

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Кафедра «Дизайн и цифровые искусства»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б.1.1.12 « Основы производственного мастерства»

направления подготовки

54.03.01 «Дизайн»

Профиль 1 «Графический дизайн»

Квалификация – бакалавр

форма обучения – очная,
курс – 2,3,
семестр – 3,4,5
зачетных единиц – 4, 5, 6
часов в неделю – 3, 4, 4
всего часов – 144, 180, 216
в том числе:
лекций – нет,
коллоквиумов – нет,
практические занятия – 54, 72, 72
самостоятельная работа – 90, 108, 144
зачет – 3,4 семестры,
экзамен – 5 семестр,
РГР – нет,
курсовая работа – 5 семестр,
курсовой проект – нет

1. Цели и задачи дисциплины

Цель преподавания дисциплины: формирование творческого мышления, способности проектировать художественное изделие с использованием средств проектной графики и компьютерного моделирования; знакомство с многообразием ручного творчества и различными методами конструирования объектов визуальной среды, получение профессиональных навыков в освоении технологии и приемов выполнения различных видов графических изделий, навыков преподавания художественных дисциплин; получение профессиональных навыков в освоении технологии и приемов выполнения различных видов дизайн-продуктов.

Задачи изучения дисциплины: формирование креативного мышления, усвоение основных законов и методов создания художественного образа; формирование навыков самостоятельного выполнения дизайн-проекта; в процессе изучения дисциплины студентом приобретаются умения анализа наследия дизайна, декоративно-прикладного искусства и визуальной составляющей рекламных коммуникаций, как прошлых лет, так и современной практики в нашей стране и за рубежом, происходит знакомство с различными видами дизайн-деятельности, развивается способность комплексного подхода к решению проектных задач.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Основы производственного мастерства» изучается на протяжении пяти семестров, начиная со второго курса, базируется на знаниях и умениях, полученных студентом в системе среднего и средне-профессионального образования по черчению, мировой художественной культуре, изобразительному искусству; для ее освоения необходимы знания и навыки, полученные студентами в рамках изучения таких дисциплин как «Пропедевтика», «Компьютерные средства создания и обработки векторной графики», «Компьютерные средства обработки растровых изображений», «Художественно-техническое редактирование», «Цветоведение и колористика»; является сопутствующей в процессе освоения дисциплин общепрофессионального цикла ООП ВО «Академический рисунок», «Академическая живопись», «Академическая скульптура и пластическое моделирование».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

способностью реализовывать педагогические навыки при преподавании художественных и проектных дисциплин (модулей) (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

способностью осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий (ОПК-7).

При освоении дисциплины

Студент должен знать: основные направления в дизайне, специфику построения дизайн-деятельности в сфере графического дизайна, возможные приемы гармонизации форм, структур, комплексов и систем; комплекс функциональных, композиционных решений; сущность и значение информации в развитии современного общества; основы экономических знаний с точки зрения их применения в дизайн-деятельности; функции и задачи учреждений и организаций, фирм, структурных подразделений, занимающихся вопросами дизайна.

Студент должен уметь: поставить цель и выбрать пути ее достижения, синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта; научно обосновать свои предложения; конструировать объекты графического дизайна, использовать полученные навыки в проведении занятий в общеобразовательных учреждениях, образовательных учреждениях среднего профессионального образования и дополнительного образования по направлению подготовки.

Студент должен владеть: культурой мышления, навыками восприятия, анализа и обобщения полученной информации, основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, приемами работы с цветом и цветовыми композициями; навыком применения графического дизайна в различных видах коммуникационной и дизайн-деятельности, умением использовать рисунок, живопись в практике составления композиции, владеть переработкой их (в том числе с использованием информационных технологий) в направлении проектирования любого объекта; современной шрифтовой культурой; основными правилами и принципами набора и верстки.

**4. Распределение трудоемкости (час.) дисциплины по темам
и видам занятий**

№ Мо-ду-ля	№ Неде-ли	№ Те-мы	Наименование темы	Часы/ Из них в интерактивной форме					
				Всего	Лек-ции	Кол-лок-виу-мы	Лаб-ора-торн-ые	Прак-тичес-кие	СРС
1	2	3	4	5	6	7		8	9
3 семестр									
1	1-6	1-3	Дизайн упаковки	39				14	25
1	7-9	4-6	Дизайн этикетки	27				12	15
1	10-14	7-9	Дизайн-проект: от идеи до реализации (изготовление фирменного знака, логотипа)	39				14	25
1	15-18	10-12	Дизайн-проект: от идеи до реализации (социальный плакат)	39				14	25
Всего за 3 семестр				144				54	90
4 семестр									
2	1-2	1	Теория рекламной деятельности. Понятие и роль рекламы на товарном рынке. Типы рекламы Сущность рекламного процесса. Управление в рекламном бизнесе Развитие российской и зарубежной рекламы: кросс-культурный анализ	20				8	12
2	3-4	2	Этапы реализации рекламной кампании Бренд и брендинг. Товар в рекламе. Имидж и образ в рекламе.	20				8	12
2	5-6	3	Творчество в маркетинге и рекламе. Понятие рекламного креатива. Креатив и проблемы визуализации.	20				8	12
2	7-8	4	Графический дизайн и его место в рекламе.	20				8	12

2	9-10	5	Информационная дизайн технология. Проектирование информации средствами дизайна	20				8	
2	11-12	6	Фирменный стиль. Константы и носители фирменного стиля	20				8	12
2	13-14	7	Особенности восприятия рекламы. Зоны визуального поля. Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Ассоциативность и образность в рекламе.	20				8	12
2	15-16	8	Печатная реклама и ее элементы Заголовки. Рекламный текст. Работа с иллюстрациями.	20				8	12
2	17-18	9	Рассмотрение типичных ошибок в работе дизайнера рекламы.	20				8	12
Всего за семестр				180				72	108
5 семестр									
3	1-3	1	Основные принципы дизайн-проектирования на примере дизайн-проекта интерьера с элементами фирменного стиля.	36				12	24
3	4-6	2	Понятие стиля. Современные и Исторические стили. Стилизация. Стайлинг	36				12	24
3	7-9	3	Основы эргономики и антропометрии Обмерные планы.	36				12	24
3	10-12	4	Основы композиции. цвета и формообразования. Цвет и свет.	36				12	24
3	13-15	5	Декорирование в курсе дизайна интерьера.	36				12	24
3	16-18	6	Способы презентации дизайн проекта	36				12	24
Всего за семестр				216				72	144
Всего по курсу				540				198	342

5. Содержание лекционного курса

Не предусмотрено учебным планом.

№ темы	Всего часов	№ лекции	Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5

6. Содержание коллоквиумов

Не предусмотрено учебным планом.

№ темы	Всего часов	№ коллоквиума	Тема коллоквиума. Вопросы, отрабатываемые на коллоквиуме	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5

7. Перечень практических занятий

3 семестр

№ темы	Всего часов	№ занятия	Тема практического занятия. Задания, вопросы, отрабатываемые на практическом занятии	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5
1	6	1-3	Упаковка. Разработка серии упаковок для общепита. Сбор информации по теме проектирования, ее теоретический анализ и графическое исследование.	1-8, 9-30, 41
2	4	4-5	Упаковка. Поиск композиционного решения.	1-8, 9-30, 41
3	4	6-7	Упаковка. Выполнение макета.	1-8, 9-30, 41
4	4	8-9	Дизайн этикетки для потребительских товаров. Выбор аналогов.	1-8, 9-30, 41
5	4	10-11	Дизайн этикетки. Выполнение цветофактурных образцов.	1-8, 9-30, 41
6	4	12-13	Дизайн этикетки. Выполнение макета. Композиционное решение.	1-8, 9-30, 41
7-9	14	14-20	Дизайн-проект: от идеи до реализации (изготовление фирменного знака, логотипа)	1-8, 9-30, 42
10-11	12	21-26	Дизайн-проект: от идеи до реализации (социальный плакат)	1-8, 9-30, 42
12	2	27	Дизайн-проект: от идеи до реализации (работа по брифу)	1-8, 9-30, 42

4 семестр

7. Перечень практических занятий

№ темы	Всего часов	№ занятия	Тема практического занятия. Задания, вопросы, отрабатываемые на практическом занятии	Учебно-методическое

