Приложение 5

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Кафедра дизайна и изобразительного искусства

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Т. М. Кожевникова
«17» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.О.6 Дизайн-проектирование

Направление подготовки/специальность: 54.04.01 - Дизайн

Профиль/направленность/специализация: Современные технологии графического дизайна

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2026

Тамбов, 2026

Авторы программы:
доцент Черемисин Владимир Владимирович
Перуновская Ирина Николаевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 54.04.01 - Дизайн (уровень магистратуры) (приказ Министерства науки и высшего образования РФ от «13» августа 2020 г. № 1004).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры дизайна и изобразительного искусства «16» июня 2026 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий, Протокол от «17» июня 2026 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины…… 4

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры…… 6

3. Объем и содержание дисциплины…… 6

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 15

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 40

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 42

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 43

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-3 Способен разрабатывать концептуальную проектную идею; синтезировать набор возможных решений и научно обосновать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, среда, полиграфия, товары народного потребления); выдвигать и реализовывать креативные идеи

ОПК-4 Способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу

ПК-4 Способность осуществлять разработку и реализацию дизайн-проектов на основе современных технологий

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский
- проектный
- художественно-творческий

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сферах: 04 Культура, искусство (в сферах: дизайна; изобразительного искусства; культурно-просветительской и художественно-творческой деятельности), 10 Архитектура, проектирование, геодезия, топография и дизайн (в сфере дизайна), 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере дизайна), 40 Сквозные виды профессиональной деятельности (в сфере дизайна)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
- С Разработка систем визуальной информации, идентификации и коммуникации - С/03.7 Концептуальная и художественно-техническая разработка дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации - С/04.7 Авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-4 Способность осуществлять разработку и реализацию дизайн-проектов на основе современных технологий	Разрабатывает и обосновывает проектные идеи, составляет подробную спецификацию требований к проекту и реализовывает проектную идею на основе современных технологий

	ОПК-3 Способен разрабатывать концептуальную проектную идею; синтезировать набор возможных решений и научно обосновать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, среда, полиграфия, товары народного потребления); выдвигать и реализовывать креативные идеи	Разрабатывает концептуальную проектную идею, владеет набором возможных решений и научно обосновывает свои предложения при проектировании дизайн – объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека
	ОПК-4 Способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу	Использует в профессиональной деятельности организаторские навыки для проведения и организации выставок, участия конкурсах и фестивалях, разрабатывать и реализовать инновационные художественно-творческие мероприятия, проявляет творческую инициативу

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-3 Способен разрабатывать концептуальную проектную идею; синтезировать набор возможных решений и научно обосновать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, среда, полиграфия, товары народного потребления); выдвигать и реализовывать креативные идеи

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения	
		Очно-заочная (семестр)	
		2	4
1	Информационные технологии в профессиональной деятельности	+	

2	Проектная практика		+

ОПК-4 Способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения
		Очно-заочная (семестр)
		4
1	Проектная практика	+

ПК-4 Способность осуществлять разработку и реализацию дизайн-проектов на основе современных технологий

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения		
		Очно-заочная (семестр)		
		3	4	5
1	Компьютерные технологии в дизайне		+	
2	Преддипломная практика			+
3	Проектная практика		+	
4	Теория в полиграфии	+		
5	Типографика	+		

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Дизайн-проектирование» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 54.04.01 - Дизайн.

Дисциплина «Дизайн-проектирование» изучается в 2, 3 семестрах.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 9 з.е.

Очно-заочная: 9 з.е.

Вид учебной работы	Очно-заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	**324**
Контактная работа	36
Практические (Практ. раб.)	36
Самостоятельная работа (СР)	252
Экзамен	36
Зачет	-

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.		Формы текущего контроля
		Практ. раб.	СР	
		О-З	О-З	
2 семестр				
1	Основы работы с растровой и векторной графикой в дизайн-проектах	2	18	Презентация; Практическая работа
2	Специфика разработки фирменного стиля для компании или учреждения	2	18	Практическая работа ; Тестирование
3	Размещение элементов фирменного стиля на различных носителях	2	18	Практическая работа
4	Организация рекламно-информационного пространства средствами графического дизайна	2	18	Презентация
5	Особенности дизайн-проектирования упаковочной продукции в условиях современного производства	2	18	Практическая работа
6	Организация рекламно-информационного пространства средствами графического дизайна	2	18	Практическая работа
7	Подготовка дизайн-проекта в полиграфии для типографии полного цикла	2	18	Тестирование; Практическая работа

8	Особенности дизайн-проектирования сувенирной и рекламной печатной продукции	2	18	Практическая работа
9	Подготовка дизайн-проекта для событийного мероприятия	2	18	Тестирование; Комиссионный просмотр аудиторных практических работ
3 семестр				
10	Особенности проектирования мультимедийных продуктов	2	8	Презентация
11	Проектирование информационных электронных ресурсов	2	8	Практическая работа
12	Основные положения и приемы проектирования в современном web-дизайне	2	8	Тестирование
13	Основы проектирования анимационных продуктов	2	8	Практическая работа
14	Основы мультипликации. Создание образов средствами графического дизайна	2	8	Практическая работа
15	Основы проектирования рекламных и информационных роликов	2	8	Практическая работа
16	Основы дизайна и верстки печатных изданий	2	16	Практическая работа
17	Проектирование периодических печатных изданий	2	16	Тестирование; Практическая работа
18	Проектирование многостраничных печатных изданий с иллюстрациями	2	10	Комиссионный просмотр аудиторных практических работ

Тема 1. Основы работы с растровой и векторной графикой в дизайн-проектах (ОПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Проектная деятельность дизайнера и ее отличие от деятельности художника и инженера: дизайн проектирует не столько вещи, сколько потребности людей в осуществлении деятельности, т.е. саму деятельность. Дизайн-проектирование связано с согласованием основных составляющих изделия – функция, конструкция, технологичность, форма, конкурентоспособность, – которые отражаются в проекте не как самостоятельные категории, но как единое, целостное содержание вещи. Поиск новых форм диктуется не идеальным воображением художника, а различными сторонами дизайнерской деятельности: 1. Дизайнер моделирует все возможные ситуации потребления дизайн-продукта, выявляя таким образом его потребительские свойства; 2. Реальная форма изделия, с одной стороны, организуется в соответствии с функцией продукта; с другой – в соответствии с конструктивной схемой и внутренним содержимым; 3. Изделие воплощается в конкретном материале в ходе конкретного процесса производства, поэтому форма дизайн-продукта одновременно подчиняется определенной технологии, которая должна обеспечить надлежащий уровень изготовления; 4.Изделие оказывается на рынке, где ему предстоит заявить о своей индивидуальности, способной конкурировать с себе подобными, дизайнеру необходимо хорошо ориентироваться в рыночной ситуации и оказаться впереди лидеров стиля и потребительских свойств. Возникновение новых форм в графическом дизайне, взаимодействие систем: новая форма-традиция, новая форма – конструкция, новая форма – технология, новая форма и ее соответствие выполняемой функции; новая форма – стиль.

1. Составление подробного плана действий дизайнера по дизайн-проекту.
2. Поиск новых форм упаковки продукта с помощью научных эвристических методов.
3. Исследование конкурентной среды в рамках дизайн-проекта
4. Проведение стуктурного анализа аналогичной продукции

Задания для самостоятельной работы.

1. Выполнение конкретного дизайн-проекта в соответствии с заявленным планом.
2. Исследование конкурентной среды в рамках по выбранной теме дизайн-проекта
3. Проведение стуктурного анализа аналогичной продукции по сходной тематике с выбранной темой дизайн-проекта

Тема 2. Специфика разработки фирменного стиля для компании или учреждения (ПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Фирменный стиль и его значение для успешного позиционирование предприятия или организации в современном обществе. Понятие идентификации бренда. Брендирование и тренды в современном информационном пространстве. Назначение брендбука. Общие требование к составлению и оформлению брендбука организации.

1. На основе художественно графического анализа стилей шрифтов разработать логотип торговой фирмы. На начальном этапе проектирования проводится исследовательская работа по анализу знаков известных брендов.

