

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
Институт непрерывного педагогического образования

Кафедра изобразительных искусств и методики преподавания

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора ИНПО
Е.В.Иванов
г.

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

Учебный модуль по направлению подготовки
44.03.05 Педагогическое образование (по двум профилям подготовки)
Профили «Изобразительное искусство и дополнительное образование: декоративно-
прикладное искусство»

Рабочая программа

СОГЛАСОВАНО

Начальник учебного отдела
В.В. Жегурова

Разработал доцент Поровский А.Г.

Принято на заседании кафедры
Протокол № 6 от 30.06 2015 г.
Заведующий кафедрой
Г.А. Поровская

2 г.

1 Цели и задачи учебного модуля

Цели учебного модуля: формирование у студентов специальных компетенций художественно-проектной деятельности в области графического дизайна по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды.

Задачами УМ являются:

- изучение теоретических и методологических основ дизайна как вида искусства;
- формирование навыков художественного проектирования и создания продукта графического дизайна;
- развитие образного мышления и творческих способностей в художественно-изобразительной деятельности

Ведущая идея учебного модуля в результате изучения УМ «Графический дизайн»: расширение возможностей выпускников в художественно-педагогической деятельности за счет приобретения профессиональных компетенций в области графического дизайна.

2 Место учебного модуля в структуре ОП направления подготовки

УМ «Графический дизайн» относится к вариативной части блока Модуля 1 профиля «Изобразительное искусство и дополнительное образование: декоративно-прикладное искусство» как модуль по выбору. Для освоения УМ «Графический дизайн» студенты используют знания, умения, навыки, полученные в процессе изучения модулей «Основы рисунка и живописи», «Композиция», «Математика и информационные технологии в образовании», «КТ в графическом дизайне», «Компьютерная графика и основы черчения» и др.

В свою очередь, изучение данного УМ является одной из основ для изучения модулей художественного цикла: «Художественное оформление в образовательном учреждении», «Методика преподавания изобразительного и декоративно-прикладного искусства», «Педагогическая практика» и других.

Логическая и содержательно-методическая связь УМ «Графический дизайн» с другими учебными модулями художественного цикла заключается в циклическом развитии специальных компетенций художественно-педагогической деятельности, основанных на взаимобменных процессах между этими учебными модулями.

3 Требования к результатам освоения учебного модуля

Процесс изучения УМ направлен на формирование компетенций по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (по двум профилям подготовки)

Профили «Изобразительное искусство и дополнительное образование: декоративно-прикладное искусство»

В результате освоения модуля студент должен:

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Знать	Уметь	Владеть
СК-4 Готов реализовывать изобразительные навыки в работе над композицией в графическом дизайне	Базовый уровень	теоретические и методологические основы дизайна, технологические и полиграфические процессы создания конечного продукта в графическом дизайне	уметь определять необходимый набор средств, технологических процессов создания продукта графического дизайна в зависимости от задач художественного проектирования;	уметь создавать оригинал-макеты с использованием принципов художественной композиции и компьютерных технологий;

СК-5 Готов к самостоятельной художественно-творческой деятельности в дизайне и компьютерной графике	Базовый уровень	возможности графического дизайна в собственной художественно-творческой и педагогической деятельности и в культурной, эстетической, среде современного человека; имеет собственное эстетическое отношение к среде визуальных коммуникаций.	использовать возможности графического дизайна в собственной художественно-творческой и педагогической деятельности культурной, эстетической, среде современного человека;	навыками эффективного использования компьютерные технологии, инструменты и оборудование, технологические и производственные процессы создания продукта дизайна в области визуальных коммуникаций для решения художественно-творческих и профессионально-педагогических задач.
---	-----------------	--	---	---

4 Структура и содержание учебного модуля

4.1 Трудоемкость учебного модуля

Учебная работа (УР)	Всего	Распределение по семестрам		Коды формируемых компетенций
		5	6	
Трудоемкость модуля в зачетных единицах (ЗЕТ)	6		6	СК-4, СК-5
Распределение трудоемкости по видам УР в академических часах (АЧ): УМ Графический дизайн - лекции - практические занятия в т.ч. аудиторная СРС, - внеаудиторная СРС			36 54 18 126	СК-4, СК-5
Аттестация: экзамен, в т.ч.			36	

4.2 Содержание и структура разделов учебного модуля

УМ «Графический дизайн»

Раздел 1. Дизайн как вид изобразительного искусства.

