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.9 История и методология дизайн-проектирования

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

Автор программы:
доцент Черемисин Владимир Владимирович

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…… 8

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 19

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 21

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 22

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-2 Способен работать с научной литературой; собирать, анализировать и обобщать результаты научных исследований; оценивать полученную информацию; самостоятельно проводить научно-исследовательскую работу; участвовать в научно-практических конференциях

ПК-2 Способность к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением

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

- научно-исследовательский
- проектный

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), 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (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
- В Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации - В/01.6 Подготовка и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации - В/02.6 Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации - В/03.6 Авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-2 Способность к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением	Анализирует и понимает художественно-творческие задачи проекта, выбирает необходимые методы исследования и творческого исполнения, опираясь на теоретические и практические знания в области истории и методологии дизайн-проектирования

	ОПК-2 Способен работать с научной литературой; собирать, анализировать и обобщать результаты научных исследований; оценивать полученную информацию; самостоятельно проводить научно-исследовательскую работу; участвовать в научно-практических конференциях	Осуществляет сбор и анализ научных исследований в области истории и методологии дизайн-проектирования, при проведении научных исследований с применением современных научных методов, способен участвовать в научно-практических конференциях

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-2 Способен работать с научной литературой; собирать, анализировать и обобщать результаты научных исследований; оценивать полученную информацию; самостоятельно проводить научно-исследовательскую работу; участвовать в научно-практических конференциях

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения
		Очно-заочная (семестр)
		5
1	Научно-исследовательская работа	+

ПК-2 Способность к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очно-заочная (семестр)			
		2	3	4	5
1	Визуальные коммуникации		+		
2	Дизайн средств массовой информации			+	
3	Коммуникативный дизайн		+		
4	Медиаинформационная графика			+	
5	Научно-исследовательская работа				+
6	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)		+		

7	Преддипломная практика				+
8	Технология и техники в графическом дизайне	+			

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «История и методология дизайн-проектирования» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 54.04.01 - Дизайн.

Дисциплина «История и методология дизайн-проектирования» изучается в 1 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 5 з.е.

Очно-заочная: 5 з.е.

Вид учебной работы	Очно-заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	**180**
Контактная работа	22
Лекции (Лекции)	10
Практические (Практ. раб.)	12
Самостоятельная работа (СР)	122
Экзамен	36

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лекции	Практ. раб.	СР	
		О-З	О-З	О-З	
1 семестр					
1	Элементы фирменного стиля.	2	2	20	Опрос; Тестирование; Практическая работа
2	Городская среда как сложное структурированное пространство.	4	2	36	Практическая работа
3	Конструкторская и графическая разработка упаковки для продовольственных и непродовольственных товаров.	-	2	20	Тестирование; Практическая работа
4	Информационный дизайн	4	2	26	Практическая работа; Опрос

5	Многостраничный дизайн	-	4	20	Практическая работа

Тема 1. Элементы фирменного стиля. (ОПК-2)

Лекция.

Элементы фирменного стиля - товарный знак, логотип, упаковка. История и теория, анализ проектных решений.

Практическое занятие.

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

На начальном этапе проектирования проводится исследовательская работа по анализу знаков известных брендов. Представляет портфолио формата А4, где представлены элементы фирменного стиля: знак–логотип, плакат, оформление средового объекта, и пояснительную.

Задания для самостоятельной работы.

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

На начальном этапе проектирования проводится исследовательская работа по анализу знаков известных брендов. Представляет портфолио формата А4, где представлены элементы фирменного стиля: знак–логотип, плакат, оформление средового объекта, и пояснительную.

Тема 2. Городская среда как сложное структурированное пространство. (ОПК-2)

Лекция.

Городская среда как сложное структурированное пространство. Разработка графического образа общественного или коммерческого центра.

Практическое занятие.

Графическая разработка серии фестивального плаката для общественного мероприятия или праздника или календаря.

Задания для самостоятельной работы.

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).

Тема 3. Конструкторская и графическая разработка упаковки для продовольственных и непродовольственных товаров. (ПК-2)

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.

Задания для самостоятельной работы.

