

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 29.09.2022 12:20:57

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.03. «ПРОЕКТИРОВАНИЕ В КОММУНИКАЦИОННОМ ДИЗАЙНЕ»

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: Талии Кельми, руководитель профиля «Визуальные коммуникации» АНО
ВО «Институт бизнеса и дизайна», член Союза дизайнеров России.

«15» января 2022 г.



(подпись)

/Т. Кельми /

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 студентами теоретических знаний и практических навыков для разработки коммерческих проектов в области брендинга, упаковки, рекламы, маркетинга, создания визуальных образов. Формирование у студентов рабочего опыта необходимых в профессиональной деятельности дизайнера в различных областях современных визуальных коммуникаций.

Задачи:

- приобрести теоретические знания и практические навыки в создании брендов, творческих креативных проектов, рекламных кампаниях, оформлении упаковки, общих визуальных образов и иллюстраций;
- познакомиться с трендами, успешными кейсами и приемами в создании бренд-проектов;
- научиться ориентироваться в многообразии графических стилей и форм современной визуальной среды;
- приобрести практические навыки при создании иллюстраций, упаковки, рекламы для различных видов визуальной коммуникации и дизайн-проектов;
- видеть и понимать дизайн как коммуникацию;
- овладеть навыками дизайн-проектирования;
- научиться использовать цифровые технологии UI/UX дизайна;
- научиться разрабатывать бренды и стратегии визуальных коммуникаций бренда и бизнеса;
- научиться анализировать эффективность коммуникаций;
- применять дизайн в разработке рекламных продуктов и кампаний.

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 - 6 семестры.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1 - способен осуществлять управленческую деятельность и руководство бизнес-процессами;

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

ПК-5 - способен к концептуальной и художественно-технической разработке дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации;

ПК-6 - способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного дизайн-проекта в сфере визуальной информации, идентификации и коммуникации.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<p>ПК-1 Способен осуществлять управленческую деятельность и руководство бизнес-процессами;</p>	<p>ПК-1.2. Применяет знания, навыки, практические инструменты и техники при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов</p>	<p>Знает: практические инструменты и техники, необходимые для достижения требований проекта и запланированных результатов Умеет: применять знания, навыки, практические инструменты и техники при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов Владеет: навыком применения, при выполнении проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов</p>
<p>ПК-2 Способен осуществлять планирование и организацию вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p>	<p>ПК-2.4. Применяет основные технологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p>	<p>Знает: способы и методы применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок Умеет: применять основные технологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок Владеет: навыком применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p>
	<p>ПК-2.5. Создает заказ и анализирует результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p>	<p>Знает: методологию создания заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов Умеет: создавать заказ и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов Владеет: навыком создания заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p>

<p>ПК-5 Способен к концептуальной и художественно-технической разработке дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>ПК-5.1. Осуществляет визуализацию образов проектируемой системы в целом и ее составляющих, проработка эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>Знает: приемы, способы и методы визуализации образов проектируемой системы в целом и ее составляющих, проработки эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Умеет: осуществлять визуализацию образов проектируемой системы в целом и ее составляющих, прорабатывать эскизы объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Владеет: навыком визуализации образов проектируемой системы в целом и ее составляющих, проработки эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>
<p>ПК-6 Способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного дизайн-проекта в сфере визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>ПК-6.1. Способен планировать и организовывать работы по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>Знает: методологию планирования и организации работ по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации Умеет: планировать и организовывать работы по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации Владеет: навыком планирования и организации работ по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>
	<p>ПК-6.2. Проводит предпроектные дизайнерские исследования и использует их результаты при разработке объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>Знает: способы и методы проведения предпроектные дизайнерских исследований, возможность использования их результатов при разработке объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Умеет: определять композиционные приемы, художественные и стилистические особенности проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации Владеет: навыком определения композиционных приемов, художественных и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Проектирование в коммуникационном дизайне» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн составляет: 17 зачетных единиц (612 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
Аудиторные занятия	234
<i>в том числе:</i>	
Лекции	108
Практические занятия	118
Лабораторные работы	8
Самостоятельная работа	279
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	36
Промежуточная аттестация:	
Вид	Зачёт с оценкой – 1, 3, 5 семестры, экзамен – 2, 4, 6 семестры, защита КП – 6 семестр
Трудоемкость (час.)	99
Общая трудоемкость з.е. / часов	17 з.е. / 612 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1 семестр					
1	Определение понятия «Проектирование в коммуникационном дизайне». Сфера применения и каналы коммуникации дизайна с аудиторией.	6	3	-	12
2	Методы и сценарии проектной работы	6	4	4	12
3	Виды художественной деятельности как составляющей части проекта	6	3	4	12

