

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.10.2026 09:42:22
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Высшая школа дизайна и искусства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Художественное проектирование в рекламной графике»

Направление подготовки:

54.03.03 Искусство костюма и текстиля

Направленность (профиль):

«МОДА И ДИЗАЙН»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая программа дисциплины «Художественное проектирование в рекламной графике» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - *бакалавриат* по направлению подготовки 54.03.03 «Искусство костюма и текстиля», утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.2020 г. № 1005.

Составители:

<u>к.т.н</u> (ученая степень, ученое звание)	<u>М.А Березова</u> (ФИО)
<u>ассистент</u> (ученая степень, ученое звание)	<u>А.Э. Козорезова</u> (ФИО)

РПД обсуждена на заседании УС Высшей школы дизайна и искусства «26» июня 2026г., протокол №6

Директор ВШ дизайна и искусства	<u>к. т. н.</u> (уч. степень, уч. звание)	<u>М.А. Березова</u> (ФИО)
---------------------------------	--	-------------------------------------

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является:

- углубление уровня освоения обучающимися профессиональных компетенций, необходимых для решения задач профессиональной деятельности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-1 Способен формулировать цели и задачи художественного проекта, к выявлению приоритетов в решении задач с учетом эстетических и иных аспектов деятельности	ИПК-1.1. Производит поиск, сбор и анализ информации по теме проектного задания ИПК-1.2. Осуществляет отслеживание тенденций в сфере искусства, дизайна, фотографии, кинематографии и в других областях, непосредственно влияющих на индустрию моды ИПК-1.3. Осуществляет отслеживание новейших конструкторских и технологических решений одежды, инноваций текстильного производства; проводит мониторинг и сравнительную оценку аналогов проектируемых объектов ИПК-1.4. Осуществляет предварительную проработку эскизов художественного проекта ИПК-1.5. Составляет проектное задание, формирует этапы и устанавливает сроки создания художественного проекта; обосновывает правильность принимаемых дизайнерских решений, вносит предложения по корректировке проектного задания	Знает: принципы и методы создания проекта в области художественной и рекламной графики Умеет: анализировать и определять требования к дизайн-проекту художественной и рекламной графики; находить дизайнерские решения задач и обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории Владеет: навыками предпроектного анализа; навыками по планированию и согласованию сроков выполнения работ по проектированию объектов художественной и рекламной графики	11.013 Графический дизайнер 21.002 Дизайнер детской одежды и обуви
ПК- 2. Способен к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических параметров с использованием графических средств и приемов и реализации их на практике	ИПК-2.1. Осуществляет выбор источников проектирования (области культуры, темы, сезона и роли, которые станут основой модели/коллекции) ИПК-2.2. Определяет форму, силуэт, конструктивные решения, декоративные линии и элементы, цветовые сочетания, размеры и форму деталей модели одежды, соответствующих требованиям технического задания сезону, модным тенденциям, проектному образу и интересам заказчика/потребителя ИПК-2.3. Выполняет художественные эскизы моделей одежды с использованием различных приемов и техник художественно-графических работ ИПК-2.4. Визуализирует художественную идею в двухмерной и трехмерной графике, создает презентационные и рекламные материалы ИПК-2.5. Разрабатывать элементы брендов одежды. Воплощает творческие замыслы в реальные модели одежды	Знает: основы теории и методологии проектирования в области художественной и рекламной графики; различные приемы и техники художественно-графических работ художественной и рекламной графики Умеет: анализировать информацию, необходимую при проектировании художественной и рекламной графики Владеет: навыками выполнения комплексных проектов художественной и рекламной графики на основе культурных, тематических, сезонных источников; навыками работы в графических редакторах; навыками художественно-графической разработки элементов брендов одежды	11.013 Графический дизайнер 21.002 Дизайнер детской одежды и обуви

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
	материалы ИПК-2.5. Разрабатывать элементы брендов одежды. Воплощает творческие замыслы в реальные модели одежды	элементов брендов одежды	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Модуль специализации (по выбору). Специализация 1. Художественная и рекламная графика).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем и структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **14 з.е. (504 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоёмкость, час					
	всего	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр
Общая трудоёмкость дисциплины, час	576	108	108	108	108	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	160	32	32	32	32	32
занятия лекционного типа (лекции)	-	-	-	-	-	-
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	160	32	32	32	32	32
лабораторные работы	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	308	49	76	49	49	85
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	308	49	76	49	49	85
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	-	-	-	-	-	-
Контроль (часы на экзамен, зачет)	108	27	-	27	27	27
Промежуточная аттестация		Экзамен	дифференцированный зачет	Экзамен	Экзамен	Экзамен

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

В процессе освоения дисциплины может применяться электронное обучение и

дистанционные образовательные технологии.

В процессе освоения дисциплины обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде и электронно-библиотечным системам.