2. Создание портфолио формата А4, где представлены элементы фирменного стиля: знак–логотип, плакат, оформление средового объекта, и пояснительная записка.

3. На основе художественно графического анализа стилей шрифтов разработать логотип торговой фирмы.

Задания для самостоятельной работы.

1. Разработка логотипа или товарного знака по выбранной теме
2. Разработка фирменного шрифта
3. Разработка брэндбука для организации

Тема 3. Размещение элементов фирменного стиля на различных носителях (ОПК-3)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Носители фирменного стиля. Понятие логотипа, общие требования к созданию логотипов и торговых марок. Размещение элементов фирменного стиля на различных носителях. Организация рекламно-информационного пространства с использованием атрибутов фирменного стиля. Фирменная сувенирная продукция. Элементы фирменного стиля - товарный знак, логотип, упаковка и др. в условиях ребрендинга фирмы.

1. Размещение элементов фирменного стиля на различных носителях
2. Организация рекламно-информационного пространства с использованием атрибутов фирменного стиля
3. Разработка и изменение элементов фирменного стиля - товарного знака, логотипа, фирменного шрифта в условиях ребрендинга фирмы

Задания для самостоятельной работы.

1. Организация рекламно-информационного пространства с использованием атрибутов фирменного стиля.
2. Разработка фирменной сувенирной продукции.

Тема 4. Организация рекламно-информационного пространства средствами графического дизайна (ОПК-3)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Городская среда как сложное структурированное пространство. Разработка графического образа общественного или коммерческого центра. Графическая разработка серии фестивального плаката для общественного мероприятия или праздника или календаря.

Изучить (обозначить) направление деятельности фирмы. Разработать фирменный знак (логотип), соответствующий данной фирме. Итогом работы является выполнение «Брендбука», отвечающего всем требованиям айдентики фирменного стиля и специфике работы предприятия. Графический дизайн на рекламных носителях (транспорт, интерьер, городская среда).

1. На основе художественно графического анализа стилей разработать вывеску компании в условиях среды исторической части города
2. Разработка плаката для фестиваля «Студенческая весна»
3. Разработка брендбука в условиях ребрендинга известной компании

Задания для самостоятельной работы.

1. Разработка рекламного фирменного плаката
2. Разработка рекламно-информационного буклета
3. Разработка фирменного брендбука

Тема 5. Особенности дизайн-проектирования упаковочной продукции в условиях современного производства (ПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Дизайн-проект упаковки товара - графическое воплощение креативного художественного образа товара, построенного на основе исследования эмоционального восприятия продукта потребителем, классификации целевой аудитории.

1. Проект выполняется индивидуально каждым студентом на планшете 600х800мм, сопровождается макетом упаковки в масштабе 1:1 и пояснительной запиской 20-30 стр.

Задания для самостоятельной работы.

1. Изучение целевой аудитории, составление портрета потенциального потребителя
2. Изучение понятия «атомарный дизайн» и его применение в создании упаковочной продукции.

Тема 6. Организация рекламно-информационного пространства средствами графического дизайна (ОПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Понятие выставочной среды. Выставочная среда как единое целое в процессе ее организации и проведении. Средства графического дизайна в выставочной среде: разработка выставочных плакатов и атрибутики. Дизайн выставочного пространства как единая визуальная система, включающую в себя: конструкторскую, стилистическую и эмоциональную составляющую.Современные тенденции в оформлении выставки. Применение на практике средств графического дизайна в выставочной среде. Фирменный стиль выставки. Нарушение пропорций Предметная метафора как экспозиционный прием. Антропоморфные аналогии, приемы масштабного несоответствия в изображении человека.

1. Дизайн выставочного пространства ярмарки
2. Средства графического дизайна в выставочной среде: разработка выставочных плакатов и атрибутики для персональной художественной выставки

Задания для самостоятельной работы.

1. Выполнить макеты атрибутов оформления выставки в материале
2. Разработать фирменный стиль для выставки современного искусства (направление поп-арт)

Тема 7. Подготовка дизайн-проекта в полиграфии для типографии полного цикла (ОПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Роль дизайнера и рабочие функции в типографиях полного цикла. Обзор современного полиграфического оборудования. Производственный цикл. Алгоритм работы по производству различных видов полиграфической продукции. Выход издания в тираж, роль дизайнера в подготовке изделия к тиражу. Работа с заказчиками. Виды полиграфическоой продукции. Общие требования для сдачи макетов-оригиналов в набор.

1. Разработка дизайна календаря
2. Разработка дизайна плаката
3. Разработка дизайна каталога
4. Разработка дизайна журнала

Задания для самостоятельной работы.

1. Разработка дизайна книги, верстка макета книжного издания
2. Подготовка технической документации на проект и печать сигнального варианта макета

Тема 8. Особенности дизайн-проектирования сувенирной и рекламной печатной продукции (ОПК-3)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Виды сувенирной продукции. Способы печати изображений на различных видах сувенирной продукции. Краски и материалы для печати на различных поверхностях.

Задания для самостоятельной работы.

Разработка сувенирной продукции.

Тема 9. Подготовка дизайн-проекта для событийного мероприятия (ОПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

провести предпроектное исследование: определить целевую аудиторию, цели и формат мероприятия, изучить контекст площадки и ограничения;

сформировать дизайн-концепцию, отражающую тематику и эмоциональный посыл события, с опорой на ассоциативный ряд, семантику и культурные коды;

спроектировать систему визуальных коммуникаций (айдентику мероприятия): логотип/знак, цветовую палитру, типографику, базовые графические элементы;

разработать набор носителей фирменного стиля для события: афиши, приглашения, баннеры, навигационные элементы, бейджи, мерч, цифровые материалы;

предложить объёмно-пространственное решение (при необходимости): эскизы оформления площадки, зонирование, размещение конструкций, световые акценты;

обосновать проектные решения с точки зрения эргономики, доступности, технологических возможностей производства и бюджета

Задания для самостоятельной работы.

подготовить комплект материалов для презентации проекта и последующей реализации

Тема 10. Особенности проектирования мультимедийных продуктов (ПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Основная идея и задача проектируемых электронных ресурсов: интерфейсов мобильных приложений, сайтов, электронных учебных пособий, электронных версий журналов и пр. Определение цели и назначения ресурса, его структуры – основные информационные блоки и их взаимодействие. Исследования интернет-среды по проекту. Эскизирование – создание прототипа, визуальный сценарий, определение информационого содержания и наполнения электронного ресурса. Обработка графического контента электронного ресурса. Определение окончательной навигации. Выбор шрифта, композиции, цвета, определение модульной сетки. Этапы технической реализации. Дизайн электронного ресурса, интеграция верстки в систему навигации. Публикация электронного ресурса

1. Разработка интерфейса мобильного приложения
2. Разработка электронного учебного пособия

Задания для самостоятельной работы.

1. Сбор и обработка материала дизайн-проекта, выбор модульной сетки
2. Разработка дизайна и системы навигации электронного ресурса

Тема 11. Проектирование информационных электронных ресурсов (ПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Типы и виды мультимедийных презентаций. Программное обеспечение для разработки презентаций. Этапы разработки мультимедийной презентации. Форматы сохранения и подготовка к показу на различных носителях. Разработка презентации для магистерской диссертации по выбранной теме.

1. Изучение типов и видов презентаций на примерах
2. Разработка дизайна классической слайдовой презентации
3. Разработка дизайна и сценария мультимедийной презентации

Задания для самостоятельной работы.

1. Разработка слайдовой презентации по теме курсовой работы
2. Разработка мультимедийной презентации по теме диссертационного исследования

Тема 12. Основные положения и приемы проектирования в современном web-дизайне (ОПК-3)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Разделение этапов при выполнении работ в web-дизайне. Правила юзабилити. Дизайн интернет-среды в качестве рабочего инструмента для успешного маркетинга. Этапы разработки проектов в web-дизайне. Основные тренды и пути развития в web-дизайне. Успешные проекты и способы получения и сдачи заказов в web-дизайне. Применение «атомарного дизайна» web-дизайне. Понятия UXи UI в web-дизайне как ключевые в выборе дизайн-решений по проекту.