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
<i>Форма контроля 1 семестр</i>		зачёт с оценкой			-
<i>Всего часов за 1 семестр</i>		72 / 2 з.е.			
2 семестр					
1	Композиция как основа проектирования в коммуникационном дизайне	6	6	-	12
2	Фирменный стиль	6	6	-	12
3	Шрифтовая графика в визуальных коммуникациях	6	6	-	12
<i>Итого за 2 семестр</i>		18	18	-	36
<i>Форма контроля 2 семестр</i>		экзамен			36
<i>Всего часов за 2 семестр</i>		108 / 3 з.е.			
3 семестр					
1	Плакат и кейвижуал	6	6	-	12
2	Пространство книги и буклета, брошюры	6	6	-	12
3	Виды рекламы и место графики в рекламе	6	6	-	12
<i>Итого за 3 семестр</i>		18	18	-	36
<i>Форма контроля 3 семестр</i>		зачёт с оценкой			-
<i>Всего часов за 3 семестр</i>		72 / 2 з.е.			
4 семестр					
1	Коммуникационный дизайн для упаковки товаров	6	6	-	12
2	Объекты дизайна в едином визуальном пространстве	6	6	-	12
3	Супер-графика	6	6	-	12
<i>Итого за 4 семестр</i>		18	18	-	36
<i>Форма контроля 4 семестр</i>		экзамен			36
<i>Всего часов за 4 семестр</i>		108 / 3 з.е.			
5 семестр					
1	Фотостиль бренда	6	6	-	24
2	Брендбук и гайдлайн	6	6	-	24
3	Нестандартные приемы рекламной коммуникации. Ambient как яркий формат визуальных коммуникаций, «пиратка», неожиданные и необычные рекламные носители	6	6	-	24
<i>Итого за 5 семестр</i>		18	18	-	72
<i>Форма контроля 5 семестр</i>		зачёт с оценкой			-
<i>Всего часов за 5 семестр</i>		108 / 3 з.е.			
6 семестр					
1	Брендинг и ребрендинг	6	12	-	21
2	Брендинг территорий	6	12	-	21
3	Системы ориентирования человека в пространстве	6	12	-	21
<i>Итого за 6 семестр</i>		18	36	-	63
<i>Форма контроля 6 семестр</i>		экзамен			27
<i>Всего часов за 6 семестр</i>		144 / 4 з.е.			
Итого (часов)		108	118	8	279
Форма контроля:		зачет с оценкой,			99

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
Всего по дисциплине:		612 / 17 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

1 семестр:

Тема 1. Определение понятия «Проектирование в коммуникационном дизайне». Сфера применения и каналы коммуникации дизайна с аудиторией.

Коммуникационный дизайн. Сфера применения. Полиграфическая база: рамки и возможности. Проект как совокупность различных видов деятельности. Социальные функции графического дизайна. Классификация объектов графического дизайна. Понятие коммуникативности.

Тема 2. Методы и сценарии проектной работы

Эскиз. Фиксирование вариантов. Этапное планирование работы. Вербальная формула проекта. Стимулирование творческого поиска силой слова. Варианты названия проектов. Фактор времени. Итог работы - завершённый проект. Планирование.

Тема 3. Виды художественной деятельности как составляющей части проекта

Живопись. Живопись как проект Живопись как часть проекта. Графика. Виды графики, тиражная графика. Графика в книге, плакате. Типографика. Шрифтовая графика как самостоятельный вид проектирования в графическом дизайне. Пластика. Скульптура. Фотография. Цвет как композиционная составляющая проекта. Структура сложных проектов - синтез. Современные принципы. Композиционные решения. Понятие стиля, стилистики. Серия и серийность.