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	3 семестр			32	49	
ПК-1: ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-1.4. ИПК-1.5. ПК-2: ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4. ИПК-2.5.	ТЕМА 1. ОТКРЫТКА, КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ФОРМЫ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ Практическое занятие № 1. Дизайн-разработка серии открыток			32		Творческое задание
	Самостоятельная работа.				49	
	4 семестр			32	76	
ПК-1: ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-1.4. ИПК-1.5. ПК-2: ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4. ИПК-2.5.	ТЕМА 2. ПЛАКАТ И АФИША, КАК ИМИДЖЕВАЯ РЕКЛАМА МОДНЫХ БРЕНДОВ Практическое занятие № 1. Разработка рекламной полиграфии в сфере индустрии моды			32		Творческое задание
	Самостоятельная работа.				76	
	5 семестр			32	49	
ПК-1: ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-1.4. ИПК-1.5. ПК-2: ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4. ИПК-2.5.	ТЕМА 3. ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В ИНТЕРЬЕРЕ МАГАЗИНА ОДЕЖДЫ Практическое занятие № 1. Дизайн-проектирование графики в интерьере магазина для модного бренда			32		Творческое задание
	Самостоятельная работа.				49	
	6 семестр			32	49	
ПК-1: ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-1.4. ИПК-1.5. ПК-2:	ТЕМА 4. ДИЗАЙН АНИМАЦИИ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА БРЕНДА МОДНОЙ ИНДУСТРИИ Практическое занятие № 1. Разработка рекламного ролика бренда модной индустрии			32		Творческое задание

ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4. ИПК-2.5.	Самостоятельная работа.				49	
Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	7 семестр			32	85	
ПК-1: ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-1.4. ИПК-1.5. ПК-2: ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3. ИПК-2.4. ИПК-2.5.	ТЕМА 5. ДИЗАЙН ФИРМЕННОГО СТИЛЯ МОДНОГО БРЕНДА Практическое занятие № 1. Проектирование витрины магазина одежды			32		Творческое задание
	Самостоятельная работа.				85	
	ИТОГО	-	-	160	308	

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов **образовательных технологий**:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- проблемное обучение;
- разбор конкретных ситуаций;
- информационные технологии: Google-документы, Zoom.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации или в ЭИОС университета.

В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения (конспектируются).

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на практических занятиях

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;*
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;*
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.*

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: подготовка докладов при изучении тем 1-4.

4.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.
2. Подготовка докладов

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный учебный курс, созданный в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Каршакова, Л. Б. Компьютерное формообразование в дизайне : учеб. пособие для бакалавров и магистров по направлению подгот. "Информ. системы и технологии" профиль "Информ. технологии в дизайне" / Л. Б. Каршакова, Н. Б. Яковлева, П. Н. Бесчастнов. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 240 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Прил. - URL: <https://znanium.ru/read?id=390260> (дата обращения: 29.06.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-102047-0. - Текст : электронный.
2. Коротева, Л. И. Основы художественного конструирования : учеб. для вузов по направлениям 13.00.00 "Энергетика, энергет. машиностроение и электротехника"; 15.00.00 "Металлургия, машиностроение и материалобработка" / Л. И. Коротева, А. П. Яскин. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2026. - 304 с. : ил., табл. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.ru/read?id=483554> (дата обращения: 18.06.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-101449-3. - Текст : электронный.
3. Пашкова, И. В. Проектирование: проектирование упаковки и малых форм полиграфии : учеб. нагляд. пособие по направлению подгот. 54.03.01 "Дизайн", профиль "Граф. дизайн", квалификация (степень) "бакалавр" / И. В. Пашкова ; Кемеров. гос. ин-т культуры, Фак. визуальных искусств, Каф. дизайна. - Документ Bookread2. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2018. - 180 с. - Контрольно-измер. материалы. - Глоссарий. - URL: <https://new.znanium.com/read?id=344191> (дата обращения: 18.06.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - 0-00. - Текст : электронный.
4. Поляков, Е. Ю. Введение в векторную графику : учеб. пособие / Е. Ю. Поляков. - Изд. 2-е, стер. - Документ Reader. - Санкт-Петербург [и др.] : Лань, 2023. - 254 с. - URL: <https://reader.lanbook.com/book/282734> (дата обращения: 18.06.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-507-45750-2. - Текст : электронные.

Дополнительная литература

5. Белько, Т. В. Природа. Искусство. Дизайн : монография / Т. В. Белько. - Тольятти : ТГУС, 2008. - 189 с. : ил. - 204-50. - Текст : непосредственный.
6. Брызгов, Н. В. Творческая лаборатория дизайна. Проектная графика : [учеб. для вузов по специальности "Дизайн"] / Н. В. Брызгов, С. В. Воронежцев, В. Б. Логинов ; [Моск. гос. худож.-пром. акад. им. С. Г. Строганова, Каф. "Пром. дизайн"]. - Москва : В. Шевчук, 2010. - 192 с. : ил. - ISBN 978-5-87627-074-0 : 1144-00. - Текст : непосредственный.
7. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (квалификация (степень) "бакалавр") / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2021. - 271 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=398371> (дата обращения: 18.06.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0155-1. - 978-5-16-004085-1. - Текст : электронный.
8. Весёлкина, М. В. Художественное проектирование. Проектирование малой архитектурной формы в городской среде : учеб. пособие по направлению подгот. 54.03.01 "Дизайн", профиль "Дизайн среды" / М. В. Весёлкина, М. С. Лунченко, Н. Н. Удалова ; Омск. гос. техн. ун-т. - Документ Bookread2. - Омск : ОмГТУ, 2020. - 137 с. - Прил. - URL: <https://reader.lanbook.com/book/186939#1> (дата обращения: 24.11.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-8149-3170-2. - Текст : электронный.
9. Королькова, А. Живая типографика : [учеб. пособие] / А. Королькова. - Изд. 4-е, испр. - Москва : IndexMarket, 2012. - 224 с. : ил. - Указ. имен. - Алф. указ. - ISBN 978-5-9901107-8-6 : 748-00. - Текст : непосредственный.

