

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»

**УТВЕРЖДЕНО**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ДИЗАЙНПРОЕКТИРОВАНИЕ**

Направление подготовки 44.03.05 Педагогическое образование с двумя  
профилями подготовки

Направленность Изобразительное искусство, дизайн

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

**Кострома**  
**2024**

Рабочая программа дисциплины Дизайнпроектирование разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 125 от 22.02.2018

Разработал: Решетняк Т. Н., старший преподаватель кафедры изобразительных искусств и технологии

Рецензент: Лебедева Н. Ю., директор муниципального бюджетного учреждения дошкольного образования г. Костромы «Детская художественная школа № 2 имени Н.Н. Купреянова»

УТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры изобразительных искусств и технологии

Протокол заседания кафедры № 3 от 21.11.2023 г.

Заведующий кафедрой изобразительных искусств и технологии Высоцкий В. М.

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: изучение особенностей графического дизайна как вида творческой деятельности; формирования представлений в области общих методов, принципов и приемов композиции в дизайне различных объектов визуальной коммуникации; приобретение студентами практических навыков создания графического дизайнерского продукта.

Задачи дисциплины:

- применять полученные теоретические знания в области проектирования на практике при работе с графическим материалом;
- научить создавать и разрабатывать графические дизайн-проекты и рекламную продукцию самостоятельно;
- дать фундаментальные понятия о структуре проектной дизайнерской деятельности;
- изучить все виды графической продукции, реализуемой сегодня на рынке, и области ее применения;
- дать представление о современных материалах, используемых сегодня в полиграфической промышленности;
- применять на практике при создании графического дизайн-продукта полученные теоретические знания по композиции, физике цвета, шрифтовой графике, компьютерной графике.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать: профессиональную терминологию; типологию объектов графического дизайна; технологические особенности проектирования знака, логотипа, разработки графического фирменного стиля.

уметь: грамотно использовать шрифты, рисунки, фотографии, анимацию при создании различных типов графической продукции; создавать графическую продукцию в любом стиле.

владеть: способностью создавать графическую продукцию для любой сферы деятельности: торговой, политической, социальной.

освоить компетенции:

- Способность применять современные технологии, требуемые при реализации (ПК-3).

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана. Изучается в 7, 8, 9, 10 семестре(ах).

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: Пропедевтика в дизайне, Использование компьютерных технологий в дизайне.

Изучение дисциплины является основой для подготовки и защиты выпускной квалификационной работы.

## 4. Объем дисциплины (модуля)

### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	5
Общая трудоемкость в часах	180

Аудиторные занятия в часах, в том числе:	58
Практические занятия	
Лабораторные занятия	58
Самостоятельная работа в часах	82
Форма промежуточной аттестации	8 семестр – зачёт, 10 семестр - экзамен

#### 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма
Практические занятия	
Лабораторные занятия	58
Консультации	2
Экзамен/экзамены	0,35
Зачёт	0,25
Всего	60,6

### 5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

#### 5.1 Тематический план учебной дисциплины

*а) очная форма обучения*

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Предмет «Дизайн-проектирование». Особенность проектного знания. Структура процесса проектирования				2	12
2	Проектная графика как средство решения проектных задач. Демонстрации замыслов дизайн-проектирования. Чертеж как средство коммуникации.				8	12
3	Понятие о предпроектном исследовании средового объекта, сборе информации, видах				8	12

	эскизирования. Творческий поиск в процессе проектирования. Форэскиз проекта.					
4	Упаковка как продукт графического дизайна.				8	12
5	Графический дизайн рекламной продукции.				10	12
6	«Фирменный стиль». Разработка фирменного знака логотипа.				10	22
	Итого				58	82

## 5.2. Содержание:

Тема 1. Предмет «Дизайн-проектирование». Особенность проектного знания. Структура процесса проектирования

Тема 2. Проектная графика как средство решения проектных задач. Демонстрации замыслов дизайн-проектирования. Чертеж как средство коммуникации.

тема 3. Понятие о предпроектном исследовании средового объекта, сборе информации, видах эскизирования. Творческий поиск в процессе проектирования. Форэскиз проекта.

