

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, дополнительное образование в
сфере дизайна

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

**Кострома
2019**

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
-------------	---	---------------------------------------

УТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры изобразительных искусств и технологии

Протокол заседания кафедры № 1 от 5.09.2019 г.

Заведующий кафедрой изобразительных искусств и технологии Высоцкий В. М.



Подпись

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:

- готов к проектированию и реализации развивающей деятельности в образовательных организациях общего образования (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:	70
Практические занятия	32
Лабораторные занятия	38
Самостоятельная работа в часах	74
Форма промежуточной аттестации	8 семестр – зачёт, 10 семестр - экзамен

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма
Практические занятия	32
Лабораторные занятий	38
Консультации	2
Экзамен/экзамены	0,35
Всего	72,35

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	18			4	14
2	Проектная графика как средство решения проектных задач. Демонстрации замыслов дизайн-проектирования. Чертеж как средство коммуникации.	18			6	12
3	Понятие о предпроектном исследовании средового объекта, сборе информации, видах эскизирования.	18			6	12

	Творческий поиск в процессе проектирования. Форэскиз проекта.					
4	Упаковка как продукт графического дизайна.	18			6	12
5	Графический дизайн рекламной продукции.	36			16	20
6	«Фирменный стиль». Разработка фирменного знака логотипа.	36		32		4
	Итого	144		32	38	74

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 историзму 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".	14	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- дowego 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.	20	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".	4	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.