				обеспечение
1	2	3	4	5
1	8	1-4	Теория рекламной деятельности. Понятие и роль рекламы на товарном рынке. Типы рекламы. Виды наружной рекламы и их основные характеристики. Ошибки в наружной рекламе. Примеры. Виды рекламы в метро. Целевая аудитория метро. Сроки размещения. Характеристика рекламного носителя. Общее понятие о рекламном дизайне. Суть роли рекламы как неотъемлемой части маркетинга. Формирование спроса и стимуляция сбыта. Роль дизайна в рекламе. Канал распространения информации на рынке и предпосылка обратной связи с ним. Реклама как форма коммуникации. Понятие Интегрированных маркетинговых коммуникаций и место рекламы в ИМК. Информативная. увещательная и напоминающая функции рекламы История рекламной деятельности и рекламного дизайна. Понятие проторекламы. Римские традиции графической проторекламы. Клеймо ремесленников как прототип товарного знака. Изобретение И. Гутенбергом печатного станка как поворотный пункт в истории рекламы. Первые печатные рекламные объявления Первые газеты и журналы..	2,3,5,6
2	8	5-8	Этапы реализации рекламной кампании. Принципы разработки рекламной компании. Составление брифа. Поиск концепции позиционирования. Понятие медиаплана и принципы медиапланирования. Бренд и брендинг. Понятие товара в рекламе. Территориальный брендинг - дизайнерские приемы. Имидж и образ в рекламе.	2,3,5,6
3	8	9-12	Творчество в маркетинге и рекламе. Двойственность рекламы: реклама как объект творчества и инструмент продаж. изобретательские задачи в маркетинге и рекламе. Примеры удачных и неудачных рекламных решений. Примеры УТП в рекламных роликах (визуальный ряд). Позиционирование, товарная и имиджевая реклама. Тренинг "Креативные решения в рекламе". Ошибки при решении рекламных задач. Понятие банальной и сильной идеи. Роль творческого мышления и воображения в процессе поиска новых идей. Креатив и проблемы визуализации. Проектирование и создание визуальных сообщений. Классификация и характеристика креативных методов. Методы активации творческого решения, методы систематизированного поиска идей.	2,3,5,6
4	8	13-16	Графический дизайн и его место в рекламе. Графический дизайн как инструмент рекламы. Разработка товарных знаков, фирменного стиля; использование креативных решений для	2,3,5,6

			дизайнерских задач путем композиционных вариаций. Цель графического дизайна - создание визуального решения проблемы коммуникации, графический дизайн как процесс решения маркетинговой проблемы визуальными средствами.	
5	8	17-20	Информационные дизайн технологии. Компьютерная графика. Техническое и программное обеспечение. Средства и методы дизайн-технологии. Проектирование информации средствами дизайна. Композиционные схемы. Пространство. Ритм. Линии как объекты. Типы баланса в графическом дизайне. Смысловые и механические факторы.	2,3,5,6
6	8	21-24	Фирменный стиль. Константы и носители фирменного стиля	2,3,5,6
7	8	25-28	Особенности восприятия рекламы. Зоны визуального поля. Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Ассоциативность и образность в рекламе Теория цвета. Типы цветовых контрастов. Компьютерные цветовые модели. Цветопроба как метод оценки преобразования изображения	2,3,5,6
8	8	29-32	Печатная реклама и ее элементы Заголовки. Выбор способа печати для отдельных изданий. Подготовка печатных изданий к тиражированию. Оригиналы и требования к ним. Шрифты, применяемые в полиграфии. Основы технология цветоделения. Рекламный текст. Работа с иллюстрациями. Иллюстрации в рекламе – какие должны быть? Место, размер иллюстрации в объявлении. Диагонали чтения. Примеры рекламы («Lafuma», «Mercedes») и ошибок («Пекарь»)	2,3,5,6
9	8	33-36	Рассмотрение типичных ошибок в работе дизайнера рекламы. Маркетинговые исследования в рекламе. Количественные и качественные исследования в рекламе. Фокус-группы как метод сбора и анализа информации. Преимущества и недостатки различных методов маркетингового исследования.	2,3,5,6

5 семестр

№ темы	Всего часов	№ занятия	Тема практического занятия. Задания, вопросы, отрабатываемые на практическом занятии	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5
1	12	1-6	Основные принципы дизайн-проектирования на примере дизайн-проекта интерьера с элементами фирменного стиля. Понятие о типологии видов и форм предметно-пространственной среды. Язык формирования архитектурной среды. Особенности проектирования в курсе дизайна интерьера. Дизайн-проект, декорирование. Элементы фирменного стиля в дизайне интерьера. Требования, предъявляемые к	1-8, 9-30, 43

			общественным и жилым интерьерам. Зонирование (методы и средства). Рынок интерьерного дизайна (архитектурные бюро, дизайн-студии, строит.компании, салоны и т.д.) Основные стадии и этапы интерьерного дизайн-проектирования (клаузура, эскизный, рабочий и т.д.). Состав дизайн-проекта.	
2	12	7-12	Стиль. Исторические стили. Понятие стиля. Стилизация. Стайлинг Классические стили (Древний Египет, Античность, Древняя Греция, Древний Рим, Романский стиль, Готика, Ренессанс, Барокко, Рококо, Классицизм, Амбир). Современные стили (Хай-Тек, Деконструктивизм, Минимализм, Конструктивизм).	1-8, 9-30, 43
3	12	13-18	Основы эргономики и антропометрии в курсе дизайна интерьера. Обмерные планы в курсе дизайна интерьера. Эргономика как естественнонаучная основа дизайна. Факторы, определяющие эргономические требования. Антропометрические требования в дизайне интерьера. Психологические и психофизиологические факторы. Основные нормативные требования к размерам дверных проемов, проходов, зонированию. Основные требования к мебели; формы, размеры мебели и оборудования. Оценка ситуации до ремонтных работ. Обмеры помещений. Стены и конструкции. сроки. Масштабы. Планы, разрезы, обозначения. Техническое задание на дизайн-проект.	1-8, 9-30, 43
4	12	19-24	Основы композиции. цвета и формообразования на примере дизайна интерьера. Закономерности зрительного восприятия. Общие законы композиции. Целостность. Пропорция. Симметрия, равновесия. Ритмика. Доминанта. Категории композиции и средства гармонизации. Статика. Динамика. Вес. Форма. Качественные характеристики композиции в дизайне. Виды симметрии. Виды композиции. Фронтальная. Объемная. Глубинно-пространственная. Форма как одно из основных изобразительных средств выражения художественного образа. Объективные свойства формы. Законы восприятия свойств формы. Законы движения и зрительного восприятия глубинно-пространственной среды. Принципы органичного формообразования. Стилизация и трансформация. Функциональная организация объемно-пространственной структуры. Приемы композиционных построений. Цвет. Зрение и цветовое восприятие. Природа цвета. Цветовые системы и модели. Цветовые гармонии. Контрастные и нюансные сочетания цвета. Семантика цвета. Воздействие цвета на человека. Проектирование цветовой среды интерьеров. Цветовое предпочтение.	1-8, 9-30, 43

			Субъективное отношение к цвету. Свет и зрение. Свет и цвет.	
5	12	25-30	Декорирование в курсе дизайна интерьера. Текстиль в композиционной концепции интерьера. Разновидности тканей для интерьеров. Принципы подбора и размещения декоративных тканей в интерьере. Основные приемы декорирования тканями. Др. декоративные элементы интерьера как средства организации композиционной целостности интерьера (картины, скульптуры)	1-8, 9-30, 43
6	12	31-36	Способы презентации дизайн-проекта. Материалы для презентации. Подготовка презентации. Основные программы для создания визуализации	1-8, 9-30, 43

8. Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом.

№ темы	Всего часов	Наименование лабораторной работы. Задания, вопросы, обрабатываемые на лабораторном занятии	Учебно-методическое обеспечение
1	2	4	3

9. Задания для самостоятельной работы студентов

3 семестр

№ темы	Всего Часов	Задания, вопросы, для самостоятельного изучения (задания)	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4
1-3	25	Разработка макетов дизайна упаковки по заданным параметрам	1-8, 9-30, 41
4-6	15	Разработка макетов дизайна этикетки для заданных объектов	1-8, 9-30, 41
7-9	25	Разработка фирменного знака, логотипа	1-8, 9-30, 41
10-12	25	Разработка дизайн-макета социальной рекламы	1-8, 9-30, 41

4 семестр

№ темы	Всего Часов	Задания, вопросы, для самостоятельного изучения (задания)	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4
1	12	История развития рекламной деятельности и рекламного дизайна. Сбор материала и подготовка презентации по этапам развития рекламы в России и за рубежом. Весь представленный материал должен быть систематизирован и проанализирован. Особое внимание необходимо уделить визуальной составляющей	2,3,5,6