1. Разработка интерфейса сайта-визитки
2. Разработка прототипа сайта-визитки

Задания для самостоятельной работы.

1. Разработка дизайн-макета сайта

Тема 13. Основы проектирования анимационных продуктов (ОПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Понятие анимации и состав анимационного документа. Программное обеспечение для создания анимационного продукта. Выбор программ для проектирования анимационного документа. Отработка сценария. Создание элементов анимационного продукта. Этапы проектирования анимационного продукта.

1. Разработка Flash-ролика в виде слайд-шоу
2. Разработка анимации Flash-Zoom (увеличение масштаба). Расположение картинок и изображений по типу «матрешки» со множеством вложений.

Задания для самостоятельной работы.

1. Разработка Flash-открытки
2. Разработка видеопрезентации

Тема 14. Основы мультипликации. Создание образов средствами графического дизайна (ПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Виды анимации по способу создания. Покадровая анимация. Автоматическая анимация. Программная анимация. Состав анимационного документа (фильма). Объекты анимационного документа. Виды кадров. Зарисовка ключевых кадров. Плавность перехода от одного кадра к другому, плавность и естественность движений персонажей в зависимости от изменений последующего кадра от предыдущего.

1. Создание персонажа мультфильма средствами векторной графики
2. Создание движений персонажа и сцены, зарисовка ключевых кадров

Задания для самостоятельной работы.

1. Создание мини мультфильма

Тема 15. Основы проектирования рекламных и информационных роликов (ПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Художественно-образное моделирование с помощью средств компьютерной графики. Разработка сценария. Создание персонажей ролика. Создание и зарисовка ключевых кадров ролика. Разработка графических образов и фаз движения персонажей, траекторий их перемещения по сцене. Оформление сцены. Использование образцов символов из библиотеки. Создание слоев. Объединение на одной временной диаграмме нескольких объектов и слоев. Вставка звука. Предварительный просмотр ролика. Внесение изменений, сохранение в формате показа на различных носителях.

1. Разработка сценария. Создание персонажей ролика
2. Создание и зарисовка ключевых кадров ролика.
3. Оформление сцены

Задания для самостоятельной работы.

1. Разработка графических образов и фаз движения персонажей, траекторий их перемещения по сцене

Тема 16. Основы дизайна и верстки печатных изданий (ОПК-3)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

PagePlusStarterEdition продукт для начинающих издательств и небольших организаций - упрощенная версия PagePlus X8, создание брошюр, листовок, объявлений и информационных бюллетеней, базовый набор форм: складывающиеся листовки, визитки, формы писем, отсутствиесозданиярdf; Scribus мульти-платформенное приложение для создания макетов с поддержкой CMYK цветов, разделителей, управление ICC цветопрофилями, создание pdf. Процедура верстки макета, импорт и экспорт данных из пакета OpenOffice.

1. Изучение работы бесплатных приложений по верстке буклетов, брошюр и листовок на примере одной выбранной из списка
2. Изучение работы профессиональных приложений для верстки многостраничных изданий на примере QuarkXPress или Publisher

Задания для самостоятельной работы.

1. Изучение верстки и технологии создания макета книги с иллюстрациями на примере PageMaker

Тема 17. Проектирование периодических печатных изданий (ОПК-3)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Программы профессиональной верстки InDesign издательское программное обеспечение для создания многостраничных документов - книг, журналов, презентаций . Использование одинаковых настроек цвета и согласованное отображение графики в программах InDesign, Photoshop, Illustrator и Acrobat. PageMaker, InDesign и XPress при работе с иллюстрациями, акцидентной (рекламной и др.), журнальной, книжной верстке.

1. Выполнить основные настройки программы для работы над многостраничным макетом брошюры
2. Использование шаблонов документов для макета
3. Работа палитрой инструментов, выбор цвета и режима отображения

Задания для самостоятельной работы.

1. Верстка макета брошюры по образцу
2. Верстка страницы журнала по образцу

Тема 18. Проектирование многостраничных печатных изданий с иллюстрациями (ОПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

Назначение, свойства и использование страниц-шаблонов. Палитра Pages. Дополнительные страницы-шаблоны. Применение страниц-шаблонов к отдельным страницам публикации. Редактирование и переопределение страниц-шаблонов Иерархия шаблонов Редактирование объектов страницы-шаблона со страницы документа.Удаление шаблонов. Добавление, перемещение и удаление страниц и автоматическая нумерация страниц Копирование страниц между документами. Разделение публикации на разделы Многостраничные развороты. Текстовый фрейм на странице-шаблоне

1. Работа с шаблонами
2. Работа со слоями Нумерация страниц и разделов
3. Создание сносок оглавления

Задания для самостоятельной работы.

1. Разработка книжного макета с иллюстрациями

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

Балльно-рейтинговые мероприятия не предусмотрены

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Комиссионный
просмотр
аудиторных
практических работ

Тема 9. Подготовка дизайн-проекта для событийного мероприятия

Шкала оценивания практических работ на просмотре:

5 баллов – выполнен полный объем практических заданий, работы соответствуют высокому уровню всех критериев оценивания практических работ.

3-4 баллов – выполнен полный объем практических заданий, но в работах имеются недостатки и допущены незначительные ошибки.

2 балла – выполнен неполный объем практических заданий, в работах имеются недостатки и ошибки.

0-1 баллов - выполнен неполный объем практических заданий, в работах имеются значительные недостатки и грубые ошибки, задания выполнены неаккуратно.

Практическая
работа

Тема 1. Основы работы с растровой и векторной графикой в дизайн-проектах

1. Составление подробного плана действий дизайнера по дизайн-проекту.
2. Поиск новых форм упаковки продукта с помощью научных эвристических методов.
3. Исследование конкурентной среды в рамках дизайн-проекта
4. Проведение стуктурного анализа аналогичной продукции

Тема 2. Специфика разработки фирменного стиля для компании или учреждения

1. Составление подробного плана действий дизайнера по дизайн-проекту.
2. Поиск новых форм упаковки продукта с помощью научных эвристических методов.
3. Исследование конкурентной среды в рамках дизайн-проекта
4. Проведение стуктурного анализа аналогичной продукции

Тема 3. Размещение элементов фирменного стиля на различных носителях

1. Разработка логотипа или товарного знака по выбранной теме
2. Разработка фирменного шрифта
3. Разработка брэндбука для организации

Тема 5. Особенности дизайн-проектирования упаковочной продукции в условиях современного производства

1. Проект выполняется индивидуально каждым студентом на планшете 600х800мм, сопровождается макетом упаковки в масштабе 1:1 и пояснительной запиской 20-30 стр.

Тема 6. Организация рекламно-информационного пространства средствами графического дизайна

1. Дизайн выставочного пространства ярмарки
2. Средства графического дизайна в выставочной среде: разработка выставочных плакатов и атрибутики для персональной художественной выставки

Тема 7. Подготовка дизайн-проекта в полиграфии для типографии полного цикла

1. Разработка дизайна календаря
2. Разработка дизайна плаката
3. Разработка дизайна каталога
4. Разработка дизайна журнала

Тема 11. Проектирование информационных электронных ресурсов

Разработка дизайна и сценария мультимедийной презентации

Тема 14. Основы мультипликации. Создание образов средствами графического дизайна

Создание мини мультфильма

Тема 15. Основы проектирования рекламных и информационных роликов

Разработка сценария. Создание персонажей ролика

Тема 16. Основы дизайна и верстки печатных изданий

Изучение верстки и технологии создания макета книги с иллюстрациями на примере PageMaker

Тема 17. Проектирование периодических печатных изданий

1. Верстка макета брошюры по образцу
2. Верстка страницы журнала по образцу

Практическая работа

Тема 8. Особенности дизайн-проектирования сувенирной и рекламной печатной продукции

Виды сувенирной продукции. Способы печати изображений на различных видах сувенирной продукции. Краски и материалы для печати на различных поверхностях.

Презентация

Тема 1. Основы работы с растровой и векторной графикой в дизайн-проектах

При подготовке презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:
- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на источники, соответствие содержания и литературы)

Тестирование

Тема 2. Специфика разработки фирменного стиля для компании или учреждения

1 Что является ядром фирменного стиля (айдентики) учреждения?