1.1 Теоретические и методологические основы дизайна.

1.2 Дизайн как художественно-проектная деятельность.

1.3 Графический дизайн – художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной визуально-коммуникативной среды.

1.4 Особенности композиции в графическом дизайне. Процесс проектирования в дизайне.

1.5 Творческий процесс в графическом дизайне.

1.6 Дизайн и маркетинг в визуальных коммуникациях.

1.7 Особенности профессии художника — дизайнера. Профессия дизайнера на рынке труда.

Раздел 2 Фирменный стиль

2.1 Фирменный стиль набор графических форм и принципов построения визуальной коммуникации, объединённых единой идеей.

2.2 Товарный знак — основа фирменного стиля. История происхождения и развития товарного знака и фирменного стиля.

2.3 Бренд. Ребрендинг.

2.4 Составляющие фирменного пакета. Выбор набора элементов стиля в зависимости от задач проектирования.

2.5 Рекомендуемые шрифты, цвета — основные составляющие фирменного стиля.

2.6 Разработка элементов стиля.

2.7 Корпоративный персонаж.

2.8 Дополнительные графические элементы стиля

2.9 Руководство по использованию фирменного стиля. Брэндбук.

2.10 Выбор технологий печати, оформление, подача работы.

Раздел 3. Проектирование фирменного стиля.

3.1 Сбор аналогов. Замысел.

3.2 Разработка идеи. Эскизирование. Разработка идеи логотипа (знака). Эскизирование

3.3 Разработка электронной версии логотипа (знака)

3.4 Выбор рекомендуемых шрифтов для деловой документации

3.5 Выбор рекомендуемых цветов для деловой документации

3.6 Разработка вариантов изображения логотипа

3.7 Разработка визитных карточек

3.8 Разработка фирменных бланков

3.9 Разработка конверта

3.10 Разработка требований к использованию стиля в наружной рекламе

3.11 Разработка вариантов нанесения элементов стиля в сувенирной и представительской продукции

3.12 Разработка вариантов использования элементов стиля в рекламе в печатных изданиях

3.13 Разработка вариантов использования элементов стиля в других областях визуальных коммуникаций

3.14 Разработка идеи, образа корпоративного персонажа. Эскизирование.

3.15 Создание электронной версии персонажа

3.16 Разработка дополнительных графических элементов стиля

3.17 Компоновка руководства по использованию фирменного стиля, подготовка к печати

3.18 Печать брэндбука, оформление, подача работы

Календарный план, наименование разделов учебного модуля с указанием трудоемкости по видам учебной работы представлены в технологической карте учебного модуля (Приложение Б).

4.3 Организация изучения учебного модуля

УМ «Графический дизайн» состоит из трех разделов. Это теоретические и практические занятия, которые посвящены теории дизайна и практике художественного проектирования фирменного стиля.

Методические рекомендации по изучению учебного модуля: Приложение А.

5 Контроль и оценка качества освоения учебного модуля

Контроль качества освоения студентами УМ и его составляющих осуществляется непрерывно в течение всего периода обучения с использованием балльно-рейтинговой системы (БРС).

Для оценки качества освоения модуля используются формы контроля: текущий – регулярно в течение всего семестра; рубежный (промежуточная аттестация) – на девятой неделе семестра; семестровый (промежуточная аттестация) – по окончании изучения УМ.

Оценка качества освоения модуля осуществляется с использованием фонда оценочных средств, разработанного для данного модуля, по всем формам контроля в соответствии с положением «Об организации учебного процесса по основным образовательным программам высшего профессионального образования» и положением о «Фонде оценочных средств».

Критерии оценки качества освоения студентами учебного модуля «Графический дизайн», 6 семестр

- Оценка «удовлетворительно» – 150-209 баллов
- Оценка «хорошо» – 210-269 баллов
- Оценка «отлично» – 270-300 баллов

Содержание видов контроля и их график отражены в технологической карте учебного модуля (ПРИЛОЖЕНИЕ Б).

