

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 26.02.2024 16:42:20

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«22» февраля 2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ по подготовке и оформлению курсового проекта

по дисциплине

ПРОЕКТИРОВАНИЕ В КОММУНИКАЦИОННОМ ДИЗАЙНЕ

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Типа задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий

проектный

Направленность (профиль):

Коммуникационный дизайн

Форма обучения:

очная

Москва – 2024

Разработчик(и):

Мальцева Елена Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

«19» февраля 2024 г.



(подпись)

Мальцева Е.С.

Рецензент:

Разработчик (и): Филин Виталий Юрьевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«19» февраля 2024 г.

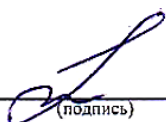


(подпись)

/В.Ю. Филин /


СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ



(подпись) /Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика МР



(подпись) /Е.С. Мальцева /

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

Протокол заседания кафедры № 07 от «20» февраля 2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| Введение | 4 |
| 1. ПОДГОТОВКА КУРСОВОГО ПРОЕКТА | 5 |
| 1.1. Выбор темы курсового проекта | 5 |
| 1.2. Руководство курсовым проектом | 5 |
| 1.3. План и график выполнения курсового проекта | 5 |
| 1.4. Написание текста курсового проекта | 6 |
| 1.5. Оформление курсового проекта | 8 |
| 1.6. Защита курсового проекта и критерии его оценки | 11 |
| 2. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ | 12 |
| 3. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ». | 15 |
| 3.1. Учебная литература | 15 |
| 3.2. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 16 |
| Приложение 1 | 18 |

Введение

Курсовой проект является одним из обязательных видов образовательного процесса и имеет большое значение как с точки зрения углубления теоретических знаний, так и формирования навыков учебно-исследовательской работы студента, навыков самостоятельной работы и самостоятельного исследования по одной из актуальных проблем по соответствующей дисциплине.

В соответствии с учебными планами курсовой проект выполняется студентами в течение учебного семестра и выносится на публичную защиту в период зачетной недели предваряющей экзаменационную сессию.

Курсовой проект – это самостоятельная разработка конкретной темы небольшого объема с элементами научного анализа, отражающая приобретенные студентами теоретические знания и практические навыки, умение работать с учебной и монографической литературой, анализировать источники, делать обстоятельные и аргументированные выводы, умения отстаивать свою точку зрения и полученные в работе выводы во время публичной защиты.

Цель курсового проекта:

- закрепить, углубить и расширить теоретические знания студента;
- овладеть навыками самостоятельной работы;
- развить умения формулировки аргументированных выводов и предложений по исследуемой проблеме;
- выработать умения публичной защиты.

Курсовой проект является самостоятельной научно-исследовательской работой студента. Он не должен походить на доклад или реферат по теме. В связи с этим к курсовым проектам применяются следующие требования:

- проект должен быть выполнен на конкретную тему по ранее утвержденному плану;
- для выполнения проекта необходимо изучение современной учебной литературы, монографий и научно-исследовательских статей, опубликованных в ведущих отечественных и (или) зарубежных журналах, опыта деятельности организаций по профилю темы проекта;
- курсовой проект должен свидетельствовать о том, что его автор владеет теоретическими и методическими основами научного исследования;
- курсовой проект должен соответствовать изложенным далее требованиям относительно объема, структуры работы, и в то же время содержать элементы творческого и научно-исследовательского подхода к решению тех или иных вопросов темы;
- оформление курсового проекта должно соответствовать требованиям, изложенным в п.1.5. настоящих рекомендаций.

1. ПОДГОТОВКА КУРСОВОГО ПРОЕКТА

1.1. Выбор темы курсового проекта

Студент имеет право выбрать одну из тем курсовых проектов. Выбор темы осуществляется студентом самостоятельно с учетом научных интересов, актуальности темы, ее практической значимости, наличия литературы и нормативного правового обеспечения. Обучающийся может выбрать тему проекта, как из списка тематики курсовых проектов, предлагаемых кафедрой, так и сформулировать и предложить свою тему с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности с обязательным согласованием у ведущего преподавателя.

1.2. Руководство курсовым проектом

Назначение руководителей курсового проекта осуществляется из числа преподавателей кафедры, за которой закреплена соответствующая дисциплина: профессоров, доцентов, старших преподавателей.