а) набор красивых картинок;

б) логотип, цветовая палитра, типографика и правила их применения;

в) только фирменный шрифт;

г) рекламные слоганы.

2 Какой документ регламентирует использование элементов фирменного стиля и обеспечивает его единообразие?

а) бриф заказчика;

б) брендбук (гайдлайн);

в) смета проекта;

г) пресс-релиз.

3 Зачем при разработке фирменного стиля проводят анализ целевой аудитории и позиционирования компании?

а) чтобы выбрать модный цвет;

б) чтобы сформировать смысловую и эмоциональную основу визуальной коммуникации;

в) чтобы сократить сроки проекта;

г) чтобы уменьшить бюджет.

4 Что означает термин «адаптивность» фирменного стиля в современных дизайн-технологиях?

а) стиль должен одинаково выглядеть на всех носителях без изменений;

б) система должна корректно масштабироваться и адаптироваться под разные форматы (веб, печать, мерч, соцсети);

в) стиль должен меняться каждый сезон;

г) использование только векторных файлов.

5 Какой цветовой профиль чаще всего используют для цифровых носителей (сайт, соцсети)?

а) CMYK;

б) sRGB;

в) Pantone;

г) Lab.

6 Какой цветовой профиль применяют для полиграфии при реализации фирменного стиля?

а) sRGB;

б) Adobe RGB;

в) CMYK (с учётом ICC-профиля типографии);

г) HSL.

7 Почему в фирменном стиле важно использовать не более 2–3 основных шрифтов?

а) чтобы сэкономить деньги;

б) чтобы сохранить визуальную иерархию, читаемость и узнаваемость;

в) потому что так делают все;

г) чтобы использовать только бесплатные шрифты.

8 Что такое «система паттернов» в фирменном стиле и зачем она нужна?

а) это случайные узоры для украшения;

б) это набор повторяющихся графических элементов, усиливающих узнаваемость и заполняющих фоны;

в) это текстуры бумаги;

г) это водяные знаки.

9 Какие носители обязательно учитывают при проектировании фирменного стиля учреждения?

а) только визитки и буклеты;

б) широкий спектр: сайт, соцсети, презентации, бланки, вывески, униформа, транспорт;

в) только цифровые;

г) только сувенирная продукция.

10 Как современные технологии (например, дизайн-системы и компоненты) помогают в реализации фирменного стиля?

а) усложняют работу дизайнера;

б) ускоряют внедрение, обеспечивают консистентность и упрощают масштабирование;

в) нужны только программистам;

г) используются только в 3D-дизайне.

11 Что такое «вариативный логотип» и в каких случаях его применяют?

а) это несколько разных логотипов для одного бренда;

б) это система версий логотипа (горизонтальная/вертикальная, цветная/монохромная, сокращённая) для разных условий использования;

в) это логотип с анимацией;

г) это логотип, который меняют каждый месяц.

12 Зачем в брендбуке прописывают «охранное поле» (clear space) вокруг логотипа?

а) чтобы сделать макет красивее;

б) чтобы логотип не терял читаемость и не «сливался» с соседними элементами;

в) чтобы увеличить площадь печати;

г) чтобы добавить отступы для типографии.

13 Какой формат файла чаще всего используют для передачи векторных элементов фирменного стиля (логотип, иконки)?

а) JPG;

б) PNG;

в) SVG или EPS;

г) BMP.

14 Почему при разработке фирменного стиля важно учитывать доступность (accessibility)?

а) это требование закона для всех компаний;

б) чтобы обеспечить читаемость и восприятие для людей с особенностями зрения (контраст, размер, семантика);

в) чтобы использовать больше цветов;

г) чтобы усложнить дизайн.

15 Что такое «тональность коммуникации» (tone of voice) и как она связана с визуальным фирменным стилем?

а) это громкость голоса диктора;

б) это эмоциональный посыл и стиль общения бренда, который должен соответствовать визуальному языку (формы, цвета, шрифты);

в) это тип озвучки роликов;

г) это маркетинговый бюджет.

16 Как проверяют, что фирменный стиль будет работать в реальных условиях эксплуатации?

а) показывают друзьям;

б) проводят тестирование на фокус-группах, делают mock-up на реальных носителях, проверяют читаемость с дистанции;

в) ориентируются только на референсы;

г) используют только 3D-рендеры.

17 Какой приём помогает унифицировать оформление презентаций учреждения в рамках фирменного стиля?

а) каждый дизайнер делает по-своему;

б) используют шаблоны слайдов с закреплёнными элементами айдентики (сетка, шрифты, цвета, логотип);

в) копируют дизайн у конкурентов;

г) применяют только фото.

18 В чём специфика разработки фирменного стиля для государственного/образовательного учреждения (в отличие от коммерческого бренда)?

а) можно использовать любые яркие цвета;

б) важны официальность, нейтральность, читаемость, соответствие нормативам и широкая аудитория;

в) дизайн не нужен;

г) достаточно одного логотипа.

19 Как цифровые технологии (CSS-переменные, дизайн-токены, компоненты в Figma) помогают реализовать фирменный стиль в веб-среде?

а) они не связаны с дизайном;

б) позволяют централизованно хранить и применять цвета, отступы, шрифты, обеспечивая консистентность;

в) увеличивают размер сайта;

г) нужны только для анимации.

20 Какой критерий лучше всего отражает успешность фирменного стиля учреждения?

а) количество лайков в соцсетях;

б) узнаваемость, читаемость, уместность в разных контекстах и соответствие целям учреждения;

в) сложность графики;

г) стоимость разработки.

Ключ к тесту:

1 — б, 2 — б, 3 — б, 4 — б, 5 — б, 6 — в, 7 — б, 8 — б, 9 — б, 10 — б,

11 — б, 12 — б, 13 — в, 14 — б, 15 — б, 16 — б, 17 — б, 18 — б, 19 — б, 20 — б.

Тема 7. Подготовка дизайн-проекта в полиграфии для типографии полного цикла

1 Что в первую очередь определяет выбор технических параметров полиграфического исполнения (формат, бумага, тип печати)?

а) личные предпочтения дизайнера;

б) задачи проекта, целевая аудитория и условия экспонирования/распространения;

в) только стоимость тиража;

г) модные тренды сезона.

2 Какой документ фиксирует требования типографии к макетам и позволяет избежать ошибок при сдаче проекта?

а) бриф заказчика;

б) технические требования (техтребования) типографии;

в) концепция проекта;

г) презентация для клиента.

3 Зачем в полиграфическом макете закладывают вылеты (bleed)?

а) чтобы увеличить площадь печати и сэкономить бумагу;

б) чтобы компенсировать погрешности обрезки и избежать белых полос по краям;

в) чтобы добавить декоративные рамки;

г) чтобы улучшить цветопередачу.

4 Какой цветовой профиль обычно используют для подготовки макетов в типографию?

а) sRGB;

б) Adobe RGB;

в) CMYK (часто в связке с ICC-профилем конкретной типографии);

г) Pantone Solid Coated.

5 Что такое «отступы» (safety margins) в полиграфии?

а) поля для обрезки;

б) зоны, в которых нельзя размещать критически важный контент (текст, логотипы) из-за риска обрезки;

в) дополнительные слои в файле;

г) припуски на склейку.

6 Какой формат файла чаще всего принимают типографии для передачи макетов?

а) JPG;

б) PNG;

в) PDF/X-1a или PDF/X-4;

г) PSD.

7 Почему при подготовке полиграфии важно переводить шрифты в кривые или прикладывать файлы шрифтов?

а) чтобы уменьшить размер файла;

б) чтобы на компьютере типографии корректно отображались все символы и не произошла подмена шрифта;

в) чтобы ускорить печать;

г) чтобы избежать авторских отчислений.

8 Что означает термин «растр» в контексте полиграфии?

а) векторная сетка для выравнивания;

б) полутоновое изображение, представленное точками (halftone) для передачи оттенков при печати;

в) разметка страницы;

г) текстура бумаги.

9 Какой параметр определяет чёткость печати и влияет на выбор разрешения изображений?