### **Тема 4. Упаковка как продукт графического дизайна.**

Упаковка как продукт графического дизайна. Упаковка – это носитель закодированной информации не только о самом продукте, но и о производителе. Поэтому на первом этапе работы очень важно учесть эмоциональное отношение потребителя к создателю продукта. Для только вступивших на рынок или небольших производителей стоит задача обратить на себя внимание и возбудить интерес к продукту при невозможности крупных затрат на рекламу при помощи оригинальных дизайнерских решений. Образ же крупного, хорошо зарекомендовавшего себя в глазах покупателя производителя формируют убедительность и характер обращения к историцизму и традиционализму в образе марки.

### **Тема 5. Графический дизайн рекламной продукции.**

Графический дизайн рекламной продукции. Графический дизайн всегда направлен либо на создание каких-либо функциональных, либо эстетических элементов. Конечно, зачастую востребовано именно грамотное и качественное сочетание и того и другого. Особенно явно это проявляется в дизайне рекламной продукции. Сегодня графический дизайн – это не создание красивой картинки, а представление информации в том виде, в котором она может привлечь внимание потенциального клиента. А привлечь внимание клиента, как известно, это основная задача любой рекламной продукции и ее первичная цель. В первую очередь графический дизайн направлен на создание эффективной визуально-коммуникативной среды.

### **Тема 6. «Фирменный стиль». Разработка фирменного знака логотипа.**

Основные типы праздников. Формирование концепции оформления праздника. Художественная образность как основа "игрового" подхода к формообразованию. Типология форм организации праздничной среды. Связь образа жизни и стиля предметной среды. Понятие корпоративного (фирменного) стиля. Фирменный стиль — это совокупность приемов (графических, цветовых, типографических, композиционных и пр.), которые обеспечивают запоминаемость и узнаваемость торговой марки, тем самым способствуя увеличению ценности.

## 6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

## 6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

а) очная форма обучения

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Предмет «Дизайн-проектирование». Особенности проектного знания. Структура процесса проектирования.	Выполнить заданные педагогом словесные задания с помощью имеющихся средств формальной композиции путем перемещения точки в формате листа; например, "летающий шмель", "прыгающий мяч", "взлетающий самолет".	12	Работы выполняются на формате А3 в различной технике: тушь, гуашь, акварель, коллаж, «Детский модульный конструктор».	Презентация результатов практической работы. Рецензирование, самоанализ.
2	Проектная графика как средство решения проектных задач. Демонстрации замыслов дизайн-проектирования. Чертеж как средство коммуникации.	Выполнить заданные педагогом словесные задания с помощью имеющихся средств формальной композиции. Примерные темы: радость-горе; смех-плач; вдохновение-упадок; доброта-злость; жадность-щедрость; любовь-безразличие; восторг-разочарование; хитрость-	12		Презентация результатов практической работы. Рецензирование, самоанализ.

		простодушие.			
3	<p>Понятие о пред- проектном ис- следовании сре- дового объекта, сборе информа- ции, видах эски- зирования. Творческий по- иск в процессе проектирования. Форэскиз проек- та.</p>	<p>Выполнить упражнения на передачу движения в ахроматической гамме, при этом обращая внимание на композицию, которая должна соответствовать заданной теме. Примерные темы: ломать, ползти, резать, нырять, сближаться, взлет, падение, возвращение, наступление, напряжение, растяжение, разрушение, сжатие, созидание, отступление.</p>	12		<p>Презентация результатов практической работы. Рецензирование, самоанализ.</p>
4	<p>Упаковка как продукт графиче- ского дизайна.</p>	<p>Студенты выполняют упражнения на передачу состояния массы в цвете, при этом и композиция в формате, и цвет должны быть направлены на выполнение задания. Примерные темы: студенистое (желе), липкое (клей), вязкое (повидло), твердое (камень), текучее (вода), податливое</p>	12		<p>Презентация результатов практической работы. Рецензирование, самоанализ.</p>

		(пластилин), рыхлое (картошка вареная), воздушное (облако).			
5	Графический дизайн рекламной продукции.	Выполнить формально-композиционное произведение (плакат), адекватно отражающее тему и название данной композиции при помощи цвета, коллажа, формы вырезки элементов коллажа и средств формальной композиции.	10	Плакат должен работать ассоциативно, при рассмотрении его визуально не должно возникать никаких предметных ассоциаций. Работа выполняется на планшете 55×75 см в различной технике.	Презентация результатов практической работы. Рецензирование, самоанализ.
6	«Фирменный стиль». Разработка фирменного знака логотипа.	Поиск концепции "Фирменного стиля".	10	Исследуется использование средовой графики как общественного информационного инструмента в наружной рекламе, POS-материалах, изучаются принципы разработки дизайна для оформления интерьера и экстерьера.	Презентация результатов практической работы. Рецензирование, самоанализ.