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного модуля

Представлено Картой учебно-методического обеспечения: Приложение В

7 Материально-техническое обеспечение учебного модуля

Образовательный процесс по модулю проводится в: аудитории для лекционных занятий, оборудованной мультимедиапроектором; компьютерном классе с доступом в Интернет и компьютерами с предустановленными графическими редакторами, а также в студии, где проходит процесс эскизирования и разработки замысла. Результатом работы над практическим заданием является макет выполненный «в материале», цветная печать. Обязательно использование компьютерных технологий при организации коммуникации со студентами для представления информации, выдачи рекомендаций и консультирования по текущим вопросам (электронная почта, скайп или интернет-мессенджеры).

Приложения:

А – Методические рекомендации для преподавателей и студентов по организации изучения учебного модуля

Б – Технологическая карта

В – Карта учебно-методического обеспечения УМ

Г – Паспорт компетенций

Приложение А

Методические рекомендации для преподавателей и студентов по организации изучения учебного модуля «Графический дизайн»

Цели учебного модуля: формирование у студентов специальных компетенций художественно-проектной деятельности в области графического дизайна по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды.

Задачами УМ являются:

- изучение теоретических и методологических основ дизайна как вида искусства;
- формирование навыков художественного проектирования и создания продукта графического дизайна;
- развитие образного мышления и творческих способностей в художественно-изобразительной деятельности

Методические рекомендации для преподавателей по организации теоретической части УМ «Графический дизайн»:

Теоретические занятия по УМ «Графический дизайн» направлены не только на изучение теоретических и методологических основ дизайна как вида искусства, но и развитию активного эстетического отношения к продуктам сферы визуальных коммуникаций, рекламным технологиям, процессам создания дизайнерского продукта. Поэтому в процессе изучения разделов предусмотрены обсуждения вопросов функционирования дизайна в различных областях человеческой деятельности в рамках дискуссий и собеседований.

Лекционные занятия по УМ «Графический дизайн» рекомендуется проводить для всей учебной группы в кабинете, оснащенном техническими средствами обучения для показа иллюстративного материала и лицензионным программным обеспечением (графическими редакторами).

На занятиях следует использовать образцы работ известных мастеров зарубежного и отечественного изобразительного искусства, дизайна, работы студентов предшествующих выпусков из методического фонда кафедры.

Учебная литература, программы, наглядные пособия и другое учебно-методическое обеспечение должны отражать современные достижения в области истории, теории и методики преподавания.

Исследовательскую работу студентов рекомендуется проводить на основе образцов дизайна, что способствует повышению мотивации студентов к занятиям, к определению в выборе тем выпускных квалификационных работ.

УМ «Графический дизайн»		
Разделы	Часов ЛК	Задачи раздела
Раздел 1. Дизайн как вид изобразительного искусства.	14	Теоретические и методологические основы дизайна. Дизайн как художественно-проектная деятельность. Графический дизайн – художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной визуально-коммуникативной среды. Особенности композиции в графическом дизайне. Процесс проектирования в дизайне. Творческий процесс в графическом дизайне. Дизайн и маркетинг в визуальных коммуникациях. Особенности профессии художника — дизайнера. Профессия дизайнера на рынке труда.

Раздел 2 Фирменный стиль	22	Фирменный стиль набор графических форм и принципов построения визуальной коммуникации, объединённых единой идеей. Товарный знак — основа фирменного стиля. История происхождения и развития товарного знака и фирменного стиля. Бренд. Ребрендинг. Составляющие фирменного пакета. Выбор набора элементов стиля в зависимости от задач проектирования. Рекомендуемые шрифты, цвета — основные составляющие фирменного стиля. Разработка элементов стиля. Корпоративный персонаж. Дополнительные графические элементы стиля Руководство по использованию фирменного стиля. Брэндбук. Выбор технологий печати, оформление, подача работы.
--------------------------	----	---

Методические рекомендации для преподавателей по организации практической части УМ «Графический дизайн»:

Практические задания по созданию фирменного стиля на заданную тему — это творческое задание по созданию образа организации, компании, товара или услуги в котором преподаватель курса является одновременно «заказчиком» работы и составителем технического задания на проектирование. Процесс создания фирменного стиля включает в себя как разработку творческого замысла и этап эскизирования, так и этап создания электронного ОМ с помощью компьютерных технологий.

Необходимой стадией работы является «сбор аналогов» — изучение информации по теме композиционного задания, изучения опыта мастеров. Для этого необходимо посещать тематические выставки изобразительного искусства, полиграфические выставки. Однако, основное количество информации можно найти в Интернете.