а) линиатура растра (lpi) и требуемое ppi для изображений;

б) насыщенность цвета;

в) толщина бумаги;

г) цвет обложки.

10 Что важно учитывать при разработке дизайн-проекта для участия в выставке (в части полиграфии)?

а) только эстетику и стиль;

б) тираж, сроки, требования типографии, условия экспонирования (освещение, дистанция просмотра), монтаж;

в) исключительно стоимость;

г) только формат файлов.

11 Какой приём помогает унифицировать визуальную подачу серии материалов (буклет, плакат, листовка) для фестиваля?

а) использование разных стилей для каждого носителя;

б) применение единой сетки, палитры, типографики и системы отступов;

в) максимальное количество фотографий;

г) отказ от логотипа.

12 Что входит в «комплект материалов» для типографии при сдаче многостраничного издания?

а) только PDF-файл;

б) PDF, исходные файлы (при необходимости), шрифты, спецификация (тираж, формат, отделка, бумага);

в) только ссылка на облако;

г) макет и устное описание.

13 Какой вид отделки может повысить выразительность полиграфии и усилить восприятие на выставке?

а) УФ-лак, тиснение, конгрев, выборочный лак;

б) только цветная печать;

в) увеличение количества страниц;

г) уменьшение кегля шрифта.

14 Как проверить, что цвета макета будут выглядеть ожидаемо в печати?

а) ориентироваться только на экран монитора;

б) использовать ICC-профиль типографии, делать цветопробу/пробный оттиск;

в) выбирать самые яркие цвета;

г) использовать только Pantone без проверки.

15 Какой фактор критичен при выборе бумаги для выставочных материалов, которые будут смотреть вблизи?

а) исключительно белизна;

б) фактура, толщина, восприятие тактильности, влияние на читаемость и цветопередачу;

в) только цена;

г) цвет упаковки.

16 Что отражает «спецификация» к полиграфическому заказу?

а) список идей для концепции;

б) точные параметры тиража, формата, бумаги, отделки, сроков и требований к файлам;

в) эскизы и референсы;

г) контакты заказчика.

17 Как проявляется творческая инициатива при подготовке полиграфического проекта для фестиваля?

а) в копировании чужих решений;

б) в поиске нестандартных носителей, сочетаний материалов, приёмов подачи, интеграции с пространством выставки;

в) в максимальном количестве текста;

г) в отказе от технических ограничений.

18 Какой этап помогает минимизировать ошибки перед отправкой макета в типографию?

а) финальная печать на офисном принтере;

б) препресс-проверка (проверка вылетов, отступов, шрифтов, цветовых профилей, слоёв);

в) публикация в соцсетях;

г) обсуждение с друзьями.

19 Как дизайн полиграфии может поддерживать презентацию и инсталляцию на фестивале?

а) никак, это отдельные задачи;

б) через единую визуальную систему (айдентика), навигацию, информационные носители, тактильные элементы;

в) только за счёт большого тиража;

г) исключительно цветом.

20 Какой подход наиболее эффективен при организации участия в художественном конкурсе с полиграфическими материалами?

а) сдавать макеты в последний день;

б) заранее изучить регламент, техтребования, подготовить комплект материалов и провести тестовую печать;

в) полагаться на типографию в вопросах дизайна;

г) использовать один макет для всех носителей без адаптации.

Ключ к тесту:

1 — б, 2 — б, 3 — б, 4 — в, 5 — б, 6 — в, 7 — б, 8 — б, 9 — а, 10 — б,

11 — б, 12 — б, 13 — а, 14 — б, 15 — б, 16 — б, 17 — б, 18 — б, 19 — б, 20 — б.

Тема 9. Подготовка дизайн-проекта для событийного мероприятия

1 Что в первую очередь определяет концепцию дизайн-проекта событийного мероприятия (фестиваль, выставка, конкурс)?

а) личные художественные предпочтения дизайнера;

б) цели мероприятия, аудитория, площадка и смыслы, которые нужно донести;

в) модные тренды в графическом дизайне;

г) бюджет на полиграфию.

2 Какой документ фиксирует ключевые параметры события и служит основой для дизайн-проектирования?

а) бриф мероприятия (цели, аудитория, сроки, площадка, ограничения);

б) смета расходов;

в) список подрядчиков;

г) пресс-релиз.

3 Зачем при подготовке дизайн-проекта важно учитывать особенности площадки проведения?

а) чтобы выбрать цвет стен;

б) чтобы адаптировать габариты носителей, освещение, монтаж, навигацию и тактильные элементы;

в) чтобы согласовать время монтажа;

г) чтобы подобрать музыку.

4 Что такое «единая визуальная система» (айдентика) для фестиваля и зачем она нужна?

а) один и тот же шрифт во всех материалах;

б) согласованный набор графических правил (цвета, шрифты, паттерны, тональность), обеспечивающий узнаваемость и целостность восприятия;

в) логотип на каждом носителе;

г) использование фото одного фотографа.

5 Какой приём помогает сделать навигацию на крупном событии интуитивно понятной?

а) максимальное количество текста;

б) модульная сетка, пиктограммы, цветовые зоны, иерархия информации;

в) использование только рукописных шрифтов;

г) хаотичное размещение указателей.

6 Что означает термин «адаптивные носители» в событийном дизайн-проектировании?

а) носители, которые можно менять по содержанию и формату под разные зоны и задачи (например, плакаты, стойки, цифровые экраны, стикеры);

б) носители из перерабатываемых материалов;

в) носители с подсветкой;

г) носители на нескольких языках.

7 Как проявляется творческая инициатива (в рамках ОПК-4) при разработке дизайн-проекта события?

а) в копировании удачных проектов конкурентов;

б) в поиске нестандартных решений: материалов, форматов, интеграции с пространством, интерактивных элементов;

в) в максимальном количестве графики;

г) в отказе от согласования с заказчиком.

8 Какой этап дизайн-проектирования позволяет проверить, насколько хорошо работает визуальная коммуникация на площадке?

а) финальная печать;

б) прототипирование и тестовая установка (макеты, mock-up, 3D-визуализация, выезд на площадку);

в) написание пресс-релиза;

г) подбор референсов.

9 Что важно учитывать при проектировании носителей для уличной зоны фестиваля?

а) только эстетику;

б) погодные условия, угол обзора, освещённость, вандалоустойчивость, крепление;

в) стоимость типографской печати;

г) мнение соседей.

10 Какую роль играет типографика в дизайн-проекте события?

а) исключительно декоративную;

б) функциональную (читаемость, иерархия, навигация) и эмоциональную (тональность, характер);

в) типографика не важна при наличии изображений;

г) нужна только для афиш.

11 Что такое «точки контакта» в событийной коммуникации?

а) места, где посетители трогают экспонаты;

б) все моменты и носители, через которые человек взаимодействует с мероприятием (афиша, соцсети, билет, навигация, мерч, фотозона);

в) точки Wi-Fi;

г) стойки регистрации.

12 Какой подход помогает снизить когнитивную нагрузку у посетителей на насыщенном событии?

а) размещать как можно больше текста;

б) использовать иерархию, группировку, пиктограммы и ограничение количества смыслов на одном носителе;

в) применять только декоративные шрифты;

г) делать все носители яркими.

13 Как интегрировать цифровую и физическую среду в дизайн-проекте фестиваля?

а) не использовать цифровые носители;

б) объединить айдентику, QR-коды, цифровые экраны, интерактив и офлайн-носители в единую систему;

в) размещать QR-коды без контекста;

г) использовать разные стили для онлайна и офлайна.

14 Что входит в «комплект дизайн-материалов» для организатора события?

а) только макеты в JPG;

б) исходные файлы, гайдлайн/брендбук, спецификации носителей, инструкции по монтажу, версии для печати и веба;

в) только презентация концепции;

г) список идей.

15 Какой фактор критичен при выборе материалов для временных инсталляций и носителей?

а) исключительно внешний вид;

б) прочность, вес, безопасность, экологичность, возможность повторного использования и утилизации;

в) только стоимость;

г) цвет упаковки.

16 Как дизайн-проект поддерживает участие студентов и волонтёров в организации события ?