10. Крылов, А. П. Фотомонтаж : учеб. пособие / А. П. Крылов. - Документ read. - Москва : Курс [и др.], 2017. - 80 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=372746> (дата обращения: 19.03.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-905554-05-6. - 978-5-16-005352-3. - Текст : электронный.

11. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама : самоучитель / В. Д. Курушин. - Изд. 2-е, стер. - Москва : ДМК Пресс, 2012. - 270 с. : ил. - (Самоучитель). - Предм. указ. - ISBN 978-5-94074-722-2 : 314-60. - Текст : непосредственный.

12. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учеб. пособие для вузов по специальностям "Дизайн", "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 239 с. : ил. - (Азбука рекламы). - Слов. понятий и терминов. - Прил. - ISBN 978-5-238-01525-5 : 180-40;194-40. - Текст : непосредственный.

13. Пендикова, И. Г. Графический дизайн: стилевая эволюция : монография / И. Г. Пендикова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2026. - 157 с. - URL: <https://znanium.ru/read?id=476034> (дата обращения: 18.06.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-114021-5. - Текст : электронный.

14. Рунге, В. Ф. История дизайна, науки и техники : учеб. пособие для архитектур. и дизайнер. специальностей : в 2 кн. Кн. 1 / В. Ф. Рунге. - Москва : Архитектура-С, 2006. - 368 с. : ил. - ISBN 5-9647-0090-X : 160-00. - Текст : непосредственный.

15. Струмпэ, А. Ю. Дизайн-проектирование (МДК 01.01) : учеб. пособие для сред. профессионального образования по специальности 54.02.01 Дизайн / А. Ю. Струмпэ. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2020. - 239 с. : ил. - (Среднее профессиональное образование). - Подгот. к итог. аттестации. - Тестирование. - ISBN 978-5-222-32682-4 : 1640-00. - Текст : непосредственный.

16. Управление проектом в сфере графического дизайна = A graphic design project from start to finish : пер. с англ. / пер. Т. Мамедова ; науч. ред. Л. Беншуша. - Документ read. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 224 с. : ил. - URL: <https://znanium.ru/read?id=471803> (дата обращения: 18.06.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9614-2246-7. - Текст : электронный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 09.06.2026). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный.

2. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». - Москва, 1992. - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 09.06.2026). - Текст : электронный.

3. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». - Тольятти, 2010. - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения: 09.06.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". - Москва, 2011. - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения: 09.06.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011. - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 09.06.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

Информационное обеспечение учебного процесса по дисциплине осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	MicrosoftOffice	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Не предусмотрено учебным планом.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

компьютерные классы университета;

библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС). Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;

проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности результатов обучения

Форма проведения промежуточной аттестации	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
	Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Диф. зачет Экзамен	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
	пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
			70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
	повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии с набранными за семестр баллами (по накопительному рейтингу). Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

Формы текущего контроля успеваемости

Формы текущего контроля	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Творческое задание	4	20	80
Творческий рейтинг (участие в конференциях, олимпиадах и т.п.) Дополнительные баллы за активное изучение дисциплины и др.	1	20	20
Итого по дисциплине			100 баллов

Система оценивания представлена в электронном учебном курсе по дисциплине <http://sdo.tolgas.ru/>.

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

8.2.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

ТЕМА 1. ОТКРЫТКА, КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ФОРМЫ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Практическое занятие № 1. Дизайн-разработка серии открыток

1. Разработка поздравительных открыток с символикой индустрии моды

- 1.1. Разработка открыток на основе геометрических фигур (черно – белое решение)
- 1.2. Разработка открыток на основе геометрических фигур (использование не более трех цветов)
- 1.3. Разработка открыток на основе комбинирования фактур (не более пяти фактур)
- 1.4. Разработка открыток на основе коллажной техники с использованием графической программы Adobe Photoshop (работа с прозрачностью, фильтрами, использовать различные способы компоновки – лучевая, зеркальная симметрия, ассиметрия)
- 1.5. Метод художественной стилизации объектов - стилизация новогодних объектов при помощи геометрических фигур - стилизация объектов при помощи различных фактур - стилизацию объекта с использованием различных художественных материалов (тушь, маркер, ручка, уголь, скотч)
- 1.6. Разработка шрифтовой композиции на тему «Новый год», «8 марта» - шрифтовая композиция на основе геометрических фигур - шрифтовая каллиграфическая композиция, выполненная различными художественными материалами (тушь, маркер, ручка, уголь, скотч)
- 1.7. Работа с эскизной графикой открытки (доработка ранее сделанной графики, например, объединение шрифтовых и графических композиций, доработка серийности открытки, перевод ручной графики в компьютерную)
- 1.8. Разработка конструктивного макета открытки - макет плоских и различных складных открыток
- 1.9. Разработка графики оборотной стороны открытки (учитывать требования к оборотной стороне открытки)
- 1.10. Подготовка макетов открыток к печати, доработка итоговых макетов.