		рекламных текстов и проследить связь истории дизайна (направлений в дизайне) и рекламы.	
2	12	<p>Типы рекламы. Подготовка материала и презентации (по выбору типа носителя) на следующую тему: "Рекламная среда: анализ рекламы на примере г. Саратова.</p> <p>Типы носителя: наружная реклама, транзитная реклама, печатная реклама, телевизионная реклама, технологии РР, технологии ВТЛ, упаковка и этикетка и др.</p> <p>При выполнении анализа рекламы необходимо обратить внимание на следующие моменты: формально-образное выражение в рекламе содержательной сущности прорабатываемой темы, художественное отображение ее качественной специфики; соответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи; стилистическое единство (гармоничность) формообразования композиционных элементов и среды; соблюдение количественной меры (минимум средств – максимум выразительности) в применении формально-композиционных и художественно-образных средств для решения конкретной задачи.</p>	2,3,5,6
3	12	<p>Бренд и брендинг. Товар в рекламе. Имидж и образ в рекламе. Осуществить подборку российской имиджевой рекламы на примере конкретного бренда и провести анализ эволюции графической составляющей</p>	2,3,5,6
4	12	<p>Графический дизайн и его место в рекламе выполнить 2 серии рекламных плакатов (на выбор):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Серия, направленная на рекламное продвижение продукта / определенной товарной категории 2. Серия, направленная на рекламное продвижение определенного значимого общественного или политического события, деятеля или партии <p>В каждой серии выполняется минимум 4 плаката:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3 развивают концепцию рекламного продвижения, - 2 для агрессивного вторжения в рынок – альтернативный, эпатажный плакат. <p>Критерии оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Креативность 2. Остроумие, оригинальность 3. Новизна 4. Четкость рекламного сообщения 5. Учет особенностей рекламного семиотического пространства данной товарной категории 	2,3,5,6
6	12	<p>Фирменный стиль. Разработка визуальной концепции фирменного стиля (не менее 4 составляющих). Презентация проекта.</p>	2,3,5,6
7	12	<p>Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Законы гармоничной композиции рекламы. Студенту необходимо выбрать рекламу, дизайн которой ему кажется наиболее интересным и эффективным. Проанализировать, какие законы композиции в ней</p>	2,3,5,6

		использованы и с помощью каких средств достигнут подобный эффект. Оформить исследование в виде реферата и презентации.	
8	12	Печатная реклама и ее элементы. Создание эффективных публикаций. Студенту необходимо создать рекламу для выбранной фирмы. Для этого необходимо написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу. Оформить работу в виде реферата с обязательным графически выполненным приложением.	2,3,5,6
5-9	24	Разработка портфолио. Необходимо отобрать наиболее интересные творческие работы и подготовить демонстрационный материал и дать представление о себе как о специалисте в области дизайна. Критерии оценки графических работ: формально-образное выражение в композиции содержательной сущности прорабатываемой темы, художественное отображение ее качественной специфики; соответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи; стилистическое единство (гармоничность) формообразования композиционных элементов; соблюдение количественной меры (минимум средств – максимум выразительности) в применении формально-композиционных и художественно-образных средств для решения конкретных задач; оригинальность композиционного решения и целостность его внутренней структуры; строгая методическая последовательность работы над заданием; полнота объема выполненной работы; коэффициент роста профессионального мастерства студента.	2,3,5,6

5 семестр

№ темы	Всего Часов	Задания, вопросы, для самостоятельного изучения (задания)	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4
1	24	Составление "анкеты заказчика" к дизайн-проектированию жилого интерьера (на примере квартиры в многоквартирном доме). Посещение и ознакомление с работой архитектурных компаний.	1-8, 9-30, 43
2	24	Схемы размещения предметов мебели на А-3 формате в заданных условиях с указанием необходимых размеров. Эргономика мебели на мини макетах всех жилых помещений(гостиные, детские, ванные и т.д.) Составление таблицы характеристики состояния помещений (стены, перекрытия, пол, потолок, окна, дверные проемы; взаимосвязь с окружающей средой и т.д.) В отведенном помещении с указанной группой мебели необходимо наглядно провести зонирование.	1-8, 9-30, 43

3	24	Анализ законов образования каждого стиля и зарисовки по каждому стилю на примере части интерьера или входной группы. Создание макета дизайн-проекта интерьера с обоснованием выбора стиля	1-8, 9-30, 43
4	24	Практическая работа 1. :Анализ формообразования какого-либо природного элемента (лист дерева, цветок, капля воды и т.п.) и его стилизация. Упражнения на статику, динамику, симметрию, асимметрию, метрический и ритмический ряд, контраст, нюанс. Упражнения на составление психологического портрета средствами линии и формы. Практическая работа 2. Упражнения на составление колористической гаммы на основе четырех времен года. Упражнения на составление цветовой гармонии для помещений с различной направленностью по отношению к сторонам света.	1-8, 9-30, 43
5	24	Подбор и составление сводной таблицы рекомендуемых для декорирования помещений материалов. Схемы или зарисовки основных принципов декорирования в авторской разработке интерьера. С использованием группы элементов декора необходимо продекорировать реальное помещение на определенную тематику.	1-8, 9-30, 43
1, 6	24	Разработка дизайн-проекта интерьера помещения с элементами фирменного стиля (объект общественного питания или ресторанного бизнеса)	1-8, 9-30, 43

10. Расчетно-графическая работа

Не предусмотрено учебным планом.

11. Курсовая работа

Инструкция к написанию курсовой работы – 5 семестр

Объем: 25-30 страниц без Приложения.

Курсовая работа должна быть выполнена самостоятельно и отличаться новизной и оригинальностью. *Целью курсовой работы* является разработка дизайн-проекта интерьера с элементами фирменного стиля реального помещения с обоснованием выбора стилевого решения, с соблюдением требований эргономики и функциональности, с учетом особенностей колористики, формообразования и освещения. Оценивается также оригинальность идеи и реальность ее воплощения. Выбор источников для анализа осуществляется студентом самостоятельно.

Описательная часть работы выполняется на компьютере (описательная часть) (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; левое – 3; правое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски –или концевые – оформление в тексте:[Номер источника, с.]. Нумерация страниц должна быть сквозной (номер не ставится на титульном листе, но в общем количестве страниц учитывается). встраиваются в текст работы, их нумерация должна быть сквозной по всей работе. Они все должны иметь название и в самом тексте на них должна быть ссылка. (Например: Как следует из таблицы 1 требования к эргономике...). После названия таблицы и рисунка точка не ставится.

Проектная часть – техника на выбор, если «от руки», то изображение сканируется или распечатывается

Структура работы:

1. Титульный лист
2. Оглавление
3. Введение
4. Основная часть- теоретическая
5. Основная часть – проектная
6. Заключение
7. Список использованной литературы
8. Приложения

Оглавление должно быть электронным. Приводятся все заголовки работы и указываются страницы, с которых они начинаются. Заголовки оглавления **должны точно повторять** заголовки в тексте. Сокращать их или давать в другой формулировке и последовательности нельзя. Все заголовки начинаются с прописной буквы без точки на конце. Последнее слово каждого заголовка соединяют отточием (.....) с соответствующим ему номером страницы в правом столбце оглавления. Заголовки одинаковых ступеней рубрикации необходимо располагать друг под другом.

Введение: обосновывается актуальность выбранной темы, цель и задачи, краткое содержание, указывается объект рассмотрения, приводится характеристика источников для написания работы и краткий обзор имеющейся по данной теме литературы. Актуальность предполагает оценку своевременности и социальной значимости выбранной темы, обзор литературы по теме отражает знакомство автора с имеющимися источниками, умение их систематизировать, критически рассматривать, выделять существенное, определять главное.

Основная часть структурируется по главам и параграфам (пунктам и подпунктам), количество и название которых определяются автором.

Содержание глав основной части должно точно соответствовать теме работы и полностью ее раскрывать.

Данные главы должны показать умение студента сжато, логично и аргументировано излагать материал, обобщать, анализировать и делать логические выводы.

Основная часть, помимо почерпнутого из разных источников содержания, должна включать в себя собственное мнение и сформулированные выводы, опирающиеся на приведенные факты. *В основной части обязательными являются ссылки на авторов, чьи позиции, мнения, информация использованы в работе.* Ссылки на источники в конце цитирования - указать номер литературного источника из списка использованной литературы с указанием конкретных страниц, откуда взята ссылка.

В основной части может быть определение сущности дизайн-проекта, проекта, возможно в различных сферах, подходы к составлению дизайн-проекта, теоретические данные по основам стилей, фирменного стиля и пр. Анкета и данные о заказчике, пожелание, техническое задание, описание Вашей идеи, подходы, поиски, материалы, – это сопровождается скейтчбуком: наброски, находки, варианты.

Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы, их нумерация должна быть сквозной по всему реферату. Они все должны иметь название и в самом тексте реферата на них должна быть ссылка.

Заключение не должно превышать объем 2 страниц и не должно слово в слово повторять уже имеющийся текст, но должно отражать собственные выводы о проделанной работе, а может быть, и о перспективах дальнейшего исследования темы. В заключении целесообразно сформулировать итоги выполненной работы, кратко и четко изложить

выводы, представить анализ степени выполнения поставленных во введении задач и указать то новое, что лично для себя Вы вынесли из работы над курсовой работой.