2 семестр:

Тема 1: Композиция как основа проектирования в коммуникационном дизайне

Композиционные решения в графическом дизайне. Вертикаль и горизонталь. Восприятие формы на плоскости. Равновесие: статика и динамика. Центр композиции. Ритм, метр, размер и масштаб. Плоскость и пространство.

Тема 2: Фирменный стиль

Составляющие фирменного стиля. Роль фирменного стиля и его функции. Разработка и продвижение фирменного стиля. Основные элементы фирменного стиля.

Тема 3: Шрифтовая графика в визуальных коммуникациях

Структура и иерархическая соподчиненность. Способы выделения в тексте. Заголовок. Цифровые технологии. Плоскость и глубина. Фактура слова. Шрифтовой

плакат. Журнальный макет. Рекламные модули, полосы. Буклет с экспрессивным шрифтовым решением.

3 семестр:

Тема 1: Плакат и кейвизуал

Формат и композиция плаката. Поиск темы плаката в рамках предложенной тематики. Эскизы с поиском темы, композиции, цветового решения. Ключевой визуальный образ. Цифровые технологии графического дизайна на примере одностраничного документа. Программы для графического дизайна. Сравнение параметров. Выбор варианта эскиза для дальнейшей разработки.

Тема 2: Пространство книги и буклета, брошюры

Художник и книга. «Книга художника». Объемно-плоскостные приемы макетирования. Место шрифта (знака) в системе проектирования печатной продукции. Основные элементы книжного дизайна. Серийность. Признаки и рамки серийности. Модулирование (пропорционирование) в типографике. Формат. Поля. Система восприятия разворотов и временной характер воздействия на читателя-«зрителя». Цифровые технологии. Верстка и ее структурная роль в проектировании.

Тема 3: Виды рекламы и место графики в рекламе

Особенности восприятия рекламы. Шрифт и иллюстрация. Слоган как форма программирования. Графические и композиционные решения.

4 семестр:

Тема 1: Коммуникационный дизайн для упаковки товаров

Структура упаковки. Расчет размеров. Композиция нестандартных форм. Основные требования к упаковке. Рекламные функции упаковки. Информация о товаре, производителе и законодательство о рекламе. Претестинг упаковки.

Тема 2: Объекты дизайна в едином визуальном пространстве

Композиция выставки. Особенности восприятия зрителем. Масштабность. Эргономика. Время и движение в пространстве.

Тема 3: Супер-графика

Графические композиции большого масштаба в интерьере и городской среде. Вазарелли. Принципы оп-арта в графических проектах большого масштаба для среднего дизайна замкнутых и открытых пространств. Суперграфика как элемент синтеза искусств

5 семестр:

Тема 1: Фотостиль бренда

Предназначение и параметры фотостиля. Принципы и правила создания фотоизображения. Требования к фотографическому языку бренда. Фотостиль как инструмент создания эмоциональной составляющей в визуальных коммуникациях бренда.

Тема 2: Брендбук и гайдлайн

Структура и цели создания брендбука. Задачи брендбука. Гайдлайн в дизайне. Отличие гайдлайна от брендбука. Принципы создания гайдлайна. Задачи и структура гайдлайна.

Тема 3: Нестандартные приемы рекламной коммуникации. Ambient как яркий формат визуальных коммуникаций, «пиратка», неожиданные и необычные рекламные носители

Рынок рекламы и потребности в нетрадиционных рекламных носителях. Примеры нестандартной рекламы. Ambient Media как канал коммуникации. Преимущества и недостатки Ambient Media.

6 семестр:

Тема 1: Брендинг и ребрендинг

Цель и задачи брендинга. Виды брендинга. Причины ребрендинга. Основные этапы проведения ребрендинга.

Тема 2: Брендинг территорий

Понятие территориального брендинга. Системы бренд-идентификации территории и ее типология. Инструменты и технологии территориального брендинга.