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

Тема 4. Информационный дизайн (ПК-2)

Лекция.

Информационный дизайн анализ проектных решений. Особенности информации и ее подачи. Визуализация информации. Графические приемы подачи информации.

Практическое занятие.

Разработка эскизов дизайна мобильного приложения.

Задания для самостоятельной работы.

Разработать дизайн мобильного приложения для банка с иконками, рекламный плакат с инфографикой и qr-кодом.

Тема 5. Многостраничный дизайн (ПК-2)

Лекция.

Не предусмотрена.

Практическое занятие.

Предпроектный анализ изданий многостраничных изданий.

Задания для самостоятельной работы.

Разработать обложку и разворот каталога товаров для аукционного дома, с использованием авторской графики и уф-лаком на обложке.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

Балльно-рейтинговые мероприятия не предусмотрены

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 1. Элементы фирменного стиля.

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

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- использование дополнительного материала.

Практическая работа

Тема 1. Элементы фирменного стиля.

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

На начальном этапе проектирования проводится исследовательская работа по анализу знаков известных брендов. Представляет портфолио формата А4, где представлены элементы фирменного стиля: знак–логотип, плакат, оформление средового объекта, и пояснительную.

Тема 2. 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.

Тема 3. Конструкторская и графическая разработка упаковки для продовольственных и непродовольственных товаров.

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

Тема 4. Информационный дизайн

Информационный дизайн анализ проектных решений.

Разработка эскизов дизайна мобильного приложения.

Тестирование

Тема 1. Элементы фирменного стиля.

1 Какой тип источника в первую очередь используют для изучения истории становления фирменных стилей в XX веке?

а) посты в соцсетях;

б) научные монографии, статьи в рецензируемых журналах, архивные публикации о дизайне и брендинге;

в) рекламные буклеты компаний;

г) блоги начинающих дизайнеров.

2 Что означает термин «бренд-идентичность» в методологии дизайн-исследования?

а) только логотип компании;

б) целостная система смыслов, ценностей и визуальных кодов, определяющих уникальность бренда и его восприятие аудиторией;

в) набор рекламных роликов;

г) цветовая палитра сайта.

3 Как обосновать выбор методов исследования при анализе элементов фирменного стиля?

а) использовать только интуицию;

б) соотнести цель и задачи исследования с подходящими методами (сравнительный анализ, контент-анализ, семантический анализ, интервью, фокус-группы);

в) взять методы из первой попавшейся статьи;

г) использовать только количественные методы.

4 Какой приём помогает системно собрать и структурировать данные об элементах фирменного стиля при работе с научной литературой?

а) хаотично сохранять понравившиеся картинки;

б) вести библиографическую карту, матрицу сравнений, семантическое поле и фиксировать источники по ГОСТ;

в) полагаться на память;

г) копировать тексты без ссылок.

5 В чём заключается научная ценность сравнительного анализа фирменных стилей разных эпох?

а) в поиске красивых примеров;

б) в выявлении закономерностей эволюции визуальных решений, обусловленных технологиями, экономикой, культурой и коммуникационными задачами;

в) в составлении подборки для портфолио;

г) в копировании удачных решений.

6 Как оценить достоверность информации о фирменном стиле, найденной в открытых источниках?

а) верить всему, что опубликовано;

б) проверять авторство, аффилиацию, дату публикации, наличие ссылок на источники и соответствие методологии;

в) ориентироваться на количество лайков;

г) выбирать только англоязычные статьи.

7 Какую роль играет семантический анализ в исследовании элементов фирменного стиля (логотип, цвет, форма)?

а) он не нужен;

б) он помогает раскрыть смысловые слои, культурные коды и ассоциации, влияющие на восприятие аудитории;

в) он нужен только филологам;

г) это синоним стилистического анализа.

8 Какой исторический пример фирменного стиля наиболее ярко демонстрирует переход от ремесленной маркировки к корпоративному брендингу?

а) клейма на античной керамике;

б) фирменные стили крупных корпораций конца XIX — начала XX века (например, AEG, IBM);

в) граффити в городах;

г) вывески средневековых лавок.