Список использованной литературы составляет одну из частей работы, отражающую самостоятельную творческую работу автора, и позволяет судить о степени фундаментальности данной работы.

В список использованной литературы необходимо внести все источники, которые были изучены в процессе написания работы. В работах используется способ построения библиографических списков: **по алфавиту**

Статьи: после указания фамилии и инициалов автора указывается название литературного источника без кавычек, место издания и название издательства – города Москва и Санкт-Петербург как место издания обозначаются сокращенно – М.; СПб., название других городов пишется полностью. (М.: Академия), год издания, страницы – общее количество или конкретные страницы.

Для работ из журналов и газетных статей необходимо указать фамилию и инициалы автора, название статьи, а затем наименование источника со всеми элементами титульного листа, после чего указать номер страницы начала и конца статьи. Например: 1. Петренко К.В. Демографические характеристики трудового потенциала нефтегазодобывающих регионов Севера России// Научное обозрение. Серия 2. Гуманитарные науки. – М., 2012. – № 5. – С. 85 – 89. 2. Артемьев З. Мигрантам дадут на работу три года// Вечерняя Москва. 2013. № 184 21 (26509).

Для Интернет-источников необходимо указать название работы, источник работы и сайт. Например: 1. О мерах по созданию и развитию малых предприятий [Электронный ресурс]: постановление Совета министров СССР от 8 авг. 1990 г. № 790. – Режим доступа: [14.05.2012]// <http://www.consultant.ru>. – Загл. с экрана. 2. Информационные ресурсы справочно-поисковой системы Рамблер - // [http:// www.rambler.ru](http://www.rambler.ru)

После списка использованной литературы могут быть помещены различные приложения (таблицы, графики, диаграммы, иллюстрации и пр.).

Приложение

Макеты.

Информация, которая загромождает текст и мешает его логическому восприятию.

В содержательной части работы эта часть материала должна быть обобщена и представлена в сжатом виде.

На все приложения в тексте реферата должны быть ссылки. Каждое приложение нумеруется и оформляется с новой страницы.

Академическая этика. Допускаются работы, оригинальность текста которых составляет **не менее 75%**. Все имеющиеся в письменных работах сноски тщательно выверяются и снабжаются выходными данными. Случаи плагиата должны быть исключены, к ним относятся:

- а) включение в свою работу выдержек из работ других авторов без указания на это (в виде соответствующей ссылки);
- б) близкий к тексту пересказ отрывка из чужой работы без отсылки к ней;
- в) использование чужих идей без указания первоисточника.

Оценка курсовой работы проводится по следующим критериям: соответствие заданию, оригинальность проектной идеи, степень проработки всех этапов работы над дизайн-проектом, степень практической реализации проекта, объем изученной литературы и источников, правильность оформления работы, соблюдение сроков сдачи курсовой работы.

12. Курсовой проект

Не предусмотрено учебным планом.

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В процессе освоения образовательной программы у студента формируется следующие компетенции:

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

способностью реализовывать педагогические навыки при преподавании художественных и проектных дисциплин (модулей) (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

способностью осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий (ОПК-7).

ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
	ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знает методы и пути поиска заданного материала, постановки целей и выбора возможных вариантов их достижения, основы экономических знаний в дизайн-деятельности	Практические занятия	Устный опрос, практические задания, тестирование
		Владеет навыком междисциплинарного подхода к дизайн-проектированию, культурой экономического мышления будущего дизайнера-профессионала	Практические занятия	Устный опрос, практические задания, тестирование
		Умеет анализировать и обобщать полученную информацию и использовать ее при решении поставленных задач	Практические занятия	Устный опрос, практические задания, тестирование

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ ОК-3

Наименование компетенций

ОК-3	Формулировка: способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
------	---

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
	Знает: пути поиска заданного материала, основы

Пороговый (удовлетворительный)	экономических знаний, основные направления в развитии дизайна изучаемых объектов, основные характеристики композиции, основные цветовые характеристики Умеет: обобщать полученный материал, анализировать основные характеристики изучаемых тенденций дизайна изучаемых объектов Владеет: навыками сбора информации на различных электронных ресурсах и в сети Интернет
Продвинутый (хорошо)	Знает: методы и пути сбора информации по заданной теме и возможности ее обработки, основы экономических знаний, характерные черты основных и периферийных тенденций дизайна заданных объектов, типы композиции, особенности построения разных типов композиции, основные цветовые гармонии для решения изучаемых объектов Умеет: сравнивать и анализировать собранную информацию, анализировать возможности и перспективы основных тенденций дизайна изучаемых объектов, создавать композицию по основным законам построения композиции, осознанно использовать необходимые цветовые сочетания для решения изучаемых объектов Владеет: навыками сбора информации и ее анализа в соответствии с поставленной целью
Высокий (отлично)	Знает: тенденции дизайна изучаемых объектов, навыком использования основ экономических знаний в дизайн-деятельности Умеет: создавать композиции, отвечающие всем требованиям композиционного построения, цветового оформления и стилевой принадлежности изучаемых объектов дизайна Владеет: культурой мышления дизайнера на уровне осознания собственной деятельности и соотнесения ее с отечественной и зарубежной исторической практикой

ОПК-5 способность реализовывать педагогические навыки при преподавании художественных и проектных дисциплин (модулей);

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
	ОПК-5 способность реализовывать педагогические навыки при преподавании художественных и проектных дисциплин (модулей);	Знает основные принципы планирования учебного процесса; основы педагогических навыков в преподавании макетирования, современной шрифтовой культуры, приёв работы с цветом	Практические занятия	Устный опрос, практические задания, тестирование
		Умеет вести методическую работу; выбирать методику преподавания в сферах дизайна в соответствии с поставленными	Практические занятия	Устный опрос, практические задания, тестирование
		Владеет навыками	Практические	Устный

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
		проведения лекционных и практических занятий; навыком преподавания рисунка, преподавания композиции и линейно-конструктивного построения, основных принципов и правил набора и верстки, приемами работы в макетировании	занятия	опрос, практические задания, тестирование

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-5

Наименование компетенций

ОПК-5	<p>Формулировка:</p> <p>способность реализовывать педагогические навыки при преподавании художественных и проектных дисциплин (модулей);</p>
-------	--

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
Пороговый (удовлетворительный)	<p>Знает: основы планирования учебного процесса, основы шрифтовой культуры, базовые приемы макетирования, базовые приемы работы с цветом и методику их преподавания</p> <p>Умеет: разрабатывать основные методические указания для выполнения основных задач по разработке дизайн-проекта использовать рисунки при разработке дизайна изучаемого объекта, работать с цветом</p> <p>Владеет: первичными навыками подготовки к проведению лекционных и практических занятий рисунком, основными правилами верстки, навыком преподавательской деятельности в сфере дизайна</p>
Продвинутый (хорошо)	<p>Знает: основные принципы планирования учебного процесса наиболее востребованные тенденции современной шрифтовой культуры, приемы преподавания макетирования изучаемого объекта, работы с цветом при разработке дизайна изучаемых объектов</p> <p>Умеет: разрабатывать методические указания для выполнения различных графических проектов; использовать рисунки и другую инфографику при разработке дизайна изучаемых объектов, перерабатывать иллюстративный материал в соответствии с поставленными задачами, использовать нюансы применения цвета при разработке макета изучаемого объекта в преподавании художественных и проектных дисциплин</p> <p>Владеет: основными навыками подготовки и проведения лекционных и практических занятий; навыком преподавания рисунка, составления композиции при макетировании изучаемых объектов, основными принципами и правилами набора и верстки</p>

Высокий (отлично)	<p>Знает: основные принципы планирования учебного процесса; классические и актуальные тенденции в преподавании проектных художественных дисциплин, современную шрифтовую культуру, различные приемы макетирования изучаемых объектов дизайна, различные варианты работы с цветом при разработке макетов изучаемых объектов дизайна</p> <p>Умеет: вести методическую работу; использовать педагогические технологии в преподавании в соответствии с поставленными задачами для создания макета изучаемых объектов, работать с различными цветовыми решениями для заданного объекта дизайна</p> <p>Владеет; навыками проведения лекционных и практических занятий; педагогическими навыками при преподавании художественных и проектных дисциплин рисунком, навыками разработки композиции и линейно-конструктивного построения макета изучаемых объектов дизайна, принципами набора и верстки печатной продукции</p>
----------------------	---

ОПК-6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
	ОПК-6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знает возможные варианты решения поставленных задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Практические занятия	Устный опрос, практические задания, тестирование
		Умеет обосновывать свои решения, применять информационно-коммуникационные технологии и с учетом основных требований информационной безопасности	Практические занятия	Устный опрос, практические задания, тестирование
		Владеет способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	Практические занятия	Устный опрос, практические задания, тестирование