2. Разработка имиджевых открыток в стиле модного бренда (на выбор)

- 2.1. Разработка серии открыток с использованием элементов графики на ткани одежды и конструктивных особенностей костюмов (открытки должны содержать логотип бренда и геометрические формы, линии, точки);
- 2.2. Открытки с использованием шрифтовых композиций (введение логотипа и концепции бренда);
- 2.3. Открытки в коллажной технике, в основе которой элементы одежды, аксессуаров или головных уборов бренда (работа с комбинацией полупрозрачных слоев, создание

различных композиций – зеркальные отражения, лучевые и линейные симметрии, разработка паттерна, композиция нескольких элементов одежды), открытки должны содержать логотип бренда

ТЕМА 2. ПЛАКАТ И АФИША, КАК ИМИДЖЕВАЯ РЕКЛАМА МОДНЫХ БРЕНДОВ

Практическое занятие № 1. Разработка рекламной полиграфии в сфере индустрии моды

1. Подготовка презентации по темам: История афиши и плаката. Шрифт и выбор гарнитуры в афише. Классификация тематики плаката. Образы в афише и плакате.
2. Серия ассоциативных упражнений, поиск темы и образа.
3. Спроектировать серию афиш для определенной целевой аудитории и на определенную тему
4. Спроектировать серию плакатов, доминирующим формообразующим фактором которых является коллаж

ТЕМА 3. ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В ИНТЕРЬЕРЕ МАГАЗИНА ОДЕЖДЫ

Практическое занятие № 1. Дизайн-проектирование графики в интерьере магазина для модного бренда

1. Линейно-пятновая композиция интерьера учебной аудитории/холла. Определение пятновых акцентов.
2. Создание линейно-пятновых эскизов интерьера учебной аудитории/холла с орнаментами.
3. Разработка абстрактных композиций, используя различные средства художественно выразительности - точка, линия, пятно, фактура. Использование техники коллаж и ручная графика. Работы должны быть в цвете и монохромные. Сканирование отобранных работ.
4. Размещение авторских абстрактных композиций в интерьере с использованием фотоколлажной компьютерной техники.
5. Исследование современных дизайн-практик графического оформления интерьеров магазина в сфере индустрии моды. Сбор и сортировка аналогов интерьеров с различным графическим оформлением – фотографика, шрифт, абстрактные и неформальные изображения, паттерны, арт-объекты, вписанные в интерьер.
6. Анализ графики бренда модной индустрии (логотип, фирменный стиль, рекламная графика). Бренд выбирается студентами самостоятельно. Сбор материала и написание концепции продвижения бренда в контексте визуальной составляющей.
7. Создание шрифтовых композиций в контексте фирменного стиля выбранного бренда с использованием ручной графики и коллажной техники. В качестве текста использовать название бренда, слоган бренда.
8. Формулирование концепции визуальной составляющей интерьера магазина выбранного бренда индустрии моды.
9. Отрисовка эскизов графики интерьера магазина выбранного бренда индустрии моды с использованием соответствующей концепции техники – ручная графика, компьютерная графика, коллаж, фотографика.
10. Отбор и доработка эскизной графики выбранного бренда индустрии моды. Сканирование работ и оформление интерьера магазина модного бренда в графической программе.
11. Подготовка итогового планшета

ТЕМА 4. ДИЗАЙН АНИМАЦИИ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА БРЕНДА МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