9 Как обосновать актуальность исследования фирменного стиля для конкретного региона или отрасли?

а) сказать «это модно»;

б) привести статистику, тенденции рынка, потребности локальных сообществ, примеры успешных кейсов и пробелы в существующих исследованиях;

в) сослаться на мнение друзей;

г) использовать только зарубежные примеры.

10 Что такое «охранное поле» (clear space) логотипа с точки зрения научно-методического подхода к фирменному стилю?

а) декоративный отступ;

б) нормированная величина, обеспечивающая читаемость и визуальную целостность знака в разных условиях восприятия и на разных носителях;

в) требование типографии;

г) произвольный выбор дизайнера.

11 Как интегрировать результаты полевых исследований (опросы, интервью) в научное обоснование проектных решений по фирменному стилю?

а) игнорировать данные, если они не нравятся;

б) сопоставить количественные и качественные данные с гипотезами, выявить закономерности и сформулировать выводы, подтверждённые эмпирикой;

в) использовать только средние значения;

г) подменить данные собственными предположениями.

12 Какой критерий важен при выборе научной литературы для обзора по теме фирменного стиля?

а) количество страниц;

б) релевантность теме, научная обоснованность, авторитетность издания, новизна данных и соответствие методологии исследования;

в) наличие иллюстраций;

г) язык публикации.

13 В чём состоит творческая инициатива при проведении научного исследования по фирменному стилю?

а) в максимальном количестве источников;

б) в формулировании оригинальной исследовательской проблемы, нестандартной комбинации методов, выявлении новых закономерностей или интерпретации известных фактов в новом контексте;

в) в использовании модных терминов;

г) в отказе от классических источников.

14 Как подготовить тезисы для научно-практической конференции по теме элементов фирменного стиля?

а) пересказать всю работу;

б) выделить актуальность, цель, методы, ключевые результаты и выводы, уложиться в лимит знаков и требования организаторов;

в) вставить побольше цитат;

г) оформить как художественный рассказ.

15 Какой метод позволяет выявить визуальные константы фирменного стиля в серии носителей (от визитки до билборда)?

а) случайный просмотр;

б) матричный анализ (сравнение по параметрам: масштаб, цвет, композиция, типографика, отступы);

в) голосование в команде;

г) интуиция.

16 Как обосновать использование цветовой палитры фирменного стиля с опорой на научные данные?

а) выбрать любимые цвета;

б) учитывать психологию восприятия, кросс-культурные различия, условия освещения, технологические ограничения и семантику бренда;

в) копировать палитру конкурента;

г) использовать только Pantone без пояснений.

17 Зачем при исследовании фирменного стиля учитывают эволюцию типографических решений?

а) ради эстетики;

б) чтобы понять, как изменения технологий печати, медиа и коммуникации влияли на читаемость, образ и функциональность шрифтов в брендинге;

в) чтобы найти винтажные шрифты;

г) это не нужно.

18 Как проверить гипотезу о том, что определённый элемент фирменного стиля (например, форма логотипа) лучше воспринимается целевой аудиторией?

а) спросить у одного знакомого;

б) провести контролируемое исследование (A/B-тест, семантический дифференциал, фокус-группа) с валидной выборкой и корректной методикой;

в) довериться трендам;

г) посмотреть референсы.

19 Какой приём помогает обобщить результаты анализа фирменных стилей нескольких компаний в рамках научного исследования?

а) перечислить названия компаний;

б) построить сравнительную таблицу/матрицу, выделить типологии, тренды и исключения, сформулировать выводы с опорой на данные;

в) сделать коллаж;

г) написать эссе без структуры.

20 Какой критерий лучше всего отражает в контексте исследования элементов фирменного стиля?

а) количество найденных картинок;

б) способность системно работать с источниками, обоснованно выбирать методы, критически анализировать данные, формулировать проверяемые выводы и представлять результаты в научной или научно-практической форме;

в) скорость поиска информации;

г) количество использованных программ.

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 3. Конструкторская и графическая разработка упаковки для продовольственных и непродовольственных товаров.

1 Какой исторический этап впервые системно связал дизайн упаковки с функцией защиты товара и удобством транспортировки?