Основными функциями руководителя курсового проекта являются:

- консультирование по вопросам содержания и последовательности выполнения курсового проекта;
- разработка совместно со студентами основных вопросов и направлений, которые рекомендуется раскрыть (данные вопросы являются основой работы, но студент может по своему усмотрению расширить и дополнить их);
- рекомендации студенту в подборе необходимой литературы и материала;
- контроль хода выполнения курсового проекта;
- проверка готовой работы в системе «Антиплагиат» на правомерность заимствования;
- подготовка рецензии на курсовой проект с указанием предварительной оценки.

1.3. План и график выполнения курсового проекта

Существует два возможных варианта плана проекта: простой и развернутый.

Простой план, как правило, включает в себя введение, 3-4 пункта плана (вопроса, раскрывающего тему), заключение и список литературы.

Развернутый план помимо вышеизложенного предполагает выделение подпунктов к каждому пункту плана. При этом если первый пункт (вопрос) плана содержит 2-3 подпункта, то и последующие пункты должны детализироваться соответствующим числом подпунктов.

При составлении плана курсового проекта рекомендуется совместно с преподавателем (руководителем курсового проекта) обсудить основные вопросы и направления, которые необходимо раскрыть в работе.

Следует исходить из того, что правильное составление плана приведет к успешному выполнению проекта и достижению поставленной цели. При разработке плана следует учитывать, что проект должен состоять из трех частей: теоретической (анализ

теоретических основ исследуемой проблемы), аналитической (анализ данных или процессов по исследуемой проблеме с выводами по результатам исследования) и практической (выработка конкретных, обоснованных рекомендаций).

Большое значение для успешного написания курсового проекта имеет строгое соблюдение графика его выполнения. График является вспомогательным организационным документом, определяющим общую последовательность и сроки выполнения проекта, как по этапам, так и в целом.

Таблица 1. График выполнения курсового проекта

| № | Наименование этапа | Сроки выполнения |
|----|---|--------------------------|
| 1. | Выбор темы | 1-3 неделя семестра |
| 2. | Подбор и изучение литературы | 2-3 неделя семестра |
| 3. | Составление окончательного варианта плана работы | 3 неделя семестра |
| 3. | Формирование списка литературы, подбор необходимых данных по проблеме исследования | 4-6 неделя семестра |
| 4. | Изложение основной части курсового проекта, консультации с преподавателем | 6-11 недели семестра |
| 5. | Написание введения и заключения, редактирование основной части работы с учетом замечаний преподавателя. Окончательное оформление работы | 12 неделя семестра |
| 6. | Предоставление готового проекта преподавателю на проверку | 13 неделя семестра |
| 7. | Защита курсового проекта | Зачетная неделя семестра |

1.4. Написание текста курсового проекта

Подготовка к выполнению курсового проекта предполагает подбор материала (в том числе работу с электронной библиотечной системой). Начинать работу следует с учебной литературы, рекомендованной в соответствующей рабочей программе дисциплины и непосредственно преподавателем-руководителем курсового проекта.

При написании курсового проекта материал следует излагать четко и логически последовательно. Все разделы курсового проекта должны быть связаны между собой. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одного раздела к другому, от параграфа к параграфу.

При написании курсового проекта не допускается применение оборотов разговорной речи, сленга и т.п. Курсовой проект не должен иметь грамматических, пунктуационных, стилистических ошибок, опечаток.

Объем курсового проекта составляет 25-30 страниц текста, не включая титульного листа, списка литературы и приложений.

Наиболее распространенная структура курсового проекта выглядит следующим образом:

Введение

Основная часть:

1. Теоретическая часть
2. Аналитическая часть
3. Практическая часть

Заключение

Список литературы

Приложения (визуальная концепция практической части)

Во **введении** дается общая характеристика курсового проекта, обосновывается актуальности выбранной темы, её цель, задачи, объект, предмет и методы исследования, проводится анализ литературы. Цель курсового проекта, как правило, созвучна с его названием. Например: если тема: «Особенности разработки композиционные решения в графическом дизайне», то её **целью** будет выявление особенностей разработки композиционные решения в графическом дизайне. Для достижения цели необходимо определить задачи исследования. Например:

1. Раскрыть сущность разработки композиционного решения в графическом дизайне.
2. Выделить основные этапы разработки композиционного решения в графическом дизайне.
3. Осуществить анализ процесса разработки композиционного решения в графическом дизайне.
4. Выявить особенности процесса композиционного решения в графическом дизайне.