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-6

Наименование компетенций

ОПК-6	<p>Формулировка:</p> <p>способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>
-------	--

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
<p>Пороговый (удовлетворительный)</p>	<p>Знает: основы информационной и библиографической культуры, основные направления дизайна, базовые понятия композиционно-цветовой организации композиции изучаемых объектов дизайна</p> <p>Умеет: распознавать основные характеристики тенденций в дизайне изучаемых объектов, составлять композицию изучаемых объектов по предложенным параметрам, в том числе и с учетом особенностей цветовых решений</p> <p>Владеет: основной частью понятийного аппарата дизайнера, навыками выявления основных характерных черт ведущих тенденций изучаемых объектов</p>
<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Знает: характеристики основных направлений дизайна, принципы композиционного построения и особенности использования цвета в композициях изучаемых объектов дизайна</p> <p>Умеет: выявлять черты определенных тенденций в дизайне изучаемых объектов, составлять композицию и гармонизировать предложенные композиции изучаемых объектов, использовать основные цветовые гармонии при решении композиционных задач, научно обосновывать свои решения</p> <p>Владеет: понятийным аппаратом дизайнера, навыками работы с характерными особенностями различных тенденций дизайна изучаемых объектов</p>
<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Знает: специфику основных и периферийных направлений дизайна, их взаимосвязи и основные имена дизайнеров, принципы композиционного построения и приемы гармонизации композиции изучаемых объектов дизайна, ключевые положения цветоведения, соответствующие изучаемым объектам дизайна.</p> <p>Умеет: на основе информационной и библиографической культуры сравнивать и анализировать особенности различных тенденций в дизайне изучаемых объектов, использовать основные характеристики той или иной тенденции в дизайне изучаемых объектов при стилизации заданных объектов, разрабатывать композиционные решения заданных объектов с учетом их типовых характеристик и перерабатывать их, исходя их задания, научно обосновывать свои решения</p> <p>Владеет свободно понятийным аппаратом дизайнера,</p>

	навыками работы над дизайном изучаемых объектов в соответствии с особенностями различных тенденций дизайна
--	--

ОПК-7- способность осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий .

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
	ОПК-7- способность осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий .	Знает сущность и значение информации в развитии современного общества, различные источники и базы данных, используемые в профессиональной деятельности	Практические занятия	Устный опрос, практические задания, тестирование
		Владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации	Практические занятия	Устный опрос, практические задания, тестирование
		Умеет получать необходимую информацию и перерабатывать ее., умеет использовать информационные, компьютерные и сетевые технологии	Практические занятия	Устный опрос, практические задания, тестирование

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-7

Наименование компетенций

ОПК-7	<p>Формулировка:</p> <p>способность осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий .</p>
-------	--

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
Пороговый (удовлетворительный)	<p>Знает: важность информации для развития современного общества</p> <p>Умеет: находить необходимые источники для получения заданной информации</p> <p>Владеет: основными средствами получения, хранения и переработки информации</p>
Продвинутый (хорошо)	<p>Знает: роль информации в современном информационном обществе</p> <p>Умеет: на продвинутом уровне получать необходимую информацию и обрабатывать ее в соответствии с поставленной целью</p> <p>Владеет: основными способами и средствами получения, хранения и переработки информации</p>

Высокий (отлично)	<p>Знает: осознает сущность и значение информации в развитии современного общества</p> <p>Умеет: получать необходимую информацию и перерабатывать ее в соответствии с поставленной целью, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий</p> <p>Владеет: основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации, навыком использования информационных, компьютерных и сетевых технологий</p>
----------------------	---

Для определения достигнутой обучающимся степени освоения материала используется система тестов, устных опросов и практических заданий, выполняемых как на занятии, так и самостоятельно.

Шкала оценивания результатов тестирования и ответа на экзамене:

- ✓ 0-30% неудовлетворительно,
- ✓ 31-60% удовлетворительно (пороговый уровень),
- ✓ 61-80% хорошо (продвинутый уровень),
- ✓ 81-100% отлично (высокий уровень).

Вопросы для зачета

3 семестр

Для получения зачета студенты должны представить макеты упаковки, этикетки, выставочного пространства и макет пиктограммы выбранных ими объектов в форме презентации на международной конференции и уметь отстаивать свои проекты.

4 семестр

1. Цели и задачи рекламной деятельности
2. Средства рекламной деятельности
3. Основные коммуникационные характеристики рекламы
4. Характеристика основных этапов развития рекламы.
5. Роль рекламы в маркетинговой стратегии.
6. Письменная реклама древности.
7. Изобразительная и письменная реклама позднего Средневековья.
8. Формирование основных средств рекламы эпохи Нового времени.
9. Виды и функции рекламы.
10. Семиотические особенности рекламы.
11. Типология и классификация рекламы.
12. Особенности брендинга как коммуникационной деятельности.
13. Стратегии имиджевой рекламы.
14. Понятие о копирайте.
15. Графический дизайн как основной инструмент рекламы.
16. Основные объекты дизайна в рекламе.
17. Построение дизайн-стратегии рекламы.
18. Художественный образ в рекламе.
19. Шрифты, применяемые в полиграфии.
20. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.
21. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста.
22. Фирменный стиль и его составляющие.
23. Специфика создания рекламного образа. Критерии оценки рекламного образа.

24. Визуальные и вербальные стереотипы в рекламном дизайне.
25. Социально-психологические особенности рекламного воздействия.
26. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.
27. Теории цвета в рекламе.
28. Основные виды деловой графики.
29. Специфика работы фокус-группы.

Вопросы для экзамена (5 семестр)

1. Стили в интерьере. Характеристика основных стилей.
2. Проектный язык дизайнера. Принципы работы над дизайн-проектом.
3. Функциональность как основной фактор дизайн-проектирования жилых и общественных пространств.
 4. Тенденции развития различных типов интерьера.
 5. Симметричное и асимметричное построение.
 6. Композиционные средства построения внутренних пространств.
 7. Повтор как композиционное средство построения жилого интерьера.
 8. Нюансные и контрастные цветосочетания.
 9. Гармоничные соотношения, как средства художественной выразительности.
 10. Понятие эргономики.
 11. Композиционное построение общественных рекреационных пространств.
 12. Закономерности композиционного построения интерьеров
 13. Цвет как средство художественной выразительности
 14. Декор и декорирование. Стекло, ткани и растительность как дополнительные средства художественной выразительности.

Тестовые задания по дисциплине:

1. Стильный графический образ, максимально и универсально абстрагированный до символа и адаптированный согласно принципам разумного проектирования.
 - А) иероглиф
 - Б) товарный знак
 - В) Логотип
2. Комплект знаков определенного рисунка - ...
 - А) шрифт
 - Б) алфавит
 - В) символ
3. Внутренней видимой формой здания называют.
 - А) фасад
 - Б) интерьер
 - В) экстерьер.
4. Наука, исследующая свойства знаков и знаковых систем
 - А) эстетика
 - Б) стилизация
 - В) семиотика.
5. Творческая деятельность, цель которой – определение формы и смысла предметов, производимых промышленностью – это:
 - А) дизайн
 - Б) графика
 - В) проектирование

6. Какая из цветовых гармоний достигается использованием любых трех цветов, находящихся рядом на цветовом круге?

- А) монохромная
- Б) противоположная
- В) аналогичная
- Г) триада
- Д) гармония равнобедренного треугольника

7. Определите основную цель деятельности дизайнера в рамках практической деятельности организации.

- А) формирование в общественном сознании общего представления о деятельности организации
- Б) формирование в общественном сознании визуальной идентичности компании и бренда
- В) представление организации на рынке товаров и услуг
- Г) формирование в сознании отдельных личностей позитивное отношение к руководству компании
- Д) формирование позитивной атмосферы в коллективе компании

8. Дизайнер, в основном, опирается на средства...

- А) сенсорных переживаний
- Б) визуальной коммуникации
- В) нейролингвистического программирования
- Г) аудиосенсорики
- Д) корпоративной экспрессии

9. В чем смысл декоративного рисования стилизованных объектов?

- А) Верно сочетать выбранный декор с характером изображаемой формой объекта
- Б) В выделении характерных индивидуальных особенностей формы
- В) В абрисе формы
- Г) В овладении графическими средствами

10. Основной принцип декоративного изображения:

- А) Достижение максимальной выразительности
- Б) Достоверность изображения
- В) Графическая обработка формы и выявление ее природных особенностей
- Г) Стилизация форм

11. Роль цвета в выделении доминанты композиции:

- А) Акцентирование доминанты контрастно-дополнительными цветами
- Б) Сопоставление противоположных форм
- В) Использование основных свойств цвета
- Г) Ассоциативное построение доминанты

12. Дизайн – это:

- А) трёхмерное моделирование и визуализация объектов;
- Б) работа с изображениями в графических редакторах;
- В) разработка технической документации в инженерных программах;
- Г) творческая деятельность.