Важной задачей практических заданий в УМ Графический дизайн является их выполнение на основе интеграции особенностей художественной композиции, практических навыков работы в графических редакторах и соблюдения технологических требований к оригинал-макету.

Не все практические занятия должны проходить в компьютерном классе, где имеются рабочие места для всей группы.

Необходимо учитывать, что результатом работы над практическим заданием является макет выполненный «в материале», например, цветная печать, широкоформатная печать и т.д. Поэтому, желательно предусмотреть возможность изготовления или использования готовых образцов — цветной печати.

УМ «Графический дизайн»		
Разделы	Часов ПЗ	Задачи раздела
Раздел 3. Проектирование фирменного стиля.	54	Сбор аналогов. Замысел. Разработка идеи. Эскизирование. Разработка идеи логотипа (знака). Эскизирование Разработка электронной версии логотипа (знака) Выбор рекомендуемых шрифтов для деловой документации Выбор рекомендуемых цветов для деловой документации Разработка вариантов изображения логотипа Разработка визитных карточек Разработка фирменных бланков Разработка конверта

		Разработка требований к использованию стиля в наружной рекламе Разработка вариантов нанесения элементов стиля в сувенирной и представительской продукции Разработка вариантов использования элементов стиля в рекламе в печатных изданиях Разработка вариантов использования элементов стиля в других областях визуальных коммуникаций Разработка идеи, образа корпоративного персонажа. Эскизирование Создание электронной версии персонажа Разработка дополнительных графических элементов стиля Компоновка руководства по использованию фирменного стиля, подготовка к печати Печать брендбука, оформление, подача работы
--	--	---

Методические рекомендации для СРС студентов по изучению УМ «Графический дизайн»

Цели учебного модуля: формирование у студентов специальных компетенций художественно-проектной деятельности в области графического дизайна по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды.

Задачами УМ являются:

- изучение теоретических и методологических основ дизайна как вида искусства;
- формирование навыков художественного проектирования и создания продукта графического дизайна;
- развитие образного мышления и творческих способностей в художественно-изобразительной деятельности

Методические рекомендации по теоретической части самостоятельной работы студентов:

Теоретические занятия по УМ «Графический дизайн» направлены не только на изучение теоретических и методологических основ дизайна как вида искусства, но и развитию активного эстетического отношения к продуктам сферы визуальных коммуникаций, рекламным технологиям, процессам создания дизайнерского продукта. Поэтому в процессе изучения разделов предусмотрены обсуждения вопросов функционирования дизайна в различных областях человеческой деятельности в рамках дискуссий и собеседований.

УМ «Графический дизайн»		
Разделы	Часов СРС	Задачи раздела
Раздел 1. Дизайн как вид изобразительного искусства.	7	Теоретические и методологические основы дизайна. Дизайн как художественно-проектная деятельность. Графический дизайн – художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной визуально-коммуникативной среды. Особенности композиции в графическом дизайне. Процесс проектирования в дизайне. Творческий процесс в графическом дизайне. Дизайн и маркетинг в визуальных коммуникациях. Особенности профессии художника — дизайнера. Профессия дизайнера на рынке труда.
Раздел 2 Фирменный стиль	11	Фирменный стиль набор графических форм и принципов построения визуальной коммуникации, объединённых единой идеей. Товарный знак — основа фирменного стиля. История происхождения и развития товарного знака и фирменного стиля. Бренд. Ребрендинг. Составляющие фирменного пакета. Выбор набора элементов стиля в зависимости от задач проектирования. Рекомендуемые шрифты, цвета — основные составляющие фирменного стиля. Разработка элементов стиля. Корпоративный персонаж. Дополнительные графические элементы стиля Руководство по использованию фирменного стиля. Брэндбук. Выбор технологий печати, оформление, подача работы.

Примерные вопросы из фонда оценочных средств. Дискуссия.

1.1 Охарактеризуйте отличия творческого процесса в графическом дизайне от творческого процесса создания образа в живописи, графике и т.д.

1.2 В чем заключается роль принципов маркетинга в визуальных коммуникациях?

1.3 Почему профессия дизайнера востребована на рынке труда?

