

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 29.09.2022 12:20:56

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор  С.С. Юров

«24» февраля 2022 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.01 «ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ»**

**Для направления подготовки:**

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**

организационно-управленческий; проектный

**Направленность (профиль):**

Визуальные коммуникации

**Форма обучения:**

очная

**Москва – 2022**

Разработчик (и): Шмалько Игорь Сергеевич, доцент кафедры дизайна АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», член Союза дизайнеров.

«15» января 2022 г.

  
\_\_\_\_\_ (подпись)

/И.С. Шмалько /

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1015 от 13.08.2020г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ

  
\_\_\_\_\_ (подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой  
разработчика РПД

  
\_\_\_\_\_ (подпись)

/Е.А. Дубоносова /

Протокол заседания кафедры № 6 от «27» января 2022 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** приобретение обучающимися знаний об особенностях визуальной коммуникации, понимание значения визуальной коммуникации в современной среде.

**Задачи:**

- формирование теоретических представлений о понятии и специфике визуальных коммуникаций;
- изучение современных методов восприятия, потребления и переработки визуальной информации;
- формирование умений и навыков в области построения эффективной визуальной коммуникации;
- формирование визуальной грамотности.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

### 2.1. Место дисциплины в учебном плане:

**Блок:** Блок 1. Дисциплины (модули).

**Часть:** Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

**Осваивается:** 1 семестр.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**УК-6** - способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

**ПК-2** - способен осуществлять планирование и организацию вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<b>УК-6</b> Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<b>УК-6.2.</b> Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	<b>Знает:</b> способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации <b>Умеет:</b> планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации <b>Владеет:</b> навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации

<b>ПК-2</b> Способен осуществлять планирование и организацию вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок	<b>ПК-2.1.</b> Определяет проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций	<b>Знает:</b> проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций <b>Умеет:</b> определять проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций <b>Владеет:</b> навыком определять проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций
--	--	---

### 5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Введение в профессию» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
<b>Аудиторные занятия</b>	36
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные работы	-
<b>Самостоятельная работа</b>	72
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
Вид	Зачёт – 1 семестр
Трудоемкость (час.)	-
<b>Общая трудоемкость з.е. / часов</b>	3 з.е. / 108 час.

### 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов
№	Наименование	

		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Анатомия бренда. Влияние политики и технического прогресса на бренд	3	3	-	12
2	Стиль, идея и модуль Бренда	3	3	-	12
3	Бренд и типографика. Цвет. Зонтичные Бренды и логотипы	3	3	-	12
4	Agency side VC Client Side	3	3	-	12
5	Бриффы. Важность их составления. Целевая аудитория	3	3	-	12
6	Гайды, Брендбуки. Ребрендинг и редизайн. Фирменный стиль, айдентика	3	3	-	12
Итого (часов)		18	18	-	72
<b>Форма контроля:</b>		зачёт			-
<b>Всего по дисциплине:</b>		108 / 3 з.е.			

## СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

### ***Тема 1. Анатомия бренда. Влияние политики и технического прогресса на бренд***

Что такое бренд, из чего он состоит. Истории знаменитых брендов. Метаморфозы знаменитых брендов (истории компаний, смысла их логотипов, изменение со временем). Зависимость внешнего бората от происходящего в мире и пожеланий конкретных людей в политике (бренды и политический контекст). Бренд как показатель качества и эмоций.

### ***Тема 2. Стиль, идея и модуль Бренда***

Разбор визуальных стилей брендов на примерах знаменитых брендов. Стиль логотипа. Структура построения стиля логотипа. Поиск идей и mid maps. Мудрорд и его предназначение. Референсы, их предназначение и употребление. Модуль бренда. Логотип и охранное поле. Символьные и шрифтовые логотипы: разница и предназначение.

### ***Тема 3. Бренд и типографика. Цвет. Зонтичные Бренды и логотипы***

Дизайн с помощью текста. Законы равновесия. Капитель, лигатура. Влияние цвета на восприятие целевой аудитории. Цвет в социальной среде. Латентное лидерство, его выражение. Зонтичные Бренды. Их отличия от обычных брендов.

### ***Тема 4. Agency side VC Client Side***

Презентация проекта (предложения) клиенту. Видение проекта клиентом, рекламным агентством / дизайн студией. Определение успеха или поражения в проекте.