13. Целью дизайна является:

- А) создание предметной среды, которая удовлетворяет материальные и духовные потребности человека;
- Б) создание дизайн-проекта в установленный срок по конъюнктурной цене;
- В) создание уникального образа, который не с чем сравнивать и можно выгодно реализовывать;
- Г) создание футуристического образа, применение которого становится понятным спустя время.

14. Интерьер – это:

- А) пустая квартира без отделки и оборудования;
 - Б) внутреннее пространство здания;
 - В) помещения, для которых разрабатывается дизайн-проект;
 - Г) известный международный журнал о дизайне.
15. Дизайн интерьера начинается с:
- А) предварительной оплаты услуги проектирования;
 - Б) поиска работников, подрядных организаций и поставщиков материалов для работы;
 - В) задания на проектирование;
 - Г) просмотра популярных журналов.
16. Дизайн интерьера невозможен без:
- А) культуры «Фэн-шуй» и знания потоков энергии «ци»;
 - Б) сметного дела и умения оптимизировать бюджет проекта;
 - В) согласования с органами государственного контроля;
 - Г) изучения жизнедеятельности человека в локальной среде.
17. Стиль в интерьере – это:
- А) информационный вкладыш, который распространяется вместе с известным международным журналом о дизайне;
 - Б) использование в дизайне модных предметов интерьера и отделочных материалов известных производителей;
 - В) набор характерных элементов и приёмов, которые используются в оформлении, чтобы отразить какую-либо тенденцию;
 - Г) удачное сочетание формы и объёма, цвета и фактуры в помещении, что делает его красивым и уютным.
18. Перспектива интерьера – это:
- А) благоприятные условия, созданные в помещении для развития человека;
 - Б) одна из трёхмерных проекций;
 - В) улучшение в дизайне по мере увеличения бюджета проекта;
 - Г) определение точек помещения, наиболее отдалённых от наблюдателя.
19. Техника подачи – это:
- А) изобразительные средства, набор которых является достижением автора на протяжении одного или многих проектов;
 - Б) последовательная демонстрация изображений, подчинённая логике восприятия интерьера человеком;
 - В) совокупность всех устройств, необходимых для моделирования, визуализации и печати изображений интерьера;
 - Г) нормы общения, которые необходимо соблюдать автору во время презентации дизайн-проекта заинтересованным лицам.
20. Дизайн-проект должен содержать:
- А) подробную инструкцию по реализации интерьера без авторского сопровождения;
 - Б) лицензию, данную автору на осуществление ремонтно-строительных работ;
 - В) информацию, необходимую для осуществления всех работ по реализации интерьера;
 - Г) нормативное количество страниц в формате, определённом государственными стандартами.
21. Эргономика:
- А) делает интерьер рациональным, исследуя функции человека в помещении;
 - Б) регламентирует потребление энергоресурсов в жилых и нежилых помещениях;
 - В) исследует взаимосвязь цены материала и его качественных характеристик;
 - Г) изучает эмоции, которые испытывает человек в разных помещениях;
22. Инженерные сети:
- А) порядок согласования дизайна с инженерами проекта;
 - Б) используются для ограничения доступа на участок, где проводятся инженерные работы;

В) это снабжающие коммуникации, которые поддерживают жизнедеятельность потребителей;

Г) это страховочный элемент для инженеров, работающих на большой высоте;

23. Развёртка стен:

А) делается для того, чтобы избавить помещение от углов;

Б) это суммарная площадь всех стен, которые подлежат отделке;

В) это изображение стен во фронтальной проекции;

Г) это суммарная длина всех смежных стен помещения.

24. Целью дизайна является:

А) Создание предметной среды, которая удовлетворяет материальные и духовные потребности человека;

Б) Создание дизайн-проекта в установленный срок по конъюнктурной цене;

В) Создание уникального образа, который не с чем сравнивать и можно выгодно реализовывать;

Г) Создание футуристического образа, применение которого становится понятным спустя время.

25. Дизайн – это

А) трёхмерное моделирование и визуализация объектов

Б) работа с изображениями в графических редакторах разработка технической

В) документации в инженерных программах

Г) творческая деятельность.

26. Дизайн интерьера начинается

А) с предварительной оплаты услуги проектирования

Б) поиска работников, подрядных организаций и поставщиков материалов для работы;

В) задания на проектирование;

Г) просмотра популярных журналов

27. Дизайн интерьера невозможен без культуры

А) «Фэн-шуй» и знания потоков энергии «ци»;

Б) Сметного дела и умения оптимизировать бюджет проекта;

В) согласования с органами государственного контроля;

Г) изучения жизнедеятельности человека в локальной среде.

28. Стиль в интерьере – это:

А) Информационный вкладыш, который распространяется вместе с известным международным журналом о дизайне;

Б) Использование в дизайне модных предметов интерьера и отделочных материалов известных производителей;

В) Набор характерных элементов и приёмов, которые используются в оформлении, чтобы отразить какую-либо тенденцию;

Г) Удачное сочетание формы и объёма, цвета и фактуры в помещении, что делает его красивым и уютным.

29. Перспектива интерьера – это:

А) Благоприятные условия, созданные в помещении для развития человека;

Б) одна из трёхмерных проекций;

В) Улучшение в дизайне по мере увеличения бюджета проекта;

Г) определение точек помещения, наиболее отдалённых от наблюдателя.

30. Техника подачи дизайн-проекта – это:

А) Изобразительные средства, набор которых является достижением автора на протяжении одного или многих проектов;

Б) Последовательная демонстрация изображений, подчинённая логике восприятия интерьера человеком;

- В) Совокупность всех устройств, необходимых для моделирования, визуализации и печати изображений интерьера;
- Г) Нормы общения, которые необходимо соблюдать автору во время презентации дизайн-проекта заинтересованным лицам.
31. Дизайн-проект должен содержать:
- А) подробную инструкцию по реализации интерьера без авторского сопровождения;
- Б) Лицензию, данную автору на осуществление ремонтно-строительных работ;
- В) Информацию, необходимую для осуществления всех работ по реализации интерьера;
- Г) Нормативное количество страниц в формате, определённом государственными стандартами.
32. Эргономика
- А) Делает интерьер рациональным, исследуя функции человека в помещении;
- Б) Регламентирует потребление энергоресурсов в жилых и нежилых помещениях;
- В) Исследует взаимосвязь цены материала и его качественных характеристик;
- Г) Изучает эмоции, которые испытывает человек в разных помещениях;
33. Главным импульсом становления и формирования дизайна в России послужил:
- А) Промышленный заказ;
- Б) Социальный заказ;
- В) Искусствоведческий заказ.
34. Объёмно-пространственная структура объекта дизайна характеризуется:
- А) цветом и насыщенностью;
- Б) фактурой и пластикой;
- В) масштабностью и пропорциональными отношениями.
35. Совокупность черт, единство выразительных приёмов и средств, художественная или идейная общность, присущая как определённому времени или направлению в культуре, так и конкретному человеку или его жилищу, это :
- А) Стайлинг
- Б) Стиль
- В) Декор
- Г) Визуализация
36. Найдите соответствие между *факторами* эргономического подхода к решению задачи оптимизации жизнедеятельности человека и их содержанием:
- 1) *Социально-психологические факторы;* 2) *Психологические факторы;* 3) *Антропометрические факторы ;* 4) *Физиологические факторы;* 5) *Гигиенические факторы*
- А) соответствие конструкции интерьера (оборудования, оснащения) и организации рабочих мест характеру и степени группового взаимодействия, устанавливают характер межличностных отношений
- Б) определяют соответствие оборудования, технологических процессов и среды возможностям и особенностям восприятия, памяти, мышления, психомоторики закрепленных и вновь формируемых навыков человека
- В) соответствие структуры, размеров предметов, оборудования оснащения и их элементов структуре, форме, размерам и массе человеческого тела, соответствие характера форм изделия анатомической пластике человеческого тела.
- Г) призваны обеспечить соответствие оборудования физиологическим свойствам человека, его силовым, скоростным, биомеханическим и энергетическим возможностям
- Д) определяют требования к освещенности, газовому составу воздушной среды, влажности, температуре, давлению, запыленности, вентилируемости, токсичности, напряженности электромагнитных полей, различным видам излучений, в т.ч. радиации, шуму (звуку), ультразвуку, вибрациям, гравитационной перегрузке и ускорению (микроклимату)