Объект - композиционное решение (не процесс разработки). (Аналогия: объект - стол). **Предметом** будет являться специфика процесса разработки композиционного решения в графическом дизайне 2В. (Аналогия: предмет - особенности технологии изготовления круглого стола).

Основная часть курсового проекта содержит, как правило, две или три главы. Главы могут состоять из параграфов, параграфы на составные части не подразделяются.

Содержание основной части должно соответствовать избранной теме и раскрывать её. Основная часть курсового проекта должна:

- отразить знание рассматриваемой темы;
- соответствовать действующим нормативным правовым актам, регулирующим вопросы по избранной теме;
- не иметь терминологических ошибок;
- содержать расчеты (если требуется), оценку показателей, характеризующих исследуемые процессы (при необходимости);
- отразить умение проводить самостоятельный анализ и выявлять проблемы по избранной теме.

В **первой главе** курсового проекта определяются теоретические аспекты темы: содержание понятий, их классификации, принципы, формы и методы и т. д. При написании теоретической части следует опираться на учебную и научную литературу, а также публикации в научных и периодических изданиях. В данной части необходимо изложить теоретическую основу исследуемой проблемы, рассмотреть различные подходы к ее решению, дать их оценку, изложить и обосновать собственную точку зрения.

Во **второй главе** (аналитическая часть) осуществляется анализ процесса или деятельности объекта исследования, обобщается и дается оценка результатов анализа, формируются выводы и предложения по решению проблемных вопросов в исследуемой области.

Третья глава (практическая часть).

В соответствии с тематикой курсового проекта и задачами дизайн-проектирования в третьей главе выполняются и описываются следующие виды работ (основанные на реальном объекте проектирования):

- анализируются предпроектная ситуация и сам объект проектирования его типологические особенности, определяющие объективные возможности дизайна в сопоставлении с пожеланием заказчика;
- изучаются аналоги дизайна сходных объектов;
- выполняются пробные эскизы вариантов творческого замысла;
- выполняется клаузура;
- формируется основная дизайнерская концепция проекта;
- проводится дизайн-проектирование с установлением необходимого состава изображений, с разработкой конструкций и декоративных решений, колористики;
- разработка эргономических требований к объекту проектирования;
- осуществляется учет особенностей конструкций и материалов при проектировании объекта;
- компоуется визуальный материал на графических листах, с выбором подачи (приложения).

Заключение курсового проекта является его завершающей частью, которая содержит выводы и предложения, полученные в ходе исследования, авторскую оценку работы с точки зрения решения задач, поставленных в курсовом проекте. Объем заключения - 1-2 страницы.

Список литературы должен содержать сведения о нормативных правовых актах, учебных, методических и научных и научно-исследовательских изданиях (на русском и иностранном языках), публикациях в периодической печати, а также базах данных, информационно-справочных системах и Интернет-ресурсах, использованных студентом в ходе выполнения курсового проекта.

Приложения. Авторские проектные предложения студента должны быть визуализированы в виде графических листов с изображениями (планами, развертками и перспективами и т.д.).

1.5. Оформление курсового проекта

Курсовой проект должен быть набран на компьютере в соответствии со следующими требованиями:

- шрифт Times New Roman;
- размер шрифта - 14 pt;
- межстрочный интервал - 1,5;
- поля: слева - 3 см, справа – не более 1,5 см, сверху и снизу - 2 см;
- абзацный отступ – 1,25 см
- выравнивание текста - «по ширине».

Текст каждой главы начинается с новой страницы. Это же правило относится и к

другим основным структурным частям проекта: введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Внутри одной главы параграфы следуют один за другим, не переносятся на новую страницу.

Нумерация страниц текста должна быть сквозной, первой страницей является титульный лист (см. Приложение 1), номер на котором не ставится. На последующих страницах номер проставляется арабскими цифрами **внизу, справа**. Второй лист - Содержание. Формат нумерации страниц - шрифт Times New Roman, размер шрифта – 11.