## 6.2. Тематика и задания для лабораторных занятий

### Тема 1. Предмет «Дизайн-проектирование». Особенность проектного знания. Структура процесса проектирования.

Выполнение заданий на передачу различных эмоциональных состояний, движения или действия, массы заданными абстрактными средствами.

### Тема 2. Проектная графика как средство решения проектных задач. Демонстрации замыслов дизайн-проектирования. Чертеж как средство коммуникации.

Студенты выполняют упражнения на передачу полярных эмоций линией, при этом обращая внимание на композиционное размещение в формате, которое должно соответствовать заданной теме.

### Тема 3. Понятие о пред-проектном исследовании средового объекта, сборе информации, видах эскизирования. Творческий поиск в процессе проектирования. Форэскиз проекта.



Студенты выполняют упражнения на передачу эмоционального состояния в цвете, при этом и композиция в формате, и цвет должны быть направлены на передачу заданного состояния. Примерные темы: нежность, задумчивость, уверенность, ностальгия (тоска), удовольствие, сожаление. Работа над эскизом графической подачи проекта, конструкторско- технологическим разделом пояснительной записки.

#### **Тема 4. Упаковка как продукт графического дизайна.**

Цель работы: Познакомиться с принципами дизайна упаковки для: домашних продуктов, косметического и парфюмерного маркетинга, игрушек, продуктов питания и напитков, для рекламных и POS- материалов, изучить специфику дизайна для данных областей; а также материалы о бренд-идентификации, конструкции, материалах и связях с ритейлом (розничной торговлей).

#### **Тема 6. Графический дизайн рекламной продукции.**

Практическая работа «Абстрактно-эмоциональный плакат».

Выполнение заданий на передачу различных эмоциональных состояний окружающей среды или человека посредством применения основных принципов формальной композиции с использованием цвета, как элемента отражающего смысл и идею композиции. Задачи, которые решаются в процессе выполнения работы: развитие интуитивных способностей студента к художественно-образному и абстрактному мышлению; умение применить выразительные свойства и средства композиции в изображении различных состояний окружающего мира и внутреннего мира человека.

#### **Тема 7. «Фирменный стиль». Разработка фирменного знака логотипа.**

«Разработка рекламного плаката». «Разработка дизайн-макета рекламного буклета».

### **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

#### *а) основная:*

1. Графический дизайн [Текст] / Г.С. Тимофеев, Е.В. Тимофеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2010  
Овчинникова, Раиса Юрьевна.
2. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 070601"Дизайн", 032401 "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова; ред. Л. М. Дмитриева. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 239 с. Хембри, Райн.
3. Графический дизайн [Текст]: как научиться понимать графику и визуальные образы: самый полный справочник/ Райн Хембри; [пер. с англ. А. В. Банкрашкова]. - М.: АСТ: Астрель, 2008.

#### *б) дополнительная:*

1. Дэбнер, Дэвид Школа графического дизайна: принципы и практика графического дизайна [Текст] / Дэвид Дэбнер. - М.: РИПОЛ классик, 2007. - 192 с.
2. Графические коммуникации в технике и дизайне [Текст]: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции/ ТюмГНГУ. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2006. - 169 с.
3. Тимофеев, Г. С. Графический дизайн [Текст] / Г.С. Тимофеев, Е.В. Тимофеева. - Ростов н/Д: Феникс, 2002.
4. Искусство дизайна с компьютером и без... [Текст] = Design Companion for the Digital Artist : справочное издание/ Пер. с англ. В.Г. Иоффе. - М.: Кудиц-Образ, 2004. - 204 с.:

### **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Университетская библиотека online»

**9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

1. Компьютерный класс.
2. Помещение для хранения выполненных работ, выставочное оборудование и пространство для экспонирования лучших работ.
3. Специального программного обеспечения для компьютерной графики.
4. Мультимедийное оборудование.
5. Электронные планшеты.