Критерии оценки. Дискуссия

«5» 90-100% от кол-ва баллов на задание	Если при обсуждении вопроса студент демонстрирует высокий уровень осведомленности в рамках обсуждаемой проблемы, активное отношение к обсуждаемой проблеме, соответствие прагматическим параметрам обсуждения; выражает личное отношение к проблеме.
«4» 70-89% от кол-ва баллов на задание	Если при обсуждении вопроса студент демонстрирует средний уровень осведомленности в рамках обсуждаемой проблемы, активное отношение к обсуждаемой проблеме, соответствие прагматическим параметрам обсуждения; затрудняется с выражением личного отношения.
«3» 50-69% от кол-ва баллов на задание	Если при обсуждении вопроса студент демонстрирует средний уровень осведомленности в рамках обсуждаемой проблемы, активное отношение к обсуждаемой проблеме, но не соответствует прагматическим параметрам обсуждения;

Примерные вопросы из фонда оценочных средств. Собеседование.

1. Как вы понимаете, что такое теоретические и методологические основы дизайна?

2. Как вы можете объяснить, в чем суть дизайна как художественно-проектной деятельности?

3. В чем особенность творческого процесса в графическом дизайне?

4. Каковы точки соприкосновения дизайна и маркетинга в среде визуальных коммуникаций?

5. Каковы особенности профессии художника — дизайнера.

6. В чем отличие товарного знака и логотипа?

11. Торговая марка, бренд, тренд, в чем отличие?

12. Что общего между гербом, экслибрисом и товарным знаком?

13 Как защищен товарный знак, стиль?

14. Какие требования предъявляются к товарному знаку и логотипу с точки зрения дизайна, как вида искусства?

15. Что такое типографика?

16. Каковы основные образующие элементы фирменного стиля?

17. Для чего нужен корпоративный или рекламный персонаж, корпоративный герой?

18. Оцените качество визуальных коммуникаций в вашем городе.

Критерии оценки. собеседование:

«5» — 90-100% от кол-ва баллов на задание	Если при обсуждении вопроса студент демонстрирует полное знание теории, содержания, логической структуры раздела, знание специальной терминологии и определений ключевых понятий раздела, соответствие прагматическим параметрам обсуждения; выражает личное отношение к проблеме.
---	--

«4» — 70-89% от кол-ва баллов на задание	Если при обсуждении вопроса студент демонстрирует полное знание теории, содержания, логической структуры раздела, соответствие прагматическим параметрам обсуждения; однако показывает недостаточное знание специальной терминологии и определений ключевых понятий раздела, объясняет «своими словами».
«3» — 50-69% от кол-ва баллов на задание	Если при обсуждении вопроса студент демонстрирует полное знание теории, содержания, логической структуры раздела, однако показывает недостаточное знание специальной терминологии и определений ключевых понятий раздела, объясняет «своими словами» а также демонстрирует минимальную прагматичность своего ответа для обсуждения.

Методические рекомендации по практической части самостоятельной работы студентов:

В течение семестра выполняются практические задания по созданию фирменного стиля на заданную тему. Это творческое задание по созданию образа организации, компании, товара или услуги в котором преподаватель курса является одновременно «заказчиком» работы и составителем технического задания на проектирование. Процесс создания фирменного стиля включает в себя как разработку творческого замысла и этап эскизирования, так и этап создания электронного ОМ с помощью компьютерных технологий.

Необходимой стадией работы является «сбор аналогов» — изучение информации по теме композиционного задания, изучения опыта мастеров. Для этого необходимо посещать тематические выставки изобразительного искусства, полиграфические выставки. Однако, основное количество информации можно найти в Интернете.

Важной задачей практических заданий в УМ Графический дизайн является их выполнение на основе интеграции особенностей художественной композиции, практических навыков работы в графических редакторах и соблюдения технологических требований к оригинал-макету.

УМ «Графический дизайн»		
Разделы	Часов СРС	Задачи раздела
Раздел 3. Проектирование фирменного стиля.	72	Сбор аналогов. Замысел. Разработка идеи. Эскизирование. Разработка идеи логотипа (знака). Эскизирование Разработка электронной версии логотипа (знака) Выбор рекомендуемых шрифтов для деловой документации Выбор рекомендуемых цветов для деловой документации Разработка вариантов изображения логотипа Разработка визитных карточек Разработка фирменных бланков Разработка конверта Разработка требований к использованию стиля в наружной рекламе Разработка вариантов нанесения элементов стиля в сувенирной и представительской