Практическое занятие № 1. Разработка рекламного ролика бренда модной индустрии

1. Разработка вербальной и графической концепции проекта – «Рекламный ролик»
 - выбор узкой темы по укрупненной теме «Рекламный ролик» - для персоны, для предприятия и т.д.;
 - коллективная практическая работа - дискуссия, мозговой штурм для решения поставленной задачи – разработка концепции по проекту;
 - индивидуальная практическая работа – предложение уникальных идей для проекта, графическая (схемы, дерево ассоциаций) и вербальная подача концепции;
 - коллективная практическая работа – обсуждение, разработанных идей, доработка с учетом комментариев.
 2. Разработка ручной эскизной раскадровки рекламного ролика
 - Разработка ручной иллюстративной графики. По окончании работы - дискуссия, отбор работ наиболее полно отвечающих художественно-эстетическим и концептуальным требованиям.
 - Разработка коллажной графики. Используя различные материалы для коллажа (газеты, журналы, скотч), разработать варианты абстрактных коллажей по элементам фирменного стиля. По окончании работы - дискуссия, отбор работ наиболее полно отвечающих художественно-эстетическим и концептуальным требованиям.
- Материалы для занятий: тушь, журналы, газеты, скотч, маркеры, гелевые ручки, кисти, бумага формата А4.
3. Разработка компьютерной графики по проекту «Рекламный ролик»
 - Разработать компьютерную графику по проекту, используя основные графические редакторы, созданная графика должна отвечать и реализовывать концепцию проекта. Компьютерная графика может быть продолжением ручной графики, может создаваться с нуля. По окончании работы - дискуссия, отбор работ наиболее полно отвечающих художественно-эстетическим и концептуальным требованиям.
- Материалы для занятий: работа в графическом редакторе.
4. Итоговая доработка проекта «Рекламный ролик»
 - Выбор итогового решения эскизной раскадровки. Отбор графических работ, наиболее полно отвечающих художественно-эстетическим и концептуальным требованиям проекта. Доработка элементов проекта. Создание рекламного ролика.
 - Начало работы по верстке итоговой презентации проекта в графическом редакторе.
- Компоновка блоков: аналоги, концепция, ход работы, итоги, визуализация проекта. Предложение нескольких вариантов компоновки планшета.

ТЕМА 5. ДИЗАЙН ФИРМЕННОГО СТИЛЯ МОДНОГО БРЕНДА

Практическое занятие № 1. Проектирование витрины магазина одежды

1. Разработка вербальной и графической концепции проекта – «Фирменный стиль»
 - выбор узкой темы по укрупненной теме «Фирменный стиль» - для персоны, для предприятия и т.д.;
 - коллективная практическая работа - дискуссия, мозговой штурм для решения поставленной задачи – разработка концепции по проекту;
 - индивидуальная практическая работа – предложение уникальных идей для проекта, графическая (схемы, дерево ассоциаций) и вербальная подача концепции;
 - коллективная практическая работа – обсуждение, разработанных идей, доработка с учетом комментариев.
2. Разработка ручной эскизной графики по проекту «Фирменный стиль» (Шрифтовая, коллажная, Коллаж+графика)
 - Разработка ручной шрифтовой эскизной графики. Разработка шрифтовых знаков (логотипов). По окончании работы - дискуссия, отбор работ наиболее полно отвечающих художественно-эстетическим и концептуальным требованиям.
 - Разработка ручной иллюстративной графики. Разработка графических знаков. По окончании работы - дискуссия, отбор работ наиболее полно отвечающих художественно-эстетическим и концептуальным требованиям.
 - Разработка коллажной графики. Используя различные материалы для коллажа (газеты, журналы, скотч), разработать варианты абстрактных коллажей по элементам фирменного стиля.

После сделать творческие работы в которых соединятся графика (шрифтовая и иллюстративная) и коллаж. По окончании работы - дискуссия, отбор работ наиболее полно отвечающих художественно-эстетическим и концептуальным требованиям.

- Разработка графики по определенным стилям. Разработать фирменные знаки и элементы фирменного стиля в различных стилях (конструктивизм, футуризм, швейцарский стиль).

- Использовать любые средства проектной графики.

Материалы для занятий: тушь, журналы, газеты, скотч, маркеры, гелевые ручки, кисти, бумага формата А4.

3. Разработка компьютерной графики по проекту «Фирменный стиль»

- Разработать компьютерную графику по проекту (знаки, элементы фирменного стиля), используя основные графические редакторы, созданная графика должна отвечать и реализовывать концепцию проекта. Компьютерная графика может быть продолжением ручной графики, может создаваться с нуля. По окончании работы - дискуссия, отбор работ наиболее полно отвечающих художественно-эстетическим и концептуальным требованиям. - Разработать оформление интерьера в соответствии с предложениями по фирменному стилю. Разработать графику элементов декора – текстиль, обои, мебель, панно и т.д..

Материалы для занятий: работа в графическом редакторе.

4. Итоговая доработка проекта «Фирменный стиль»

- Выбор итогового решения элементов фирменного стиля и их доработка. Отбор графических работ, наиболее полно отвечающих художественно-эстетическим и концептуальным требованиям проекта. Доработка элементов проекта. Визуализация проекта. Раскладка полосы семестровых работ.

- Начало работы по верстке итоговой презентации проекта в графическом редакторе.

Компоновка блоков: аналоги, концепция, ход работы, итоги, визуализация проекта. Предложение нескольких вариантов компоновки планшета. Выбор итогового варианта, подготовка его в печать.

8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: *экзамен / дифференцированный зачет (по результатам накопительного рейтинга).*

Устно-письменная форма по экзаменационным билетам предполагается, как правило, для сдачи академической задолженности.