Тема 3: Системы ориентирования человека в пространстве

Навигационные визуально-коммуникативные системы. Роль визуальных коммуникаций при ориентировании в пространстве. Проектирование графической системы навигации.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ (ПРОЕКТОВ)

Примерные темы курсовых проектов:

1. Создание рекламной кампании бренда;
2. Создание брендбука и гайдлайны бренда;
3. Создание коммуникативной стратегии бренда и его дизайна на период запуска данной коммуникационной стратегии;
4. Создание системы ориентирования человека в пространстве;
5. Создание бренда территории: города / области и пр.;
6. Создание дизайна упаковки;
7. Создание дизайна мобильного приложения;
8. Разработка стартапа - своего бизнес-проекта;
9. Произвольная тема по выбору обучающегося.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Корякина, Г. М. Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий : учебное пособие : [16+] / Г. М. Корякина, С. А. Бондарчук. – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018. – 93 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=576869
2. Пашкова, И. В. Проектирование: проектирование упаковки и малых форм полиграфии: учебное наглядное пособие, направление подготовки 54.03.01 «Дизайн» :

[16+] / И. В. Пашкова ; Кемеровский государственный институт культуры, Факультет визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2018. – 180 с.

Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=613113

3. Организация проектной деятельности : учебное пособие / Л. М. Тухбатуллина, Л. А. Сафина, В. В. Хамматова [и др.] ; Министерство образования и науки России, Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2018. – 100 с.

Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=561106

4. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования : учебное пособие / Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 239 с.

Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684750

5. Елисеенков, Г. С. Дизайн-проектирование : учебное пособие / Г. С. Елисеенков, Г. Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2016. – 150 с.

Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=472589

6. Безрукова, Е. А. Шрифтовая графика: учебное наглядное пособие : учебное пособие / Е. А. Безрукова, Г. Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Факультет визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2017. – 130 с.

Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=487657

7. Баландин, А. С. Рекламное дело: шпаргалка : учебное пособие : [16+] / А. С. Баландин, С. Н. Мишанин ; Научная книга. – 2-е изд. – Саратов : Научная книга, 2020. – 32 с.

Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=578371

8. Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 656 с.

Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=685109

9. Иванова, В. А. Рекламная константа: разработка и оценка : учебное пособие : [16+] / В. А. Иванова ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2020. – 84 с.

Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=612518

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://www.sostav.ru/> - российский рекламный портал, статьи о рекламе, маркетинге, PR
10. <https://www.interbrand.com/> - база данных консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга)
11. <https://www.kantar.com/campaigns/brandz.brandz.com/> - база данных о мировых брендах
12. <http://www.iaaglobal.org/> - сайт Международной Рекламной Ассоциации (International Advertising Association, IAA)
13. <https://kak.ru/> - журнал о графическом дизайне

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.

№ 423

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 приобретает 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.03. «ПРОЕКТИРОВАНИЕ В КОММУНИКАЦИОННОМ ДИЗАЙНЕ»

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

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<p>ПК-1 Способен осуществлять управленческую деятельность и руководство бизнес-процессами</p>	<p>ПК-1.2. Применяет знания, навыки, практические инструменты и техники при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов</p>	<p>Знает: практические инструменты и техники, необходимые для достижения требований проекта и запланированных результатов Умеет: применять знания, навыки, практические инструменты и техники при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов Владеет: навыком применения, при выполнении проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов</p>
<p>ПК-2 Способен осуществлять планирование и организацию вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p>	<p>ПК-2.4. Применяет основные технологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p>	<p>Знает: способы и методы применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок Умеет: применять основные технологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок Владеет: навыком применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p>
	<p>ПК-2.5. Создает заказ и анализирует результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p>	<p>Знает: методологию создания заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов Умеет: создавать заказ и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов Владеет: навыком создания заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p>