а) никак;

б) через понятную навигацию, униформу/бейджи, инструкции, визуальные сценарии работы;

в) через дополнительные афиши;

г) через сувениры.

17 Что такое «сценарий взаимодействия» в дизайн-проектировании события?

а) литературное описание программы;

б) визуальная карта пользовательского пути (маршрут, точки контакта, действия, эмоции, носители на каждом этапе);

в) план расстановки мебели;

г) график выступлений.

18 Как проверить, что дизайн-проект будет понятен разнородной аудитории (дети, взрослые, гости из других регионов)?

а) ориентироваться только на вкус куратора;

б) тестировать на фокус-группах, использовать универсальные пиктограммы, избегать узкоспециальных терминов, проверять читаемость с дистанции;

в) добавлять больше текста;

г) использовать только английский язык.

19 В чём специфика подготовки дизайн-проекта для конкурса/выставки студенческих работ?

а) достаточно сделать одну афишу;

б) важно предусмотреть систему маркировки работ, описания, зоны просмотра, освещение и масштаб, чтобы подчеркнуть авторский замысел;

в) дизайн не нужен, важны только работы;

г) достаточно разместить работы в ряд.

20 Какой критерий лучше всего отражает успешность дизайн-проекта событийного мероприятия?

а) количество лайков в соцсетях;

б) достижение целей мероприятия (посещаемость, вовлечённость, понятность, эмоциональный отклик, отсутствие путаницы);

в) количество использованных цветов;

г) стоимость проекта.

Ключ к тесту:

1 — б, 2 — а, 3 — б, 4 — б, 5 — б, 6 — а, 7 — б, 8 — б, 9 — б, 10 — б,

11 — б, 12 — б, 13 — б, 14 — б, 15 — б, 16 — б, 17 — б, 18 — б, 19 — б, 20 — б.

Тема 12. Основные положения и приемы проектирования в современном web-дизайне

1 Что в первую очередь определяет выбор структуры и навигации в современном веб-дизайне?

а) модные визуальные тренды;

б) цели проекта, поведение целевой аудитории и сценарии использования;

в) личные предпочтения дизайнера;

г) количество доступных шрифтов.

2 Какой принцип позволяет пользователю быстро понять иерархию информации на странице?

а) хаотичное размещение блоков;

б) визуальная иерархия (размер, контраст, отступы, цвет);

в) одинаковый размер всех элементов;

г) максимальное количество анимаций.

3 Зачем в веб-проектировании используют модульные сетки и базовые отступы?

а) чтобы усложнить макет;

б) чтобы ускорить вёрстку, обеспечить консистентность и улучшить восприятие;

в) чтобы использовать больше цветов;

г) чтобы соответствовать требованиям типографии.

4 Как научно обосновать выбор цветовой палитры для сайта?

а) взять цвета из любимого референса;

б) учитывать психологию восприятия, контраст для читаемости, доступность (WCAG), семантику бренда;

в) использовать только яркие цвета;

г) применять исключительно монохромную схему.

5 Какой приём помогает снизить когнитивную нагрузку пользователя при работе со сложной формой на сайте?

а) разместить все поля на одном экране без пояснений;

б) разбить форму на логические шаги, добавить подсказки и визуальную обратную связь;

в) сделать все поля обязательными;

г) использовать только рукописные шрифты.

6 Что такое «мобильная адаптивность» и почему она важна с точки зрения утилитарных потребностей?

а) это когда сайт выглядит одинаково на всех устройствах;

б) это способность интерфейса корректно масштабироваться и оставаться удобным на разных экранах и ориентациях;

в) это использование только крупных кнопок;

г) это отказ от десктопной версии.

7 Как обосновать применение анимации в веб-интерфейсе?

а) анимация нужна, потому что она нравится дизайнеру;

б) анимация должна служить цели: показывать состояние, направлять внимание, подтверждать действие, не перегружая пользователя;

в) чем больше анимации, тем современнее сайт;

г) анимация не нужна в профессиональном дизайне.

8 Какой фактор критичен для читаемости текста на веб-странице?

а) использование декоративных шрифтов;

б) достаточный межстрочный интервал, контраст текста и фона, оптимальный кегль;

в) размещение текста на фото с множеством деталей;

г) выравнивание по ширине без контроля пробелов.

9 Что означает термин «первый экран» (above the fold) и как его проектируют с учётом пользовательского поведения?

а) это место для максимального количества текста;

б) это зона, видимая без прокрутки; её проектируют под ключевой призыв к действию и главные смыслы;

в) это только шапка сайта;

г) эта зона не важна в современном дизайне.

10 Как интеграция типографики и сетки влияет на эстетические и утилитарные качества веб-страницы?

а) типографика нужна только для заголовков;

б) грамотная типографика и сетка обеспечивают читаемость, ритм, визуальную ясность и эмоциональную тональность;

в) типографика не влияет на UX;

г) сетка нужна только для вёрстки.

11 Зачем при проектировании сайта учитывают скорость загрузки и оптимизацию изображений?

а) только для экономии трафика;

б) чтобы обеспечить удобство и удержание пользователя, снизить отказы, соответствовать UX-метрикам;

в) потому что так требует SEO;

г) это не задача дизайнера.

12 Как обосновать использование карточек и «воздушных» отступов в веб-дизайне?

а) карточки нужны только для галерей;

б) карточки и отступы помогают группировать информацию, снижать визуальный шум и ускорять сканирование контента;

в) отступы делают макет пустым;

г) лучше заполнять всё пространство.

13 Что такое «точки принятия решений» в пользовательском пути и как их проектируют?

а) это любые кнопки на странице;

б) это ключевые места, где пользователь решает, что делать дальше; их выделяют иерархией, контрастом и понятными формулировками;

в) их не нужно выделять специально;

г) достаточно сделать их яркими.

14 Как принципы доступности (accessibility) влияют на проектные решения в веб-дизайне?

а) доступность нужна только для государственных сайтов;

б) доступность требует учитывать контраст, семантику, клавиатурную навигацию, скринридеры, чтобы сайт был удобен всем пользователям;

в) доступность усложняет дизайн;

г) это задача разработчиков, а не дизайнеров.

15 В чём специфика проектирования интерактивных элементов (кнопки, выпадающие списки, модальные окна)?

а) достаточно красивого внешнего вида;

б) важны понятные состояния (нормальное, наведение, фокус, нажатие, загрузка), понятные формулировки и предсказуемое поведение;

в) анимации важнее функциональности;

г) интерактив не нужен.

16 Как синтезировать несколько проектных концепций для главной страницы сайта и выбрать оптимальную?

а) выбрать первую понравившуюся;

б) разработать 2–3 концепции, протестировать на фокус-группах/прототипах, сравнить по метрикам конверсии, понятности и скорости выполнения задач;

в) скопировать решение у конкурентов;

г) доверить выбор заказчику без тестов.

17 Какой приём помогает сделать сайт визуально целостным и узнаваемым?

а) каждый раздел оформлять в своём стиле;

б) использовать единую систему компонентов, цветов, типографики, отступов и микроинтеракций;

в) добавлять много разных узоров;

г) менять стили каждый месяц.

18 Как проектирование микрокопий (подсказок, состояний ошибок, CTA-текстов) влияет на UX?

а) микрокопии не важны;

б) грамотные микрокопии снижают неопределённость, уменьшают ошибки и повышают конверсию;

в) достаточно использовать эмодзи;

г) тексты должны быть длинными и подробными.

19 В чём состоит творческая инициатива при разработке веб-проекта?

а) в максимальном количестве графики и анимаций;

б) в поиске нестандартных, но обоснованных решений: упрощение сложных сценариев, новые способы визуализации данных, интеграция с контекстом пользователя;

в) в копировании трендов;

г) в отказе от UX-исследований.

20 Какой критерий лучше всего отражает успешность проектного решения в веб-дизайне?

а) количество лайков и комментариев;

б) достижение целей бизнеса и пользователя, удобство, понятность, конверсия, низкий процент отказов;

в) сложность визуальных эффектов;

г) стоимость разработки.