а) античность (керамические амфоры, глиняные сосуды);

б) промышленная революция (стандартизация тары, массовое производство);

в) ар-деко (декоративная избыточность);

г) постмодернизм (ирония и коллаж).

2 Какую роль в методологии дизайн-проектирования играет предпроектное исследование при разработке упаковки?

а) это формальность для отчёта;

б) позволяет выявить целевую аудиторию, сценарии использования, ограничения производства и сформировать ТЗ;

в) нужно только для маркетинговых текстов;

г) достаточно посмотреть аналоги.

3 Как обосновать выбор материала для упаковки продовольственного товара с точки зрения художественно-творческой и утилитарной задачи?

а) выбрать самый дешёвый;

б) соотнести барьерные свойства, безопасность контакта с пищей, экологичность, тактильность и визуальную выразительность;

в) ориентироваться только на тренды;

г) использовать один материал для всех товаров.

4 Что такое развёртка упаковки и зачем она нужна в конструкторской разработке?

а) декоративный чертёж;

б) плоская схема, по которой формируют объёмную конструкцию; она связывает геометрию, технологические линии (сгибы, склейки) и графическое оформление;

в) макет для презентации;

г) схема логистики.

5 Какой метод помогает системно оценить варианты конструкции упаковки на ранних стадиях?

а) интуитивный выбор;

б) прототипирование (картонные макеты, 3D-печать) и тестирование эргономики;

в) голосование в команде;

г) анализ соцсетей.

6 Почему при проектировании упаковки важно учитывать «точки касания» потребителя (захват, открытие, утилизация)?

а) чтобы усложнить конструкцию;

б) чтобы обеспечить удобство, безопасность, интуитивность и положительный эмоциональный отклик;

в) это задача маркетологов;

г) только для премиальных товаров.

7 Как типографика в упаковке решает одновременно эстетическую и функциональную задачу?

а) чем крупнее, тем лучше;

б) иерархия, читаемость, соответствие характеру продукта и условиям освещения, соблюдение норм маркировки;

в) достаточно одного стильного шрифта;

г) типографика не важна.

8 Какой приём позволяет интегрировать фирменный стиль бренда в конструктивно-графическое решение упаковки без перегрузки?

а) разместить логотип на каждой грани;

б) использовать систему визуальных констант (цвет, паттерн, пропорции, отступы) и выделить ключевые зоны для коммуникации;

в) сделать упаковку максимально яркой;

г) отказаться от графики.

9 В чём специфика проектирования упаковки для непродовольственных товаров по сравнению с продовольственными?

а) разницы нет;

б) для непродовольственных важнее защита от механических повреждений, наглядность характеристик и удобство хранения; для продовольственных — барьерные свойства, сроки годности и безопасность;

в) непродовольственные товары не требуют упаковки;

г) важны только габариты.

10 Как научно обосновать выбор формы (геометрии) упаковки?

а) взять популярную форму;

б) учитывать эргономику (захват, переноска), эффективность складирования и транспортировки, технологичность производства и визуальную выразительность;

в) форма не влияет на функционал;

г) копировать конкурентов.

11 Какую роль играют стандарты (ГОСТ, ТУ, регламенты) в методологии проектирования упаковки?

а) мешают творчеству;

б) задают обязательные параметры безопасности, маркировки и совместимости с логистикой, которые дизайнер обязан учитывать при принятии решений;

в) нужны только технологам;

г) применяются только к пищевым товарам.

12 Какой исторический подход к упаковке наиболее повлиял на современный минималистичный дизайн (например, скандинавский, японский)?

а) барокко (обильный декор);

б) модернизм и функционализм (форма следует функции, отказ от избыточности);

в) эклектика XIX века;

г) авангард 1910–1920-х без учёта технологии.

13 Зачем при разработке упаковки используют модульные принципы и унифицированные элементы?

а) чтобы сделать дизайн скучным;

б) чтобы ускорить проектирование, снизить издержки, обеспечить консистентность линейки и упростить адаптацию под разные объёмы;

в) только для больших серий;

г) это требование типографий.

14 Как обосновать применение тактильных эффектов (тиснение, фактура, выборочный лак) в упаковке?