<p>ПК-5 Способен к концептуальной и художественно-технической разработке дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>ПК-5.1. Осуществляет визуализацию образов проектируемой системы в целом и ее составляющих, проработка эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>Знает: приемы, способы и методы визуализации образов проектируемой системы в целом и ее составляющих, проработки эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Умеет: осуществлять визуализацию образов проектируемой системы в целом и ее составляющих, прорабатывать эскизы объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Владеет: навыком визуализации образов проектируемой системы в целом и ее составляющих, проработки эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>
<p>ПК-6 Способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного дизайн-проекта в сфере визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>ПК-6.1. Способен планировать и организовывать работы по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>Знает: методологию планирования и организации работ по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации Умеет: планировать и организовывать работы по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации Владеет: навыком планирования и организации работ по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>
	<p>ПК-6.2. Проводит предпроектные дизайнерские исследования и использует их результаты при разработке объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>Знает: способы и методы проведения предпроектных дизайнерских исследований, возможность использования их результатов при разработке объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Умеет: определять композиционные приемы, художественные и стилистические особенности проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации Владеет: навыком определения композиционных приемов, художественных и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<p>Не знает: практические инструменты и техники, необходимые для достижения требований проекта и запланированных результатов</p> <p>Не умеет: применять знания, навыки, практические инструменты и техники при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов</p> <p>Не владеет: навыком применения, при выполнении проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов</p>	<p>В целом знает: практические инструменты и техники, необходимые для достижения требований проекта и запланированных результатов, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: применять знания, навыки, практические инструменты и техники при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: навыком применения, при выполнении проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: практические инструменты и техники, необходимые для достижения требований проекта и запланированных результатов, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: применять знания, навыки, практические инструменты и техники при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: навыком применения, при выполнении проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Знает: практические инструменты и техники, необходимые для достижения требований проекта и запланированных результатов</p> <p>Умеет: применять знания, навыки, практические инструменты и техники при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов</p> <p>Владеет: навыком применения, при выполнении проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов</p>
<p>Не знает: способы и методы применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p> <p>Не умеет: применять основные технологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p>	<p>В целом знает: способы и методы применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: применять основные технологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода</p>	<p>Знает: способы и методы применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: применять основные технологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-</p>	<p>Знает: способы и методы применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p> <p>Умеет: применять основные технологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p>

<p>Не владеет: навыком применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p>	<p>дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок, но часто испытывает затруднения В целом владеет: навыком применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок, но часто испытывает затруднения</p>	<p>продукта и (или) его обновлений на рынок, но иногда испытывает затруднения Владеет: навыком применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Владеет: навыком применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p>
<p>Не знает: методологию создания заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов Не умеет: создавать заказ и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов Не владеет: навыком создания заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p>	<p>В целом знает: методологию создания заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов, но допускает грубые ошибки В целом умеет: создавать заказ и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов, но часто испытывает затруднения В целом владеет: навыком создания заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: методологию создания заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов, но иногда допускает ошибки Умеет: создавать заказ и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов, но иногда испытывает затруднения Владеет: навыком создания заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Знает: методологию создания заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов Умеет: создавать заказ и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов Владеет: навыком создания заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p>
<p>Не знает: приемы, способы и методы визуализации образов проектируемой системы в целом и ее составляющих, проработки эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Не умеет: осуществлять визуализацию образов проектируемой системы в целом и ее</p>	<p>В целом знает: приемы, способы и методы визуализации образов проектируемой системы в целом и ее составляющих, проработки эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, но допускает грубые ошибки В целом умеет: осуществлять визуализацию образов</p>	<p>Знает: приемы, способы и методы визуализации образов проектируемой системы в целом и ее составляющих, проработки эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, но иногда допускает ошибки Умеет: осуществлять визуализацию образов</p>	<p>Знает: приемы, способы и методы визуализации образов проектируемой системы в целом и ее составляющих, проработки эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Умеет: осуществлять визуализацию образов проектируемой системы в целом и ее</p>

<p>возможность использования их результатов при разработке объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p>Не умеет: определять композиционные приемы, художественные и стилистические особенности проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p>Не владеет: навыком определения композиционных приемов, художественных и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>возможность использования их результатов при разработке объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: определять композиционные приемы, художественные и стилистические особенности проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: навыком определения композиционных приемов, художественных и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, но часто испытывает затруднения</p>	<p>возможность использования их результатов при разработке объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: определять композиционные приемы, художественные и стилистические особенности проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: навыком определения композиционных приемов, художественных и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>возможность использования их результатов при разработке объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p>Умеет: определять композиционные приемы, художественные и стилистические особенности проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p>Владеет: навыком определения композиционных приемов, художественных и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>
--	--	--	--

Оценочные средства

1 семестр:

Задания для текущего контроля

Пример тем устного опроса:

1. Определение понятия «Проектирование в коммуникационном дизайне».
2. Основные методы создания визуальных коммуникаций: Цвет Форма Шрифт Ритм Композиция.
3. Самые яркие и знаменитые примеры комплексных визуальных коммуникаций.
4. Сфера применения и каналы коммуникации дизайна с аудиторией. Понятие коммуникативности.
5. Изучение слова образа и создание журнала, посвященного этому слову с точки зрения смысла и содержания. Шрифтовая графика в визуальных коммуникациях.