Ключ к тесту:

1 — б, 2 — б, 3 — б, 4 — б, 5 — б, 6 — б, 7 — б, 8 — б, 9 — б, 10 — б,

11 — б, 12 — б, 13 — б, 14 — б, 15 — б, 16 — б, 17 — б, 18 — б, 19 — б, 20 — б.

Тема 17. Проектирование периодических печатных изданий

1 Как обосновать выбор концепции периодического издания (например, «журнал-путеводитель» vs «журнал-исследование») с точки зрения потребностей целевой аудитории?

а) опираться на личный вкус;

б) соотнести формат подачи, ритм материалов и навигацию с привычками чтения и задачами аудитории (быстрое сканирование vs глубокое погружение);

в) копировать концепцию у лидера рынка;

г) выбирать по количеству рекламы.

2 Какой приём помогает интегрировать цифровую среду (сайт, соцсети, приложение) в проект периодического печатного издания?

а) не использовать цифровые каналы;

б) применять QR-коды, короткие URL, кросс-контентные рубрики и единые визуальные якоря, чтобы читатель легко переходил между средами;

в) размещать только логотипы соцсетей;

г) делать разные стили для онлайна и офлайна.

3 В чём заключается утилитарная функция колонтитулов в периодическом издании?

а) это декоративный элемент;

б) они обеспечивают навигацию (номер выпуска, дата, рубрика, страница), помогая читателю ориентироваться в номере и при подшивке;

в) они нужны только для типографии;

г) они увеличивают объём издания.

4 Как научно обосновать решение о количестве колонок в газетной или журнальной вёрстке?

а) брать максимально возможное число колонок;

б) учитывать длину строки, кегль шрифта и плотность контента, чтобы сохранить удобочитаемость и ритм;

в) использовать только две колонки;

г) копировать макет конкурента.

5 Почему при проектировании издания важно учитывать способ распространения (розница, подписка, корпоративное распространение)?

а) это не влияет на дизайн;

б) от канала зависят формат, обложка, навигация, плотность информации и даже прочность материалов;

в) важно только для маркетинга;

г) влияет только на тираж.

6 Что такое «ритм издания» и как его проектируют?

а) это частота выхода номеров;

б) это чередование блоков разной плотности (текст/фото/графика), которое снижает утомляемость и улучшает восприятие;

в) это музыкальная тема для промо-ролика;

г) это количество рекламных полос.

7 Как обосновать использование инфографики в периодическом издании с точки зрения утилитарных потребностей читателя?

а) инфографика нужна только для красоты;

б) она помогает быстрее усвоить сложные данные, сравнить показатели и принять решение;

в) её используют, чтобы сократить текст;

г) это требование рекламодателей.

8 В чём специфика проектирования издания для детей по сравнению со взрослым?

а) достаточно использовать яркие цвета;

б) важны увеличенные кегли, крупные иллюстрации, простые формы, тактильность и безопасная конструкция (скруглённые углы, отсутствие мелких деталей);

в) можно использовать ту же сетку, что и для взрослых;

г) детям не нужны печатные издания.

9 Какой фактор критичен при выборе бумаги для издания с большим количеством иллюстраций?

а) только цена;

б) белизна, гладкость, непрозрачность и цветопередача, чтобы корректно передавать оттенки и не утомлять зрение;

в) толщина обложки;

г) цвет упаковки.

10 Как обосновать применение нестандартных форматов (узкий, квадратный, альбомный) в периодике?

а) использовать любой необычный формат ради оригинальности;

б) связать формат с назначением издания (альбом, путеводитель, каталог) и удобством использования в конкретных сценариях (в дороге, на столе, в подшивке);

в) выбирать по трендам;

г) копировать у конкурентов.

11 Зачем при проектировании издания учитывают «вес» и «баланс» разворота?

а) чтобы издание было тяжёлым;

б) чтобы визуально и тактильно разворот воспринимался гармонично, а плотные блоки чередовались с «воздухом» для снижения утомляемости;

в) чтобы увеличить тираж;

г) это не задача дизайнера.

12 Как синтезировать несколько концепций рубрик (новости, лонгриды, интервью) в едином стиле издания?

а) оформлять каждую рубрику в своём стиле;

б) сохранить общую сетку, типографику и систему визуальных якорей, но варьировать плотность, ритм и акценты под тип контента;

в) убрать рубрики вовсе;

г) использовать разные шрифты для каждой рубрики.

13 Какой приём помогает читателю быстрее находить материалы по интересам внутри номера?

а) сплошной текст;

б) система цветовых маркеров, пиктограмм, рубричных плашек и сквозной навигации по темам;

в) только оглавление;

г) алфавитный указатель.

14 В чём состоит творческая инициатива при проектировании периодического издания?

а) в максимальном количестве графики;

б) в поиске нестандартных, но обоснованных решений: тактильные приёмы, новые способы рубрикации, интеграция с цифровой средой, экспериментальные развороты с сохранением читаемости;

в) в отказе от сетки и правил;

г) в копировании чужих идей.

15 Как обосновать решение об использовании или отказе от полноцветной печати?

а) выбирать только по бюджету;

б) соотнести задачи издания, важность цветопередачи (фото, инфографика, бренд) и восприятие аудитории, а также технологические и экологические факторы;

в) всегда использовать полноцвет;

г) ориентироваться на конкурентов.

16 Какой критерий важен при проектировании обложки для розничной продажи в точке с высокой конкуренцией?

а) максимальное количество текста;

б) визуальная читаемость с дистанции, узнаваемость серии, сильный образ и лаконичная подача темы номера;

в) использование всех фирменных цветов;

г) только фото знаменитости.

17 Как учитывать эргономику при проектировании издания, которое читают в транспорте или на ходу?

а) делать большой формат;

б) выбирать компактный формат, контрастную типографику, короткие материалы и устойчивую конструкцию (жёсткая обложка, скруглённые углы);

в) добавлять много иллюстраций;

г) увеличивать объём.

18 Как обосновать применение тактильных эффектов (тиснение, выборочный лак, фактурная бумага) в периодическом издании?

а) ради «вау-эффекта»;

б) чтобы усилить эмоциональную связь, подчеркнуть премиальность или выделить ключевые элементы, не ухудшая читаемость и технологичность;

в) потому что это модно;

г) чтобы увеличить стоимость.

19 Как проверить гипотезу о том, что новая система рубрикации улучшит навигацию в издании?

а) спросить у одного коллеги;

б) провести тестирование на фокус-группе, замерить время поиска материалов и процент ошибок, сравнить с текущим решением;

в) довериться интуиции;

г) посмотреть референсы.

20 Какой критерий лучше всего отражает успешность проектного решения периодического издания?

а) количество проданных экземпляров;

б) достижение баланса утилитарных (читаемость, навигация, технологичность) и эстетических (стиль, ритм, образ) качеств, подтверждённое обратной связью и метриками использования;

в) сложность графики;

г) стоимость производства.

Ключ к тесту:

1 — б, 2 — б, 3 — б, 4 — б, 5 — б, 6 — б, 7 — б, 8 — б, 9 — б, 10 — б,

11 — б, 12 — б, 13 — б, 14 — б, 15 — б, 16 — б, 17 — б, 18 — б, 19 — б, 20 — б.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета, экзамена

Типовые вопросы зачета (ПК-4, ОПК-3, ОПК-4)

1. Цели и средства дизайнерского проектирования.
2. Структура среды как основа для выделения целей и задач проектирования.
3. Функция как объект и фактор дизайнерской деятельности.
4. Пространственные, объемные и плоскостные задачи в дизайнерском проектировании.
5. Синтез искусств в графическом дизайне.
6. Целевые установки дизайн проектирования.
7. Сущность предпроектного анализа.
8. Сущность категорий «дизайн-концепция» и «дизайнерская идея».
9. Роль композиции в графическом дизайне.
10. Структура эмоциональных ориентаций в среде.
11. Комплекс проектных задач в графическом дизайне.
12. Теория цвета в проектировании, типы гармонии. Контрасты.
13. Основные принципы комплексного дизайн-проектирования.

Типовые задания для зачета (ПК-4, ОПК-3, ОПК-4)

1 Фор-эскиз плаката.
2 Фор-эскиз открытки.
3 Фор-эскиз упаковки.
4 Фор-эскиз логотипа.