а) ради «вау-эффекта»;

б) как способ усилить эмоциональную связь, выделить ключевые элементы и улучшить восприятие качества, не ухудшая читаемость и технологичность;

в) потому что это модно;

г) чтобы увеличить стоимость.

15 В чём заключается творческая инициатива при разработке упаковки?

а) в максимальном количестве графики;

б) в поиске нестандартных, но обоснованных решений: новые способы открывания, интеграция с цифровой средой (QR-коды), экологичные материалы, трансформация формы;

в) в копировании чужих идей;

г) в отказе от стандартов.

16 Как интегрировать экологический аспект в конструкторско-графическую разработку упаковки?

а) использовать только биоразлагаемые материалы без учёта функционала;

б) выбирать материалы и конструкцию с учётом жизненного цикла: возможность переработки, снижение веса, минимизация отходов при производстве и утилизации;

в) добавить надпись «эко»;

г) не учитывать вовсе.

17 Какой критерий лучше всего отражает успешность проектного решения упаковки?

а) количество лайков в соцсетях;

б) достижение баланса утилитарных (защита, удобство, логистика, безопасность) и эстетических (образ, стиль, эмоции) качеств, подтверждённое тестированием и соответствием ТЗ;

в) сложность графики;

г) стоимость материалов.

18 Как проверить гипотезу о том, что новая конструкция упаковки удобнее для потребителя?

а) спросить у одного коллеги;

б) провести юзабилити-тестирование: замерить время выполнения типовых действий (открыть, достать, закрыть), собрать обратную связь и сравнить метрики с текущей версией;

в) довериться интуиции;

г) посмотреть референсы.

19 Какой приём помогает обеспечить узнаваемость линейки товаров при разных габаритах упаковки?

а) каждый товар оформлять в своём стиле;

б) сохранять единую систему визуальных кодов (пропорции, цветовые акценты, расположение логотипа, типографика) и варьировать масштаб графики;

в) менять стиль каждый сезон;

г) использовать только фото продукта.

20 Как исторические примеры (упаковка Coca-Cola, спичечные коробки, советские молочные пакеты) помогают в методологии современного дизайн-проектирования?

а) они не нужны;

б) они дают понимание эволюции функции, конструкции и коммуникации, помогают находить проверенные решения и избегать ошибок;

в) только для вдохновения;

г) интересны только историкам.

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 экзамена

Типовые вопросы экзамена (ПК-2, ОПК-2)

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. Понятие о цели и сверхзадачах в графическом дизайне.
6. Синтез искусств в графическом дизайне.
7. Целевые установки дизайн проектирования.
8. Сущность предпроектного анализа.
9. Сущность категорий «дизайн-концепция» и «дизайнерская идея».
10. Роль композиции в графическом дизайне.
11. Структура эмоциональных ориентаций в среде.
12. Комплекс проектных задач в графическом дизайне.
13. Теория цвета в проектировании, типы гармонии. Контрасты.
14. Основные принципы комплексного дизайн-проектирования.
15. Проектный подход в дизайне. Его структура и преимущества.
16. Цикл проектирования в дизайне (на конкретном примере).
17. Сходства и отличия инженерной деятельности, декоративно-прикладного искусства и дизайна.
18. Характеристики основных видов дизайна.
19. Разработка концепции, ее задачи в проекте.
20. Роль работы с целевой аудиторией в дизайн-проектировании.
21. Роль мозгового штурма в дизайн-проектировании.
22. Методика дизайн-проектирования в промышленном дизайне.
23. Проектирование в школе Баухауз в нач. XX в., Германия.
24. Учение о цвете и форме И. Иттена.
25. Основные достижения Ульмской школы дизайна.
26. Основы интегрированного дизайн-проектирования по В. Папанеку.
27. Эвристики Я. Нильсена.
28. Антропоцентрический дизайн.
29. Экологический подход в дизайне.
30. Функция и эстетика в дизайне.
31. Особенности моделирования в промышленном дизайне.