37. Цвета, которые расположены в круге прямо напротив друг друга подобно различным полюсам, называются..
- А) комплементарными (дополняющими),
 - Б) «триадная схема»:
 - В) монохроматические цвета
38. Найдите соответствие между видами границ пространства и объектами, которые могут их создавать. А) объемные или физические границы, осуществляющие физическое разграничение пространства на отдельные помещения; Б) пространственные – создаются с помощью пространства другой функции
- 1) стены, 2) перепады уровней пола или потолка 3) перегородки, 4) экраны 5) освещение,
 - 6) арки, 7) цветовое решение 8) колонны, 9) мебель, 10) шторы.
39. Симметрия, основывающаяся на равенстве двух частей фигуры, расположенных одна относительно другой как предмет и его отражение называется:
- А) Зеркальная
 - Б) Винтовая
 - В) Осевая
 - Г) Лучевая
40. Слово «композиция» (от латинского *compositio*) означает:
- А) Внешний вид
 - Б) Форма
 - В) Составление
 - Г) Единство
41. Эстетическое строение изделия декоративно-прикладного искусства называется:
- А) Силуэт
 - Б) Композиция
 - В) Форма
 - Г) Конструкция
42. Принцип, отражающий сущность изделия декоративно-прикладного искусства:
- А) Эргономичности
 - Б) Конструктивности
 - В) Технологичности
 - Г) Эстетичности
43. Композиция, характеризующаяся закономерной расстановкой масс (форм) в пространстве, расположенных по трем координатам называется:
- А) Глубинно – пространственная
 - Б) Фронтальная
 - В) Объемная
 - Г) Объемно – пространственная
44. Семантическое средство выразительности, сущность которого состоит в том, что в конкретных художественных образах выступают условные изображения абстрактных понятий:
- А) Символ
 - Б) Атрибут
 - В) Аллегория
 - Г) Эмблема
45. Подчинение художественного изображения, образа условным орнаментальным формам, геометрическим формам называется:
- А) Формообразование
 - Б) Стилизация
 - В) Конструирование
 - Г) Эскизирование

46. Творческая проектно-конструкторская деятельность по созданию предметов, формированию гармоничной предметной среды с использованием природных форм, образов называется:
- А) Дизайн
 - Б) Художественное конструирование
 - В) Художественное проектирование
 - Г) Биодизайн
47. Слово «пропорция» ввел в употребление в I – ом веке до н.э. древнеримский оратор:
- А) Цицерон
 - Б) Архимед
 - В) Гораций
 - Г) Антоний
48. Закономерное чередование соизмеримых и чувственно осязаемых элементов формы:
- А) Пропорции
 - Б) Контраст
 - В) Ритм
 - Г) Метр
49. Формула закона тектоники:
- А) $S_i = f \cdot (a \cdot b \cdot c \dots n)$
 - Б) $S_i = a + b + c \dots n$
 - В) $S_i = f$
 - Г) $S_i = f(a) + f(b) + f(c)$
50. Мера ценности изделий, декоративно – прикладного искусства:
- А) Качество изделия
 - Б) Внешний вид изделия
 - В) Стоимость изделия
 - Г) Утилитарность изделия
51. При печати небольших тиражей термоусадочных этикеток выгоднее использовать:
- глубокую печать
 - флексографскую печать
52. Можно ли самоклеящиеся этикетки отпечатать способом трафаретной печати?
- а. да
 - б. нет
53. Отметьте несколько вариантов ответов. Графический формат GIF:
- хуже, чем JPEG передает фотореалистичные изображения
 - лучше, чем JPEG передает фотореалистичные изображения
 - лучше отображает графику и текст
 - хуже отображает графику и текст
 - позволяет применять анимацию
- за каждый правильный вариант – 0,33 балла
54. Для печати фотореалистичного изображения применяются:
- Триадные краски
 - Смесевые (пантонные) краски
55. Приводные метки (кресты совмещения) как правило, окрашены в:
- 100% черный цвет
 - 100% magenta, 100% black
 - Registration (C 100%, M 100%, Y 100%, K 100%)
56. Амплитудное модулирование (регулярный растр) это когда для получения градиентного перехода между участками разной интенсивности цвета, можно:

- наносить на равном расстоянии друг от друга точки всё меньшего размера
 - или с разной частотой ставить одинаковые очень маленькие точки
57. Чтобы избавиться от муара:
- ряды точек, относящиеся к разным краскам, накладывают под одинаковым углом
 - ряды точек, относящиеся к разным краскам, накладывают под разным углом
58. Пригодным для печати стандартом является:
- PSD
 - JPEG
 - TIFF
59. Полиграфически пригодное разрешение для изображения это:
- 72 dpi
 - 300 dpi
 - 224 dpi
60. Заполните пропуск:
Система оформления текстов, вёрстки печатного издания в целом, так и отдельных его элементов называется
61. Вид выделения в тексте за счёт увеличенного расстояния между буквами это:
- выделение вывороткой
 - выделение разрядкой
 - втяжка
62. Отметьте правильные варианты написания знаков дефис, минус, тире:
- кто—либо
 - Наше условие — долой сквернословие!
 - желто-оранжевый
 - 1941-1945
 - Хлеб - всему голова
 - 2–5 шт.
63. Вёрстка «под обрез» в журнале:
- когда фотографии и иллюстрации не заканчиваются на границе полей, а заполняют страницу до самого края
 - когда фотографии и иллюстрации заканчиваются на границе полей
64. Заполните пропуск:
..... — это художественно оформленный фрагмент текста, завершённый посреди полосы со статьёй, в колонках текста. Оформляется выделениями кеглем, начертанием, цветом шрифта; могут использоваться рамки, выворотка, цветные подложки под текст.
65. Вёрстка в обложку используется, если ширина иллюстрации:
- меньше ширины полосы
 - больше ширины полосы
66. Заполните пропуск:
Разделение цветного изображения оригинала с помощью светофильтров или селективных источников освещения на отдельные одноцветные равномасштабные изображения, это
67. Верно ли утверждение: чтение газет не сконцентрировано во времени?
- да
 - нет

68. Рекламные психологи считают, что лучше всего помещать рекламу в газете на:
- левой странице, ближе к внешнему полю
 - на правой странице, ближе к сгибу газеты
69. Заполните пропуск:
Производственный процесс составления (монтажа) книжных, журнальных и газетных полос заданного формата из подготовленного набора всех видов и иллюстраций называют.....
70. Если текст выровнен только по левой или только по правой границе полосы набора, то такой вид набора текста называется:
- верстка в оборку
 - флаговый
 - набор с выключкой
71. У журналов по сравнению с газетами:
- больший охват аудитории
 - меньший охват аудитории
72. Размер файлов в цветовой модели CMYK:
- на 33% больше чем в цветовой модели RGB
 - на 33% меньше чем в цветовой модели RGB
73. 1 типографский пункт равен:
- a. $1/72$ дюйма
 - b. 4,58 см
 - c. $1/72$ ширины буквы М
74. Принцип, обеспечивающий целостность произведения это.....
75. Композиция становится устойчивой, равновесной благодаря
76. Простейшее повторение одного и того же элемента это:
- метр
 - ритм
77. Повторение одной величины в другой целое число раз:
- тождество
 - масштаб
 - модуль
 - пропорции
78. Система красок, состоящая из четырех цветов, и предназначенная специально для получения полноцветных изображений называется
79. Какой цвет оказывает расслабляющее действие и уместен и эффективен для рекламы медикаментов, стоматологических клиник, аптек, центров здоровья?
- Оранжевый
 - Синий
 - Зеленый
 - Красный
80. При офсетной печати при уменьшении тиража стоимость единицы продукции практически не возрастает:
- Да
 - Нет
81. Флексопечать — вариант способа высокой глубокой... печати, в котором вместо жестких печатных пластин применяются эластичные флексоформы.
Обведите правильный вариант способа печати

14. Образовательные технологии

Проведение практических занятий осуществляется с использованием компьютерных презентаций. В ходе занятий используется мультимедийное оборудование (компьютер, интерактивная доска и проектор). Практические занятия осуществляются в учебном компьютерном классе МФПИТ на персональной вычислительной технике.

В процессе обучения широко используются такие интерактивные и активные формы занятий, как компьютерные и ситуативные симуляции, ролевые игры, разбор реально существующих печатных СМИ регионального и федерального масштаба. Предусмотрены мастер-классы с практикующими специалистами-дизайнерами.

Методы интерактивной образовательной деятельности:

Работа в команде – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на разработку технического задания.

Case-study – анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений.

Проблемное обучение – стимулирование студентов к получению знаний, необходимых для решения конкретной проблемы, возникающей в процессе разработки.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 20%.

15. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Основная литература:

1. Бердышев, С.Н. Организация выставочной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.Н. Бердышев. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. – 178 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/851>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

1. Бердышев, С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд. [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.Н. Бердышев. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. – 182 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5980>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

2. Васильева, Э.В. Цветоведение и колористика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Э.В. Васильева. – Электрон. текстовые данные. – Омск: Омский государственный институт сервиса, 2012. – 180 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18266>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

3. Годин, А.М. Брендинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.М. Годин. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2013. – 183 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24775>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

4. Данилькевич, А.В. Фотография. Часть 2 [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Данилькевич. – Электрон. текстовые данные. – Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2011. – 75 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11364>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

5. Розенсон, И. А. Основы теории дизайна : учеб. / И. А. Розенсон. - СПб. [и др.] : Питер, 2010. - 219 с. : ил. ; 24 см. - Библиогр.: с. 195-197 (65 назв.). - Гриф: допущено УМО по образованию в обл. приклад. информатики в качестве учеб. для студ. Вузов. Экземпляры всего: 50.

6. Зинюк, О.В. Компьютерные технологии. Часть 1. Обработка растровых изображений [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.В. Зинюк. – Электрон. текстовые

данные. – М.: Московский гуманитарный университет, 2011. – 80 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8608>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

7. Проектная графика и макетирование [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов специальности 072500 «Дизайн»/ Электрон. текстовые данные. – Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2012.– 190 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17703>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

Дополнительная литература:

8. Аббасов, И.Б. Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS6 [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.Б. Аббасов. – Электрон. текстовые данные. – М.: ДМК Пресс, 2013. – 238 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29256>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

9. Алгазина, Н.В. Проектирование. Выставочное пространство [Электронный ресурс]: монография / Н.В. Алгазина, Л.Н. Козлова. – Электрон. текстовые данные. – Омск: Омский государственный институт сервиса, 2012. – 187 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12701>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

10. Бесчастнов, Н.П. Художественный язык орнамента [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.П. Бесчастнов. – Электрон. текстовые данные. – М.: Владос, 2010. – 335 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14196/> ЭБС «IPRbooks», по паролю.

11. Бесчастнов, Н.П. Черно-белая графика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.П. Бесчастнов. – Электрон. текстовые данные. – М.: Владос, 2012. – 271 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14197>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

12. Бордукова, И.Н. Стилизация растительных форм [Электронный ресурс]: методические указания для выполнения графических заданий на «Учебной рисовальной (бионической) практике» / И.Н. Бордукова. – Электрон. текстовые данные. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2008. – 27 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21674>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

13. Бореев, Ю.Б. Художественная культура XX века (теоретическая история) [Электронный ресурс]: учебник / Ю.Б. Бореев. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 495 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15496>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

14. Буткевич, Л.М. История орнамента [Электронный ресурс] / Л.М. Буткевич. – М.: ВЛАДОС, 2008. – 267 с. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785691008917.html/> .

15. Глазычев, В. Дизайн как он есть [Электронный ресурс]: монография / В. Глазычев. – Электрон. текстовые данные. – М.: Европа, 2006. – 320 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11619>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

16. Гонсалес, Р. Цифровая обработка изображений [Электронный ресурс] / Р. Гонсалес, Р. Вудс. – Электрон. текстовые данные. – М.: Техносфера, 2012. – 1104 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26905>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

17. Данилькевич, А.В. Фотографика. Часть 1 [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Данилькевич. – Электрон. текстовые данные. – Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2011. – 55 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11363>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

18. Елина, Е.А. Семиотика рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.А. Елина. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. – 137 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1120> . ЭБС «IPRbooks», по паролю.

19. Зинюк, О.В. Компьютерные технологии. Часть 2. Обработка векторных изображений [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.В. Зинюк. – Электрон. текстовые данные. – М.: Московский гуманитарный университет, 2011. – 96 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8609>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

20. Зинюк, О.В. Современный дизайн. Методы исследования [Электронный ресурс]: монография / О.В. Зинюк. – Электрон. текстовые данные. – М.: Московский гуманитарный университет, 2011. – 128 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8444>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

21. Кашапов, М.М. Психология творческого мышления профессионала [Электронный ресурс]: монография / М.М. Кашапов. – Электрон. текстовые данные. – М.: Пер Сэ, 2006. – 688 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/7424>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

22. Леватаев, В.В. Графические техники [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / В.В. Леватаев, Н.В. Захарова. – Электрон. текстовые данные. – Комсомольск-на-Амуре: Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, 2012. – 60 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22306>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

23. Любарт, Т. Психология креативности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т. Любарт [и др.]. – Электрон. текстовые данные. – М.: Когито-Центр, 2009. – 215 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/3849>. – ЭБС «IPRbooks», по паролю.

24. Основы шрифтовой графики [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Электрон. текстовые данные. – Комсомольск-на-Амуре: Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, 2011. – 104 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22278>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

25. Проектирование в графическом дизайне [Электронный ресурс]: сборник описаний практических работ по специальности 070601 «Дизайн», специализации «Графический дизайн», квалификации «Дизайнер (графический дизайн)»/ — Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2011.— 56 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22066>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю.

26. Сальникова, Е.В. Феномен визуального. От древних истоков к началу XXI века [Электронный ресурс] / Е.В. Сальникова. – Электрон. текстовые данные. – М.: Прогресс-Традиция, 2012. – 576 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21530>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

27. Смекалов, И.В. Декоративное начало в учебной живописи дизайнеров [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / И.В. Смекалов, С.Г. Шлеюк. – Электрон. текстовые данные. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2014. – 101 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33626>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

28. Смекалов, И.В. Изучение классических произведений живописи дизайнерами [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / И.В. Смекалов, С.Г. Шлеюк. – Электрон. текстовые данные. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2014. – 97 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33629>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

29. Тимофеева, Ю.Ф. Основы творческой деятельности. Часть 1. Эвристика, ТРИЗ [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ю.Ф. Тимофеева. – Электрон. текстовые данные. – М.: Московский педагогический государственный университет, 2012. – 368 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18596>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

Периодические издания:

30. Дизайн. Искусство. Промышленность. / Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=51244>

31. Дизайн-ревю. / Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=31925>

32. Дизайн. Теория и практика. / Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=30797>

Интернет-ресурсы:

33. abduzeedo.com – сайт о графическом дизайне.
34. davidairey.com – сайт дизайнера Дэвида Эрея.
35. behance.net – сайт, собравший портфолио художников, дизайнеров и людей искусства со всего мира
36. designiskinky.net – австралийский сайт о дизайне.
37. bittbox.com – сайт, посвященный всем дизайнерским нуждам.
38. youthedesigner.com – сайт полон разнообразных статей о графическом дизайне.
39. designyoutrust.com – ежедневный дизайнерский журнал, публикующий статьи о новых направлениях в дизайне, новости и события, дизайнерские портфолио и выборочные, тщательно отсортированные дизайнерские проекты со всего мира.

Источники ИОС:

40. https://portal.sstu.ru/Fakult/MFPIT/RKD/dizn_b313/default.aspx
41. https://portal.sstu.ru/Fakult/MFPIT/RKD/izn_b3132/default.aspx
42. https://portal.sstu.ru/Fakult/MFPIT/RKD/dizn_b3133/default.aspx
43. https://portal.sstu.ru/Fakult/MFPIT/RKD/izn_b3134/default.aspx

Профессиональные базы данных:

44. <http://archiprofi.ru/>
45. <http://www.stockvault.net/>
46. <http://www.everystockphoto.com/>
47. <http://www.morguefile.com/>
48. <http://ru.freeimages.com/>

16. Материально-техническое обеспечение

Для проведения занятий используются аудитория, оснащенная компьютером с выходом в Интернет, системные требования: AMD Phenom 9950 Quad -Core 2,66Ghz (4 cpu)/2GB/300 GB/1266 mb/GeForce 9600GT, проектор Acer P5207; AMD Athlon 64x2 Dual core 5000+ (2 cpu)/2Gb/150Gb/817Mb/Nvidia GeForce 8200, проектор Acer P5280 – для демонстрации учебно-методического материала. Программное обеспечение: MS Office 2007.

Для проведения практических занятий используются аудитория, оснащенная компьютером с выходом в Интернет, системные требования: AMD Phenom 9950 Quad -Core 2,66Ghz (4 cpu)/2GB/300 GB/1266 mb/GeForce 9600GT, проектор Acer P5207; AMD Athlon 64x2 Dual core 5000+ (2 cpu)/2Gb/150Gb/817Mb/Nvidia GeForce 8200, проектор Acer P5280 – для демонстрации учебно-методического материала. Программное обеспечение: MS Office 2007. А также: Intel Core 2 Quad Q9400 2.66Ghz/4Gb/300Gb/2Gb Nvidia GeForce 9600 GT; AMD Athlon 64x2 Dual Core 3800+ 2Ghz/4Gb/80Gb/1Gb/Nvidia GeForce 6150 – для демонстрации учебно-методического материала. Программное обеспечение: Adobe Master Collection CS4, Corel Draw X4, MS Office 2007, Антивирус Kaspersky Endpoint 8.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечным системам, а также доступ к информационно-образовательной среде СГТУ.