Типовые вопросы экзамена (ПК-4, ОПК-3, ОПК-4)

1. Проектный подход в дизайне. Его структура и преимущества.
2. Цикл проектирования в дизайне (на конкретном примере).

3. Сходства и отличия инженерной деятельности, декоративно-прикладного искусства и дизайна.
4. Характеристики основных видов дизайна.
5. Разработка концепции, ее задачи в проекте.
6. Роль работы с целевой аудиторией в дизайн-проектировании.
7. Роль мозгового штурма в дизайн-проектировании.
8. Методика дизайн-проектирования в промышленном дизайне.
9. Проектирование в школе Баухауз в нач. XX в., Германия.
10. Учение о цвете и форме И. Иттена.
11. Основные достижения Ульмской школы дизайна.
12. Основы интегрированного дизайн-проектирования по В. Папанеку.
13. Эвристики Я. Нильсена.
14. Антропоцентрический дизайн.
15. Экологический подход в дизайне.
16. Функция и эстетика в дизайне.
17. Особенности моделирования в промышленном дизайне.

Типовые задания для экзамена (ПК-4, ОПК-3, ОПК-4)

1. Разработка фирменного стиля.
2. Разработка товарного знака.
3. Разработка упаковки.
4. Разработка наружной рекламы

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Зачет

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено»	ПК-4	Достаточно хорошо разрабатывает и обосновывает проектные идеи, составляет подробную спецификацию требований к проекту и реализовывает проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе, на практике
	ОПК-3	Достаточно хорошо разрабатывает концептуальную проектную идею, владеет набором возможных решений и научно обосновывает свои предложения при проектировании дизайн – объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека
	ОПК-4	Достаточно хорошо осуществляет организацию проектных работ в области дизайна с применением автоматизированных технологий
«не зачтено»	ПК-4	Не разрабатывает и не обосновывает проектные идеи, составляет подробную спецификацию требований к проекту и реализовывает проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе, на практике
	ОПК-3	Не разрабатывает концептуальную проектную идею, владеет набором возможных решений и научно обосновывает свои предложения при проектировании дизайн – объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека
	ОПК-4	Не осуществляет организацию проектных работ в области дизайна без применения автоматизированных технологий

Экзамен

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично»	ПК-4	На высоком уровне разрабатывает и обосновывает проектные идеи, составляет подробную спецификацию требований к проекту и реализовывает проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе, на практике
	ОПК-3	На высоком уровне разрабатывает концептуальную проектную идею, владеет набором возможных решений и научно обосновывает свои предложения при проектировании дизайн – объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека
	ОПК-4	На высоком уровне осуществляет организацию проектных работ в области дизайна с применением автоматизированных технологий
«хорошо»	ПК-4	Достаточно хорошо разрабатывает и обосновывает проектные идеи, составляет подробную спецификацию требований к проекту и реализовывает проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе, на практике
	ОПК-3	Достаточно хорошо разрабатывает концептуальную проектную идею, владеет набором возможных решений и научно обосновывает свои предложения при проектировании дизайн – объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека
	ОПК-4	Достаточно хорошо осуществляет организацию проектных работ в области дизайна с применением автоматизированных технологий
«удовлетворительно»	ПК-4	Слабо разрабатывает и обосновывает проектные идеи, составляет подробную спецификацию требований к проекту и реализовывает проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе, на практике
	ОПК-3	Слабо разрабатывает концептуальную проектную идею, владеет набором возможных решений и научно обосновывает свои предложения при проектировании дизайн – объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека
	ОПК-4	Слабо осуществляет организацию проектных работ в области дизайна с применением автоматизированных технологий
«неудовлетворительно»	ПК-4	Не разрабатывает и не обосновывает проектные идеи, составляет подробную спецификацию требований к проекту и реализовывает проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе, на практике
	ОПК-3	Не разрабатывает концептуальную проектную идею, владеет набором возможных решений и научно обосновывает свои предложения при проектировании дизайн – объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека
	ОПК-4	Не осуществляет организацию проектных работ в области дизайна без применения автоматизированных технологий

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;

- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.

- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентаци, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);

- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);

- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);

- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы. соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Ковешникова Н.А. Дизайн: история и теория : Учеб. пособие. - М.: Омега-Л, 2005. - 223 с.

2. Павловская Е. Э., Ковалев П. Г., Салмин Л. Ю., Семенов В. Б., Филоненко Д. Ю., Типикин В. В., Колбина Н. В., Игошина Т. С., Свалов М. С., Босых И. Б. Графический дизайн. Современные концепции : учебник для вузов. - пер. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2025. - 119 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/563931

3. Павловская Е. Э., Ковалев П. Г. Графический дизайн. Выпускная квалификационная работа : учебник для вузов. - пер. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2025. - 227 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/563930

4. Шимко В.Т. Основы дизайна и средовое проектирование : Учеб. пособие. - М.: Архитиектура-С, 2005. - 160 с.

6.2 Дополнительная литература:

1. Елисеенков, Г. С., Мхитарян, Г. Ю. Дизайн-проектирование : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 54.04.01 «дизайн», профиль «графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «магистр». - Весь срок охраны авторского права; Дизайн-проектирование. - Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. - 150 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/66376.html

2. Тимофеев Г.С., Тимофеева Е.В. Графический дизайн. - Ростов н/Д: Феникс, 2002. - 319 с.

3. Павловская Е.Э. Графический дизайн. Современные концепции : учебное пособие для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2018. - 183 с.

4. Китаевская Т.Ю. Компьютерная графика и проектирование : учеб.-метод. пособие. - Тамбов: [Издат. дом ТГУ им. Г.Р.Державина], 2010. - 82 с.

5. Технология обработки текстовой информации. Технологический дизайн : учеб. для вузов, Ч.II: Компьютерная обработка текста. - М.: [Моск. гос. ун-т печати], 2007. - 341 с.

6. Фрост К. Дизайн газет и журналов. - М.: Издат.дом "Университетская книга", 2008. - 231 с.

7. Устин В.Б. Учебник дизайна. Композиция, методика, практика. - М.: АСТ, Астрель, 2009. - 255 с.

8. Лауэр Д., Пентак С. Основы дизайна : [учебник]. - СПб. [и др.]: Питер, 2014. - 303 с.

9. Филатова К.В., Перуновская И.Н., Козодаева Н.В., Поплевина В.А. Декоративная графика в подготовке студента-дизайнера : учеб. пособие. - Тамбов: [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2015. - 176 с.

10. Елисеенков Г. С., Мхитарян Г. Ю. Дизайн-проектирование : учебное пособие. - Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2016. - 150 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589

6.3 Иные источники:

1. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» - http://school-collection.edu.ru/

2. Сайт"Дизайн журналов" - http://adwizer.ru/design-004-journal-002-journal.htm

3. Сайт "Мир дизайна" - http://sredaboom.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Операционная система "Альт Образование"

Adobe Photoshop CS3

1С:Предприятие 8.2

Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ"

CorelDRAW Graphics Suite X3

ArchiCad 13, 21

AutoCad 2013, 2018

AutoDesk 3ds Max Design 2009, 2012, 2016, 2018

Adobe Illustrator CS3

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. – URL: http://www.iprbookshop.ru
2. Scopus: база данных . – URL: https://www.scopus.com
3. Springer Open (ресурсы Springer открытого доступа): база данных. – URL: https://www.springeropen.com
4. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных . – URL: https://apps.webofknowledge.com
5. Научная электронная библиотека Российской академии естествознания. – URL: https://www.monographies.ru
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: https://elibrary.ru
7. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: https://cyberleninka.ru
8. Российская национальная библиотека: официальный сайт. – URL: http://nlr.ru
9. Российская государственная библиотека: официальный сайт. – URL: https://www.rsl.ru
10. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: https://www.prlib.ru
11. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина: официальный сайт. – URL: http://www.tambovlib.ru
12. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: https://biblioclub.ru
13. Электронная библиотека ТГУ. – URL: https://elibrary.tsutmb.ru/
14. Юрайт: образовательная платформа, электронно-библиотечная система. – URL: https://urait.ru

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.