. — 392 с. : ил. —](#)
7. [Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий / О. Яцюк. — СПб. : БХВ-Петербург, 2004. — 240 с. — 5-94157-411-8](#)
8. [Аббасов И. Б. Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS3 : учебн. пособие / И. Б. Аббасов. — М. : ДМК Пресс, 2008. — 224 с. : ил. :](#)
9. [Лесняк В. Графический дизайн \(основы профессии\) / В. Лесняк. — \[б. м.\] : Index Market, 2011. — \[415 с.\]. —](#)

### Интернет-источники

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

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

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

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

Программное обеспечение, применяемое в процессе обучения:

N п/п	Наименование разделов	Рекомендуемые обучающие, справочно-информационные, контролирующие и прочие компьютерные программы
	Раздел I. Разработка фирменного стиля. Формирование бренда Раздел II. Виды интерфейсов, работа и компоновка веб-интерфейсов Раздел III. Разработка бренда и элементов рекламной кампании по его продвижению	Gravit Designer - векторный редактор; Inkscape - векторный редактор; FonTemp; Adobe Acrobat; SmoothDraw – растровый редактор; PixBuilder Studio - растровый редактор; Paint.NET - растровый редактор; FonTemp; Adobe Acrobat;