Типовые задания для экзамена (ПК-2, ОПК-2)

1. Эскизный проект плаката.
2. Эскизный проект открытки.
3. Эскизный проект упаковки.
4. Эскизный проект логотипа.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)

«отлично»	ПК-2	На высоком уровне анализирует и понимает художественно-творческие задачи проекта, выбирает необходимые методы исследования и творческого исполнения, опираясь на теоретические и практические знания в области истории и методологии дизайн-проектирования
	ОПК-2	На высоком уровне осуществляет сбор и анализ научных исследований в области истории и методологии дизайн-проектирования, при проведении научных исследований с применением современных научных методов, способен участвовать в научно-практических конференциях
«хорошо»	ПК-2	Достаточно хорошо анализирует и понимает художественно-творческие задачи проекта, выбирает необходимые методы исследования и творческого исполнения, опираясь на теоретические и практические знания в области истории и методологии дизайн-проектирования
	ОПК-2	Достаточно хорошо осуществляет сбор и анализ научных исследований в области истории и методологии дизайн-проектирования, при проведении научных исследований с применением современных научных методов, способен участвовать в научно-практических конференциях
«удовлетворительно»	ПК-2	Слабо анализирует и понимает художественно-творческие задачи проекта, слабо выбирает необходимые методы исследования и творческого исполнения, опираясь на теоретические и практические знания в области истории и методологии дизайн-проектирования
	ОПК-2	Слабо осуществляет сбор и анализ научных исследований в области истории и методологии дизайн-проектирования, при проведении научных исследований с применением современных научных методов, слабо способен участвовать в научно-практических конференциях
«неудовлетворительно»	ПК-2	Не анализирует и не понимает художественно-творческие задачи проекта, выбирает необходимые методы исследования и творческого исполнения, опираясь на теоретические и практические знания в области истории и методологии дизайн-проектирования
	ОПК-2	Не осуществляет сбор и анализ научных исследований в области истории и методологии дизайн-проектирования, при проведении научных исследований с применением современных научных методов, не способен участвовать в научно-практических конференциях

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. Кузвесова Н. Л. История графического дизайна: от модерна до конструктивизма : учебное пособие. - Екатеринбург: Архитектон, 2015. - 107 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455462

2. Рунге В.Ф., Сеньковский В.В. Основы теории и методологии дизайна : Учеб. пособие для вузов. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М.: МЗ Пресс, 2005. - 366 с.

3. Розенсон И. А. Основы теории дизайна : учебник. - 2-е изд.. - М., СПб., Н. Новгород, Воронеж, Ростов н/Д., Екатеринбург, Самара, Новосибирск, Киев, Харьков, Минск: Питер, 2013. - 252 с.

6.2 Дополнительная литература:

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

2. Яцюк О.Г., Романычева Э.Т. Компьютерные технологии в дизайне : Эффективная реклама. - СПб.: БХВ-Петербург, 2004. - 432 с.

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

4. Элам К. Геометрия дизайна. Пропорции и композиция : [пер. с англ.]. - СПб. [и др.]: Питер, 2011. - 108 с.

5. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве : учеб. пособ.. - Изд. 2-е, уточненное и доп.. - М.: АСТ, Астрель, 2008. - 239 с.

6.3 Иные источники:

1. Архитектура - archi.ru
2. Библиотека ГОСТов - www.vsegost.com
3. Библиотека дизайнера - http://rosdesign.com/design/bookofdesign.htm
4. Журнал «Новый Мир Искусства» - http://www.worldart.ru/
5. Федеральный портал «Российское образование» - http://www.edu.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:

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

Операционная система Microsoft Windows 10

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

7-Zip 9.20

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

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. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: https://www.prlib.ru
6. Российская государственная библиотека: официальный сайт. – URL: https://www.rsl.ru
7. Российская национальная библиотека: официальный сайт. – URL: http://nlr.ru
8. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина: официальный сайт. – URL: http://www.tambovlib.ru
9. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: https://biblioclub.ru
10. Электронная библиотека ТГУ. – URL: https://elibrary.tsutmb.ru/
11. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» . – URL: http://www.biblioclub.ru
12. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: https://www.tsutmb.ru/biblio/elektronnyij-katalog/
13. 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.