### ***Тема 5. Бриффы. Важность их составления. Целевая аудитория***

Бриф, его основные компоненты. Составление брифа. Разбор клиентского брифа (на живых примерах). Брифование дизайнера, верстальщика. Целевая аудитория. Пример одной концепции, но с разными целевыми аудиториями. Воспитание целевой аудитории.

## **Тема 6. Гайды, Брендбуки. Ребрендинг и редизайн. Фирменный стиль, айдентика**

Роль гайдбуков в создании дизайна. Что делать, если гайдов нет. Как делать гайды и брендбук (контент). Отличия ребрендинга и редизайна. Как понять что нужно и уместно. Примеры успешного и провального ребрендинга. Примеры успешной революции бренда. Узнаваемость бренда, для чего это нужно. Стиливая инфографика, контрасты и нюансы (иконки, навигация). Маркетинговые значки.

## **7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ**

Курсовая работа не предусмотрена

**8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:** Приложение 1.

## **9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

### **9.1. Рекомендуемая литература:**

1. Арт-менеджмент / Л.Н. Жуковская, С.В. Костылева, В.С. Лузан и др.; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск: СФУ, 2016.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=496978](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=496978)
2. Кондакова Ю. В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие - Екатеринбург: Архитектон, 2016.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=455455](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=455455)
3. Старов С. А. Управление брендами: учебник - Санкт-Петербург: Высшая школа менеджмента, 2008.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=458118](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=458118)
4. Сурова Н. Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление: учебное пособие - Москва: Юнити, 2015.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=446441](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=446441)
5. Беликова И. П. Управление проектами: краткий курс лекций. Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2014.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=277473&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=277473&sr=1)
6. Стрелкова Л.В. Внутрифирменное планирование - учеб. пособие для студентов вузов/ Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=114539](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114539)
7. Тарасова О. П. Организация проектной деятельности дизайнера: учебное пособие - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2013.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=270309](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=270309)
8. Учитель Ю.Г. Разработка управленческих решений: учебник для студентов вузов – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=117136](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=117136)

**9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.**

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

**Лицензионное программное обеспечение:**

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293, срок действия по 16.02.2022 г.);

2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);

3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;

2. Архиватор 7-Zip;

3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;

4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;

5. Медиаплеер VLC

**9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://netology.ru/> - «Нетология» — университет по подготовке и дополнительному обучению специалистов в области интернет-маркетинга, управления проектами, дизайна, проектирования интерфейсов и веб-разработки.
10. <https://www.cfin.ru/business-plan/> - База данных «Библиотека управления» - бизнес-планирование
11. [www.aup.ru](http://www.aup.ru) - Административно-управленческий портал
12. [www.eur.ru](http://www.eur.ru) - Библиотека экономической и управленческой литературы
13. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»
14. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брендах.
15. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).
16. <http://www.porairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле.

17. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда».
18. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»
19. <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications> - база данных European Society of Marketing Research Professionals - исследовательской ассоциации в области маркетинга

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

### **№ 424**

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

### **№ 402**

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

## **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает



умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо

обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

### ***Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины***

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

*Для лиц с нарушениями зрения:*

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

*Для лиц с нарушениями слуха:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

*Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)

**Б1.В.01 «ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ»**

**Для направления подготовки:**

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**

организационно-управленческий; проектный

**Направленность (профиль):**

Визуальные коммуникации

**Форма обучения:**

очная

Москва – 2022

*Результаты обучения по дисциплине*

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
<b>УК-6</b> Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<b>УК-6.2</b> Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	<b>Знает:</b> способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации <b>Умеет:</b> планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации <b>Владеет:</b> навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации
<b>ПК-2</b> Способен осуществлять планирование и организацию вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок	<b>ПК-2.1</b> Определяет проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций	<b>Знает:</b> проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций <b>Умеет:</b> определять проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций <b>Владеет:</b> навыком определять проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций

*Показатели оценивания результатов обучения*

<b>Шкала оценивания</b>			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<b>Не знает:</b> способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации <b>Не умеет:</b> планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	<b>В целом знает:</b> способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации, но допускает грубые ошибки <b>В целом умеет:</b> планировать траекторию своего профессионального развития и	<b>Знает:</b> способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации, но иногда допускает ошибки <b>Умеет:</b> планировать траекторию своего профессионального развития и	<b>Знает:</b> способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации <b>Умеет:</b> планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации

<p><b>Не владеет:</b> навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации</p>	<p>предпринимает шаги по её реализации, но часто испытывает затруднения <b>В целом владеет:</b> навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации, но часто испытывает затруднения</p>	<p>предпринимает шаги по её реализации, но иногда испытывает затруднения <b>Владеет:</b> навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации, но иногда испытывает затруднения</p>	<p><b>Владеет:</b> навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации</p>
<p><b>Не знает:</b> проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций <b>Не умеет:</b> определять проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций <b>Не владеет:</b> навыком определять проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций</p>	<p><b>В целом знает:</b> проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций, но допускает грубые ошибки <b>В целом умеет:</b> определять проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций, но часто испытывает затруднения <b>В целом владеет:</b> навыком определять проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций, но часто испытывает затруднения</p>	<p><b>Знает:</b> проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций, но иногда допускает ошибки <b>Умеет:</b> определять проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций, но иногда испытывает затруднения <b>Владеет:</b> навыком определять проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций</p>	<p><b>Знает:</b> проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций <b>Умеет:</b> определять проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций <b>Владеет:</b> навыком определять проблемы и задачи профессиональной деятельности дизайнера в сфере визуальных коммуникаций</p>

### *Оценочные средства*

#### Задания для текущего контроля

##### **Пример творческих заданий:**

Задание 1. Отрисовать 2 логотипа известных брендов на выбор.

Задание 2. Выбрать бренд и исследовать его историю, кратко изложить.

Задание 3. Проанализировать 50 логотипов и описать их стиль.

Задание 4. Сделать mind map известному бренду.

Задание 5. Поставить известный логотип на сетку. Найти модуль, охранное поле.

- Задание 6. Написать лого Michelin используя только типографику.
- Задание 7. Отрисовать логотип ТЦ «Мега». Сделать вариант в монохроме. Проанализировать цветовую гамму. Сделать выводы.
- Задание 8. Бренды в течение дня. Собрать на протяжении одного дня все логотипы, с которыми вы сталкивались. Оформить в презентацию.
- Задание 9. Сделать презентацию вашего логотипа Мишлен
- Задание 10. Я — дизайнер, вы — клиент. Забрифовать меня на разработку логотипа для продажи криптовалюты. Определение целевой аудитории, требования и пр.
- Задание 11. Выбрать 3 продукта, можно одного и того же бренда. Проанализировать их целевые аудитории.
- Задание 12. Сделать содержание к гайдбуку чайной компании или детского питания.
- Задание 13. Найти любой неудачный логотип, неэстетичный, непродуманный. Сделать его лучше. Эскиз.
- Задание 14. Сделать элементы фирменного стиля для ребрендинга / редизайна.
- Задание 15. Выбрать бренд и сделать ребрендинг / редизайн.

Оценка творческих заданий производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

### **Промежуточная аттестация**

#### **Примерные вопросы к зачёту:**

1. Понятие бренда.
2. Истории знаменитых брендов.
3. Метаморфозы знаменитых брендов.
4. Бренды и политический контекст.
5. Бренд, как показатель качества.
6. Бренд, как показатель эмоций.
7. Влияние политики и технического прогресса на бренд
8. Визуальные стили брендов. Примеры.
9. Стил логотипа.
10. Структура построения стили логотипа.
11. Поиск идей и mid maps.
12. Мудрорд и его предназначение.
13. Референсы, их предназначение и употребление.
14. Модуль бренда.
15. Логотип и охранное поле.
16. Символьные и шрифтовые логотипы.
17. Бренд и типографика.
18. Законы равновесия. Капитель, лигатура.
19. Влияние цвета на восприятие целевой аудитории.
20. Зонтичные Бренды и логотипы.
21. Презентация проекта клиенту.
22. Определение успеха или поражения в проекте.
23. Бриф, его основные компоненты.
24. Составление брифа.
25. Разбор клиентского брифа.
26. Понятие целевой аудитории.
27. Воспитание целевой аудитории.
28. Роль гайдбуков в создании дизайна.
29. Как делать гайды и брендбук (контент).

- 30. Ребрендинг и редизайн.
- 31. Стилистая инфографика, контрасты и нюансы (иконки, навигация).
- 32. Маркетинговые значки.

### Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух- балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы
Хорошо		2. Аргументированность выводов.	глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно		3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость.	знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	Не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик (и): Шмалько Игорь Сергеевич, доцент кафедры дизайна АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», член Союза дизайнеров.

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры дизайна (протокол № 6 от 27.01.2022 г.).