Перечень вопросов и заданий для подготовки к дифференцированному зачету в 4 семестре

ТЕМА 2. ПЛАКАТ И АФИША, КАК ИМИДЖЕВАЯ РЕКЛАМА МОДНЫХ БРЕНДОВ

ПК-1 Способен формулировать цели и задачи художественного проекта, к выявлению приоритетов в решении задач с учетом эстетических и иных аспектов деятельности

1. Дайте определение понятию «афиша» и ее основным функциям в сфере моды.
2. Чем отличается афиша от плаката как вида рекламной полиграфии?
3. Назовите основные этапы истории развития афиши и плаката (от XIX века до наших дней).
4. Кто считается основоположником художественного плаката и почему?
5. Как стиль «модерн» повлиял на развитие афиши в конце XIX – начале XX века?
6. Какие известные художники-графики работали в жанре афиши (Тулуз-Лотрек, Муха, Родченко)?
7. Как советский конструктивизм изменил визуальный язык плаката?
8. Каковы основные функции рекламной полиграфии в индустрии моды?
9. Чем имиджевый плакат модного бренда отличается от информационного или торгового плаката?
10. Какую роль играет афиша в формировании имиджа модного бренда?
11. Назовите классификацию тематики плаката (рекламный, политический, социальный, культурно-просветительский).
12. Какие тематические направления плаката наиболее актуальны для модной индустрии?
13. Что такое «имиджевая реклама» и как она реализуется через плакат?

14. Как афиша может отражать ДНК бренда и его философию?
15. Какие исторические стили (барокко, ар-деко, поп-арт) чаще всего цитируются в модных афишах?
16. Как развитие печатных технологий (литография, офсет, цифровая печать) повлияло на эволюцию плаката?
17. Каковы отличительные черты европейской школы плаката от американской?
18. Как японский графический дизайн повлиял на современную модную афишу?
19. Что такое «швейцарский стиль» в плакате и применим ли он к моде?
20. Назовите ключевых современных дизайнеров, работающих в жанре модного плаката.
21. Как социальные тренды (эко-осознанность, бодипозитив) отражаются в рекламной афише модных брендов?
22. В чем отличие сезонной афиши (коллекция) от постоянной имиджевой афиши бренда?
23. Как афиша может работать на узнаваемость бренда без использования логотипа?
24. Каковы жанровые разновидности плаката в индустрии моды (коллекционный, событийный, персональный)?
25. Как событийный плакат (показ, выставка, презентация) отличается от коллекционного?
26. Какую роль играет афиша в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций модного бренда?
27. Как афиша взаимодействует с другими носителями (баннеры, соцсети, BTL-материалы) в рамках рекламной кампании?
28. Какие исторические примеры модной афиши стали культовыми и почему?
29. Как тенденции современного искусства (стрит-арт, диджитал-арт) интегрируются в плакатную графику?
30. В чем отличие афиши для масс-маркета от афиши для люксового сегмента?
31. Дайте определение понятию «шрифтовая гарнитура» и ее роли в афише.
32. Как классифицируются шрифты по историческому признаку (антиква, гротеск, брусковые, акцидентные)?
33. Какие шрифтовые гарнитуры чаще всего используются в модной имиджевой рекламе и почему?
34. Каковы критерии выбора шрифта для афиши модного бренда?
35. Что такое «читаемость» и «удобочитаемость» шрифта в плакате и как их достичь?
36. Как кегль и начертание шрифта влияют на иерархию информации в афише?
37. В чем отличие между рублеными шрифтами (гротесками) и шрифтами с засечками (антиквой) в контексте моды?
38. Как шрифт может создавать образ и передавать характер бренда (элегантность, дерзость, минимализм)?
39. Каковы принципы парного сочетания шрифтов (контраст, нюанс) в одной афише?
40. Что такое «шрифтовая композиция» и как она выстраивается на плоскости афиши?
41. Как цвет шрифта взаимодействует с фоном и изображением в плакате?
42. Как типографика может выполнять роль изобразительного элемента (фигуры, фактуры) в афише?
43. Как кернинг, трекинг и интерлиньяж влияют на визуальное восприятие текста в афише?
44. Каковы особенности работы с акцидентными (декоративными) шрифтами в модной афише?
45. Как шрифт может трансформироваться в графический паттерн или орнамент в плакате?
46. Что такое «образ» в афише и плакате и какова его структура?
47. Какие типы образов используются в рекламной полиграфии модных брендов (метафорические, сюжетные, символические)?
48. Как в афише создается динамический или статический образ через композицию?
49. Какова роль цветового решения в создании эмоционального образа плаката?
50. Какие композиционные схемы (вертикальная, горизонтальная, диагональная, центрическая) наиболее эффективны для афиши?

ПК- 2. Способен к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических параметров с использованием графических средств и приемов и реализации их на практике

51. Как принцип «золотого сечения» применяется при построении композиции плаката?
52. Что такое «доминанта» в афише и как ее выделить?
53. Как контраст (цветовой, тональный, масштабный) работает на создание выразительного образа в плакате?