Все рисунки: диаграммы, схемы, гистограммы, фотографии и т.п. обозначаются «Рис.», таблицы – словом «Таблица», с указанием номера. Нумерация рисунков и таблиц осуществляется последовательно по всему тексту работы. Диаграммы, схемы, гистограммы, графики и т.п. выполняются непосредственно в работе, с применением инструментов Microsoft Office.

Все таблицы и рисунки должны располагаться в рамках полей основного текста.

Заголовок таблицы помещается после слова «Таблица» над соответствующей таблицей с выравниванием «по левому краю» без абзацного отступа, начинается с прописной буквы и выделяется курсивом. Подчеркивать заголовки не следует. Точка в конце заголовка не ставится. Таблицу рекомендуется помещать после первого упоминания о ней в тексте.

Названия верхней строки таблицы должны находиться на одной странице с таблицей. При переносе части таблицы на следующую страницу необходимо указать «Продолжение Таблицы (номер таблицы)» с выравниванием по правой стороне. Шрифт текста в таблице должен быть Times New Roman, размер - 12 pt, межстрочный интервал – 1 или 1,15.

Образец оформления таблицы:

Таблица 1. *Основные цели коммуникационных стратегий*

| Цель | Содержание |
|------------------|--|
| Конвенциональная | Четкое позиционирование товара, формирование восприятия бренда целевой аудиторией, разработка коммерческого предложения в соответствии с профилем и потребностями целевой аудитории. |
| Конфликтная | Содействие устранению разногласий между товаром, брендом и целевой аудиторией, нейтрализация негатива |
| Манипуляционная | Управление сознанием потребителей с целью повышения приверженности и лояльности клиентов товарам определенного бренда. |
| Информационная | повышение узнаваемости бренда, информированности целевой аудитории о товаре, донесение сообщений до определенных групп потребителей |

Заголовок рисунка помещается сразу после слова «Рис.» под соответствующим рисунком с выравниванием «по левому краю» без абзацного отступа, начинается с прописной буквы и выделяется курсивом. Шрифт текста в рисунке (диаграммы, схемы, графика) - Times New Roman, его допускается уменьшать до - 12 pt, одинарный интервал.

Образец оформления рисунков



Рис.1. Айдентика бренда Wella Spirit of Africa

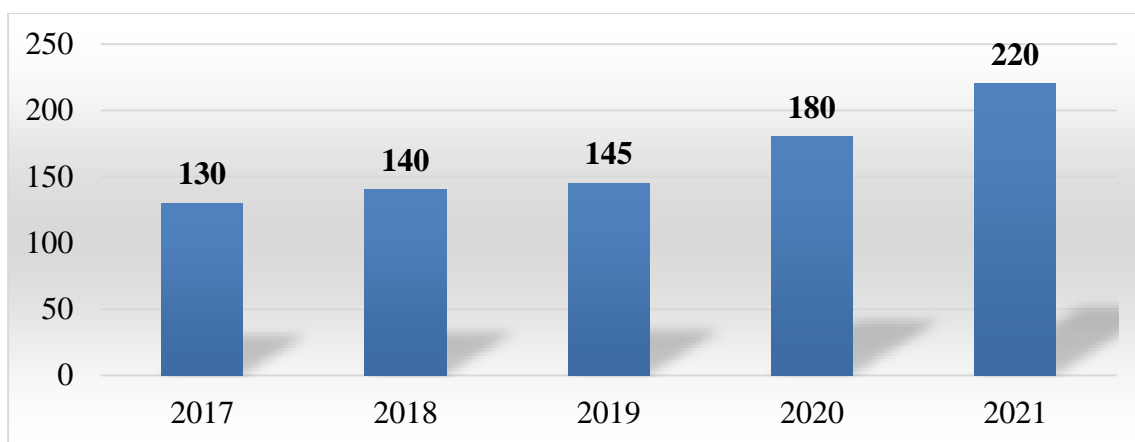


Рис. 2. Показатели выручки компании OCS за 2017-2021 гг., млрд. руб.