Оценка устного опроса производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Пример творческого задания:

1. Слово - образ - анализ - журнал

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

2 семестр:

Задания для текущего контроля

Пример тем устного опроса:

1. Методы и сценарии проектной работы.
2. Виды художественной деятельности как составляющей части проекта.
3. Основы визуальной стратегии.

Оценка устного опроса производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Пример творческих заданий:

1. Подготовка презентации отчета с журналом образом.
2. Выступление перед комиссией.

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

3 семестр:

Задания для текущего контроля

Пример тем устного опроса:

1. Что такое бриф? Стадии работы по брифу.
2. Правила работы с заказчиком. Как организовать коммерческий проект как процесс между дизайнером и клиентом.
3. Фирменный стиль как система визуальной коммуникации.
4. Маскоты - персонажи бренда - зачем они нужны?
5. Как бренд нанимает маскота на работу.
6. Виды исследований: дизайн-исследования/исследования конкурентов.

Оценка устного опроса производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

4 семестр:

Задания для текущего контроля

Пример тем устного опроса:

1. Плакат и кейвижуал в чем разница.
2. Виды рекламы и место графики в рекламе.
3. Исследование потребителей.
4. Исследование дизайна и проверка гипотез.
5. Eye Tracking.

Оценка устного опроса производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

5 семестр:

Задания для текущего контроля

Пример тем устного опроса:

1. Коммуникационный дизайн для упаковки товаров / создание фестивальной упаковки / геймификация.
2. Суперграфика.
3. Фотостиль бренда.
4. Оформление Брендбук .
5. Оформление Гайдлайн.

Оценка устного опроса производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

6 семестр:

Задания для текущего контроля

Пример тем устного опроса:

1. Виды проектов с самым объемным распространением визуальных коммуникаций: Бренддинг территорий.
2. Жители территорий и визуальные коммуникации.
3. Носители бренднга для городской среды.
4. Составляющие брендбука для бренднга территорий.
5. Составляющие гайдлайна для бренднга территорий.

Оценка устного опроса производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачёту с оценкой (1 семестр):

1. Роль цвета, формы и композиции в вопросе влияния на разные группы людей.
2. Как с помощью цвета / формы / композиции передать то или иное послание?
3. Как нарисовать слово-образ: гнев, радость, неприязнь, страх, счастье?

Примерные вопросы к экзамену (2 семестр):

1. Роли работы в креативной команде.
2. С чего начинается творческий проект и каковы его дальнейшие стадии?
3. Из чего состоит творческий проект?
4. Как спланировать творческий проект и какие есть стадии контакта с аудиторией и бренда?

Примерные вопросы к зачёту с оценкой (3 семестр):

1. Типы Брифов.
2. Алгоритм работы с брифами различного типа.
3. Составляющие фирменного стиля / айдентики.
4. Задачи айдентики для своего клиента.
5. Задачи / роли айдентики в жизни групп целевой аудитории.
6. Способы дизайн-исследований.

Примерные вопросы к экзамену (4 семестр):

1. Виды тестирования визуальных гипотез.
2. Защита своего творческого проекта по айдентике или упаковке перед жюри.
3. Аошументация дизайн-приемов и решений.

Примерные вопросы к зачёту с оценкой (5 семестр):

1. Отличие брендбука и гайдлайны.
2. Составляющие брендбука.
3. Составляющие гайдлайна.
4. Виды фотостилля бренда.

Примерные вопросы к экзамену (6 семестр):

1. Предпосылки к брендингу территории.
2. Методология защиты брендинга территорий.
3. Защита проекта в категории Территориальный брендинг (разработка бренда своего района / деревни).

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	знание структуры основного учебно-программного материала,

		знания в практическую плоскость.	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): Разработчик: Талии Кельми, руководитель профиля «Визуальные коммуникации» АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», член Союза дизайнеров России.

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