54. Как ритм организует композицию и помогает считывать информацию в афише?
55. Как статика и динамика в композиции влияют на восприятие модного бренда?
56. Какие приемы визуальной метафоры чаще всего используются в имиджевых плакатах?
57. Как создать «атмосферу» (настроение) в афише с помощью композиционных средств?
58. Как взаимодействие пустого и заполненного пространства (воздух/фон) влияет на «дорогой» или «массовый» вид афиши?
59. Как масштаб изображения (крупный план, общий план) влияет на эмоциональное восприятие образа?
60. Как в афише может использоваться эффект «незавершенности» или «открытой композиции»?
61. Каким образом линия и пятно работают над созданием образа в плакате?
62. Как сюжетная линия (нарратив) встраивается в статичное изображение афиши?
63. Как можно выразить время суток, сезон или эпоху через композицию и колорит плаката?
64. В чем отличие «реалистичного» образа от «условного» или «абстрактного» в модной афише?
65. Какой должна быть афиша для целевой аудитории модного бренда, чтобы привлечь внимание и вызвать желание?
66. Дайте определение коллажу как технике и как формообразующему фактору в плакате.
67. Какие виды коллажа (бумажный, цифровой, живописный, фроттаж) используются в дизайне афиш?
68. Почему коллаж является одним из самых эффективных инструментов для создания модного плаката?
69. Как в коллажной афише достигается единство разнородных элементов (фото, текст, фактура)?
70. Каковы принципы работы с текстурами и материалами в коллаже для плаката?
71. Как коллаж помогает создавать сюрреалистические или футуристические образы в моде?
72. В чем отличие коллажа от фотомонтажа в рекламной графике?
73. Как при создании коллажа выстраивается глубина пространства (передний, средний, задний планы)?
74. Какие эффекты (обрыв, наложение, проступание) делают коллаж выразительным в плакате?
75. Как коллаж может передавать фактуру тканей и материалов костюма без их фотореалистичного изображения?
76. Как цифровой коллаж отличается от ручного (аналогового) по технологии и визуальному результату?
77. Как коллаж позволяет сочетать несочетаемые объекты и создавать новый контекст для модного продукта?
78. Каковы принципы компоновки коллажа в заданном формате афиши?
79. Как использовать коллаж для создания брендового паттерна или фона плаката?
80. Как в коллаже достигается баланс между хаосом и структурой (организованный беспорядок)?
81. Опишите алгоритм разработки серии афиш от брифа до финального макета.
82. Каковы этапы подготовки презентации по истории афиши и плаката?
83. Как классифицируется целевая аудитория модных брендов по возрасту, полу, уровню дохода, стилю жизни?
84. Как целевая аудитория влияет на выбор темы, цвета, шрифта и образов в афише?
85. Как спроектировать серию афиш на определенную тему (например, «Весенняя коллекция», «Эко-мода», «Ночной город»)?
86. В чем отличие афиши для молодежной аудитории от афиши для аудитории 35+?
87. Каковы методы поиска темы и образа при выполнении серии ассоциативных упражнений?
88. Как ассоциативные упражнения (на линии, пятно, цвет, фактуру) помогают найти визуальный язык для афиши?
89. Как разработать серию плакатов, объединенных общей концепцией, но различающихся по цвету или ритму?
90. Как спроектировать серию плакатов, доминирующим формообразующим фактором которых является коллаж?
91. Какие требования предъявляются к макету афиши для печати (разрешение, цветовая модель, форматы)?
92. Как адаптировать афишу для digital-носителей (социальные сети, сайт, экраны)?
93. Каковы критерии оценки качества разработанной серии афиш (оригинальность, цельность, соответствие брифу)?
94. Как провести анализ конкурентной среды при разработке имиджевого плаката?

95. Как серия афиш может транслироваться в наружной рекламе (сити-форматы, билборды)?
96. Как в серии афиш выстраивается стилистическое единство (цвет, шрифт, пластика)?
97. Какие графические приемы делают афишу «запоминающейся» и повышают узнаваемость бренда?
98. Как этические и культурные нормы влияют на проектирование рекламной полиграфии в моде?
99. Каковы требования к подаче проекта (портфолио) по разработанной серии афиш?
100. Опишите полный цикл работы над созданием имиджевой афиши: от идеи до готового печатного макета с учетом всех изученных тем

Перечень вопросов и заданий для подготовки к экзамену

3 семестр

ТЕМА 1. ОТКРЫТКА, КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ФОРМЫ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

ПК-1 Способен формулировать цели и задачи художественного проекта, к выявлению приоритетов в решении задач с учетом эстетических и иных аспектов деятельности

1. Какие виды графики могут быть по способу создания?
2. Виды графики
3. Что относится к уникальной графике?
4. Композиция в графическом дизайне.
5. Дайте определение понятию креативность.
6. Перечислите основные признаки креативности.

ПК- 2. Способен к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических параметров с использованием графических средств и приемов и реализации их на практике

7. Определите понятие «креативность дизайн-решения».
8. Какие науки определяют область необходимых знаний дизайнера-графика?
9. Назовите основные принципы дизайна.
10. Взаимоотношение массового и профессионального сознания в сфере графического дизайна.
11. Проблемы, возникающие в потреблении объектов графического дизайна.
12. Способы передачи фактуры и текстуры.