Если рисунок заимствован из учебника, монографии или научной статьи, то есть не является авторским, то ссылка на источник обязательна. В данном случае в квадратных скобках указан номер из списка литературы, под которым стоит название источника, и номер страницы, где приведен рисунок.



Рис. 3. Модель эффективного планирования SOSTAC. Шаг 3 - Strategy [8, с.12]

Ссылки на используемую литературу

В курсовом проекте необходимо делать ссылки на использованную литературу и источники. При написании текста работы используется затекстовая ссылка. Она размещается в конце цитируемого или излагаемого материала другого автора, оформляется в квадратных скобках. Первая цифра указывает на порядковый номер издания в списке литературы, вторая цифра на номер страницы (или их диапазон), например: [23, с.50], [23, с.50-53].

Общие правила цитирования

Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания. Цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента и без искажения смысла. Пропуск второстепенных слов, не влияющих на смысл, обозначается многоточием. Не следует злоупотреблять цитатами. Оптимальное количество цитат в тексте – не более двух на странице. Каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, откуда она была позаимствована.

Список литературы

Используемые источники располагаются в следующем порядке **с использованием сквозной нумерации**:

- нормативные правовые акты (в порядке значимости),
- научная и учебная литература (в алфавитном порядке по фамилии первых авторов или заглавий изданий (если автор не указан));
- источники на иностранных языках (указывается в латинском алфавите и размещается после перечня литературы на русском языке);
- ресурсы Интернет.

Примеры оформления списка литературы

Оформление нормативно-правовых актов

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) Федеральный закон принят 30.11.1994 года № 51 - ФЗ (ред. от 30.12.2015) // Российская газета. - №2 от 12.01.2016.

Оформление книг

одного, двух или трех авторов:

1. Синяева И.М. Маркетинг торговли: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2015. – 750с.

2. Чернопятов А.М. Маркетинг: учебник: / А.М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 439 с.

более трех, авторов:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова [и др.]; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва: Дашков и К, 2018. – 446 с.

При оформлении **электронной книги**, пользуются теми же правилами что и для оформления книг, но с указанием **режима доступа, ссылкой на источник и датой обращения**.

1. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А.Н. Фомичев. – Москва: Дашков и К, 2018. – 468 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496068> (дата обращения: 16.01.2019). – Текст: электронный.

Оформление статей из журналов / газет

1. Варламова Т.П. Ипотечное кредитование в России: история и современное состояние / Т.П. Варламова // Поволжский торгово-экономический журнал. - 2014. - № 5 (39). - С. 42-50.

Оформление электронных источников (ресурсов).

1. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. - 1995-2019. - URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.02.2019).

Приложения к курсовому проекту располагаются после списка литературы. В тексте необходимо дать ссылки на приложения. Приложения должны быть пронумерованы в той последовательности, в которой на них дается ссылка в основной части курсового проекта. Порядковые номера приложений должны соответствовать последовательности их упоминания в тексте. Слово *«Приложение»*, с указанием соответствующей нумерации, располагается в правом верхнем углу с выравниванием «по правому краю». В приложения можно включать первичный исследовательский материал: анкеты, статистические данные, формы договоров, копии конкретных соглашений, исполнительных документов, расчеты, таблицы, рисунки и другие вспомогательные материалы. Их наличие и качество свидетельствуют о глубине проработки материала по избранной теме, а также являются подтверждением обоснованности выводов и предложений.

Нумерация страниц приложений не производится. Количество страниц в приложениях не входит в общий объем страниц курсового проекта.

Оформленный курсовой проект предоставляется преподавателю для проверки. В случае если есть существенные замечания, проект возвращается студенту на доработку. Если замечания не значительные, проект может быть допущен к защите с учетом замечаний. В этом случае студент приходит на защиту с правом ответить на замечания во время защиты и прилагает (в случае если это необходимо) дополнительные документы и текстовые страницы, которые вкладываются в проект.

1.6. Защита курсового проекта и критерии его оценки

Окончательная оценка за курсовой проект выставляется по результатам его защиты, в ходе которой студент должен продемонстрировать углубленное понимание вопросов темы, готовность объяснить любые приведенные в тексте положения.