ТЕМА 3. ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В ИНТЕРЬЕРЕ МАГАЗИНА ОДЕЖДЫ

5 семестр

ПК-1 Способен формулировать цели и задачи художественного проекта, к выявлению приоритетов в решении задач с учетом эстетических и иных аспектов деятельности

13. Что такое графический дизайн в интерьере?
14. Приведите примеры графики в интерьере квартиры.
15. Функции графики в интерьере
16. В каких случаях применяется ахроматическая или нейтральная цветовая гамма в интерьере?
17. Принципы применения графики в интерьере габаритных помещений
18. Принципы применения графики в интерьере малогабаритных помещений
19. Принципы применения графики в интерьере репрезентативных зон

ПК- 2. Способен к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических параметров с использованием графических средств и приемов и реализации их на практике

20. Какие техники графики могут быть использованы в дизайне интерьера?

21. Основные стили в дизайне интерьера
22. Какие задачи решает графика при использовании в интерьере
23. Дайте определение триптиху
24. Виды интерьерных наклеек
25. Технология нанесения декоративных наклеек в интерьере
26. Требования к оформлению интерьера картинами и постерами
27. Оформление интерьера магазина одежды

ТЕМА 4. ДИЗАЙН АНИМАЦИИ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА БРЕНДА МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

6 семестр

ПК-1 Способен формулировать цели и задачи художественного проекта, к выявлению приоритетов в решении задач с учетом эстетических и иных аспектов деятельности

28. Что такое моушн-дизайн?
29. Принцип тайминга и скорости в моушн-дизайне
30. Принцип смягчения в моушн-дизайне
31. Принцип цельности в моушн-дизайне
32. Принцип антиципации в моушн-дизайне
33. Принцип анимации по дуге в моушн-дизайне
34. Принцип сжатия, растягивание и мазков в моушн-дизайне
35. Принцип продолжения движения и перекрытие в моушн-дизайне
36. Принцип преувеличения в моушн-дизайне
37. Принцип дополнения в моушн-дизайне
38. Преимущества анимационной графики
39. Тренды в моушн-дизайне
40. Специфика моушн-коллажа в анимационных роликах

ПК- 2. Способен к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических параметров с использованием графических средств и приемов и реализации их на практике

41. Специфика применения анимации текстов и интерфейсов.
42. Специфика применения анимированных логотипов.
43. Объекты проектирования моушн-дизайнеров?
44. Инструменты моушн-дизайна
45. Опишите принцип создания линейной анимации
46. Опишите принцип создания покадровой анимации
47. Что такое интерактивное издание, назовите основные этапы проектирования?
48. Принципы проектирования электронной книги, ее форматы.
49. Назовите способы преобразования печатных изданий в электронное
50. Какие виды переходов страниц существуют?
51. Функции моушн-дизайна
52. Виды рекламных роликов?
53. Что такое mood video?
54. Этапы создания рекламного ролика

ТЕМА 5. ДИЗАЙН ФИРМЕННОГО СТИЛЯ МОДНОГО БРЕНДА

7 семестр

ПК-1 Способен формулировать цели и задачи художественного проекта, к выявлению приоритетов в решении задач с учетом эстетических и иных аспектов деятельности

55. Охарактеризуйте фирменный знак
56. Фирменный блок представляет собой
57. Кто первым в истории дизайна создал корпоративный стиль?
58. Что такое бренд?

59. Что такое имидж бренда?
60. Функции фирменного стиля?
61. Задачи фирменного стиля?
62. Цели формирования фирменного стиля
63. Что такое фирменный стиль?
64. Основные стилеобразующие элементами?
65. Что такое товарный знак?
66. Функции товарного знака
67. Основные типы товарных знаков
68. Что такое словесный товарный знак?
69. Охарактеризуйте изобразительный товарный знак
70. Что такое объемный товарный знак?
71. Охарактеризуйте звуковой товарный знак
72. Охарактеризуйте комбинированные товарные знаки
73. Требования к товарному знаку
74. Что такое фирменный блок?
75. Разновидности сочетания фирменного блока
76. Значение цвета в фирменном стиле?
77. Условия применения фирменного шрифта или комплекта шрифтов в фирменном

ПК- 2. Способен к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических параметров с использованием графических средств и приемов и реализации их на практике

78. Схема верстки в фирменном стиле
79. Требования к дизайну товарного знака
80. Что такое бренд-бук?
81. Что входит в структуру бренд-бука?
82. Что должно входить в инструкции по применению фирменного стиля?
83. Перечислите основные носители фирменного стиля
84. Функции фирменного стиля?
85. Задачи фирменного стиля?
86. Функции товарного знака
87. Основные типы товарных знаков
88. Что такое словесный товарный знак?
89. Охарактеризуйте изобразительный товарный знак
90. Что такое объемный товарный знак?
91. Значение цвета в фирменном стиле?
92. Условия применения фирменного шрифта или комплекта шрифтов в фирменном
93. Схема верстки в фирменном стиле
94. Требования к дизайну товарного знака
95. Что такое бренд-бук?
96. Что входит в структуру бренд-бука?
97. Что должно входить в инструкции по применению фирменного стиля?
98. Функции фирменного стиля?
99. Задачи фирменного стиля?
100. Основные типы товарных знаков