Защита курсового проекта проводится публично в присутствии группы. Студент

выступает с кратким выступлением о результатах работы (не более 5 мин.), после чего присутствующие (студенты, руководитель курсового проекта и (или) комиссия) в устной форме задают вопросы. При ответах на вопросы студент может пользоваться своим курсовым проектом. Автор отвечает на замечания руководителя курсового проекта и присутствующих студентов, высказанные в ходе обсуждения проблемы.

При оценивании проекта учитывают: содержание и качество защиты; грамотность и стиль изложения; самостоятельность работы; оригинальность; знание понятий и категорий по теме исследования; логику и полноту ответов на заданные вопросы; соответствие оформления курсового проекта установленным требованиям.

Оценку «отлично» получают проекты, содержащие элементы научно-исследовательского творчества, аргументированные оценки и самостоятельный анализ фактического материала на основе глубокого знания литературы по представляемой теме. Исследование выполнено самостоятельно, имеет научно-практический характер, содержит элементы новизны. Студент показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы. Материал излагается грамотно, логично, последовательно. Оформление отвечает требованиям написания курсового проекта. Во время защиты студент показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, адекватно ответить на поставленные вопросы.

Оценка «хорошо» ставится в случае, если исследование выполнено самостоятельно, имеет научно-практический характер, содержит элементы новизны. Студент показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, однако умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщения и выводы вызывают у него затруднения. Материал не всегда излагается логично, последовательно. Имеются недочеты в оформлении курсового проекта. Во время защиты студент показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, однако затруднялся отвечать на поставленные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» ставится в том случае, если исследование не содержит элементы новизны. Студент не в полной мере владеет теоретическим материалом по рассматриваемой проблеме, умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы вызывают у него затруднения. Материал не всегда излагается логично, последовательно. Имеются недочеты в оформлении курсового проекта. Во время защиты студент затрудняется в представлении результатов исследования и ответах на поставленные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» ставится в том случае, если студент не отвечает на замечания преподавателя, не владеет материалом представленного к защите проекта, не может объяснить содержащиеся в нем выводы.

Студенты, не представившие курсовой проект в срок или не получившие положительную оценку при его защите, к экзамену по данной учебной дисциплине не допускаются.

2. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ

1. Разработка фирменного стиля предприятия на примере.....
2. Разработка фирменного стиля продукта (услуги) на примере....
3. Разработка корпоративного имиджа для предприятия на примере....

4. Разработка рекламной кампании предприятия на примере...
5. Разработка рекламной кампании продукта (услуги) на примере....
6. Разработка декоративного решения интерьера общественного назначения (роспись, фрески, мозаика, витраж и т.д.) на примере.....
7. Проектирование графической системы навигации на примере.....
8. Фотостиль как инструмент создания эмоциональной составляющей в визуальных коммуникациях бренда на примере.....
9. Проектирование архитектурной среды территории на примере....
10. Разработка ребрендинга (продукции, услуг) на примере
11. Визуальное решение фирменного стиля спортивного бренда
12. Визуальное решение фирменного стиля бренда сельскохозяйственного предприятия
13. Визуальное решение фирменного стиля бренда товаров повседневного спроса
14. Визуальное решение фирменного стиля бренда предприятий общественного питания
15. Визуальное решение системы навигации производственных и промышленных объектов
16. Визуальное решение системы навигации спортивных сооружений
17. Визуальное решение системы навигации станций метро
18. Визуальное решение системы навигации торговых центров
19. Разработка линейки упаковок продуктов потребительского бренда
20. Разработка линейки упаковок товаров (продуктов) на примере.....

3. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

3.1. Учебная литература

1. Управление проектами : учебник : [16+] / под ред. Н.М. Филимоновой, Н.В. Моргуновой, Н.В. Родионовой. – Москва : ИНФРА-М, 2018. – 347 с. : ил., табл. – (Высшее образование - бакалавриат). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611356>
2. Буликов, С.Н. Технология блокчейн в финансировании проектов: учебник-презентация : [16+] / С.Н. Буликов, А.А. Киселев, В.Д. Сухов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 114 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577851>
3. Управление инновационной деятельностью : учебник / Т.А. Искяндерова, Н.А. Каменских, Д.В. Кузнецов и др. ; под ред. Т.А. Искяндеровой ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва : Прометей, 2018. – 354 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494876>
4. Инновационный проект и управление работами по его реализации : учебное пособие : [16+] / В.Г. Шафиров, И.В. Васильева, Н.С. Сердюк, Е.Е. Можаяев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 117 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564331>
5. Алексеев, А.Г. Проектирование: предметный дизайн : [16+] / А.Г. Алексеев ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный

- институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2017. – 95 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487646>
6. Вязникова, Е.А. Дизайн-проектирование: средовой объект дизайна : [16+] / Е.А. Вязникова, В.С. Крохалев, В.А. Курочкин ; Уральский государственный архитектурно-художественный университет (УрГАХУ). – Екатеринбург : Архитектон, 2017. – 55 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482031>
7. Лёвкина (Вылегжанина), А.О. Информационно-технологическое и программное обеспечение управления проектом : учебное пособие / А.О. Лёвкина (Вылегжанина). – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 429 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=362892>

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

1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. Window.edu.ru – единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://www.cfin.ru/rubricator.shtml> - база данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент
4. <https://uisrussia.msu.ru/> - база данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
5. www.consultant.ru – справочно-правовая система Консультант Плюс
6. <https://hbr-russia.ru/liderstvo/lidery> - информационно-аналитические статьи, посвященные лидерству журнала «Harvard Business Review» (издаётся с 1922 года Гарвардской школой бизнеса) - ежемесячного научно-популярного журнала, посвящённого различным вопросам управления бизнесом
7. <http://www.gd.ru/> – сайт журнала «Генеральный директор»
8. <http://www.uptp.ru/> – сайт журнала «Проблемы теории и практики управления»
9. <http://www.pmtoday.ru/> - ресурс посвящен теме управления проектами
10. <http://xn--90agcbaccgim.xn--p1ai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»
11. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брендах. Она содержит данные от более чем 650 000 потребителей и специалистов в 31 стране. Сравнивает более 23 000 брендов. База данных используется для оценки бренда, и каждый год, начиная с 2006 года, используется для создания списка из 100 лучших мировых брендов.
12. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).
13. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле, объединение экспертов в области маркетинговых коммуникаций, специализирующихся по стимулированию сбыта и оформлению мест продаж
14. abduzeedo.com - сайт про логотипы и дизайн с подробными объяснениями.
15. davidairey.com - сайт дизайнера Дэвида Эйрея (David Airey). Здесь он делится своим опытом в сфере графического и лого-дизайна.

16. behance.net - сайт, собравший в себе портфолио художников, дизайнеров и людей искусства со всего мира.
17. designiskinky.net - австралийский сайт о дизайне. Сфокусирован только на новостях дизайна.
18. bittbox.com - сайт, посвященный всем дизайнерским нуждам. Текстуры, кисти, узоры, а также консультация всех желающих.
19. youthdesigner.com - сайт разнообразных статей о графическом дизайне.
20. designyoutrust.com - ежедневный дизайнерский журнал, публикующий статьи о новых направлениях в дизайне, новости и события, отличные дизайнерские портфолио и выборочные, тщательно отсортированные дизайнерские проекты со всего мира.
21. logopond.com - сайт примеров логотипов.
22. bangbangstudio.ru - российский сайт для иллюстраторов с интересными работами.
23. logodesignlove.com - сайт, сфокусированный только на логотипах. Регулярные новости и ресурсы.
24. <https://www.bluevertigo.com.ar/> - здесь собраны ссылки на все крупные фотобанки интернета.
25. <https://ru.freeimages.com/> - один из самых крупных, любимых и бесплатных фотобанков интернета. Хороший выбор изображений любого качества и тематики.
26. dafont.com - более 11 000 шрифтов на любой вкус.
27. colourlovers.com - один из самых крупных ресурсов с огромной коллекцией цветовых сочетаний, которые можно сохранить в любом удобном формате.

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль): Коммуникационный дизайн

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

по дисциплине: Проектирование в коммуникационном дизайне

на тему: «**Разработка рекламной кампании с мировым**

географическим охватом для»

(указать компанию по своему брифу)

Выполнил(а):

студентка 3 курса

очной формы обучения

Иванова Любовь Сергеевна

Проверил:

член Союза дизайнеров России

Кельми Талли

Москва, 2024