		продукции Разработка вариантов использования элементов стиля в рекламе в печатных изданиях Разработка вариантов использования элементов стиля в других областях визуальных коммуникаций Разработка идеи, образа корпоративного персонажа. Эскизирование Создание электронной версии персонажа Разработка дополнительных графических элементов стиля Компоновка руководства по использованию фирменного стиля, подготовка к печати Печать брэндбука, оформление, подача работы
--	--	--

Критерии оценки творческого задания

«5» — 90-100% от кол-ва баллов на задание	Работа соответствует техническому заданию и задачам проектирования, проект фирменного стиля правильно оформлен и соответствует техническим требованиям.
«4» — 70-89% от кол-ва баллов на задание	Работа соответствует техническому заданию и задачам проектирования, проект фирменного стиля содержит ошибки в оформлении и соответствии техническим требованиям.
«3» — 50-69% от кол-ва баллов на задание	Работа соответствует техническому заданию и задачам проектирования более чем на 50%, проект фирменного стиля содержит ошибки в оформлении и соответствии техническим требованиям.

Основанием для снижения оценки является несоответствие работы заданию, недостаточная разработка образа, несоответствие проекта задачам проектирования, несоответствие ОМ техническим требованиям.

Примерные темы для разработки стиля:

1. Городской краеведческий музей.
2. Боулинг-клуб
3. Мастерская праздника.
4. Фитнес-клуб
5. Горнолыжный курорт
6. Ночной клуб
7. Туристическая фирма
8. Магазин женской одежды
9. Ежемесячный журнал
10. Военно-исторический клуб
11. Дайвинг-клуб
12. Оконная фирма
13. Витражная мастерская
14. Продуктовый супермаркет
15. Детский центр

Вопросы к экзамену.

1. Дайте определение графического дизайна, как вида изобразительного искусства.
2. Перечислите основные направления графического дизайна.
3. Каковы теоретические и методологические основы дизайна
4. В чем суть дизайна как художественно-проектной деятельности?
5. Опишите творческий процесс в графическом дизайне своими словами
6. Каковы точки соприкосновения дизайна и маркетинга в среде визуальных коммуникаций?
7. Каковы особенности профессии художника — дизайнера.
8. Как сегодня можно определить продукт графического дизайна?
9. Какие основные разделы графического дизайна сегодня существуют?
10. Дайте определение товарному знаку и логотипу. В чем разница?
11. Что такое торговая марка, бренд?
12. Типология товарных знаков.
13. Происхождение товарных знаков.
14. Функции товарных знаков.
15. Что такое товарный знак с точки зрения юриспруденции?
16. Какие требования предъявляются к товарному знаку и логотипу с точки зрения дизайна, как вида искусства?
17. Что такое типографика?
18. Каковы основные образующие элементы фирменного стиля?
19. От чего зависит выбор элементов и содержания фирменного стиля?
- Что такое брендбук, гайдлайн, для чего они нужны?
20. Какими законами руководствуется художник в творческом процессе проектирования в графическом дизайне?
21. Что такое рестайлинг, ребрендинг, нэйминг, айдентика?
22. Что такое корпоративный или рекламный персонаж, корпоративный герой, для чего он создается?
23. Какие художественные материалы и компьютерные технологии используются в процессе создания фирменного стиля в графическом дизайне?
24. Каково, по вашему мнению качество визуальных коммуникаций в вашем городе?

Критерии оценки. Экзамен:

«5» 45-50 баллов	Если в ответе студент демонстрирует полное знание теории, содержания, знание специальной терминологии и определений ключевых понятий раздела, выражает личное отношение к проблеме на основе опыта выполнения практических заданий.
«4» 35-44 балла	Если в ответе студент демонстрирует полное знание теории, содержания, определяет ключевых понятия «своими словами», но выражает личное отношение к проблеме на основе опыта выполнения практических заданий.
«3» 25-34 балла	Если в ответе студент демонстрирует полное знание теории, содержания, определяет ключевых понятия «своими словами», не может определиться с личным отношением к проблеме на основе опыта выполнения практических заданий.

Приложение Б

Технологическая карта учебного модуля УМ «Графический дизайн» семестр 6, ЗЕТ 6, вид аттестации экзамен, акад.часов 90, баллов рейтинга 300

№ и наименование раздела учебного модуля, КП/КР	№ неде- ли сем.	Трудоемкость, ак.час					Форма текущего контроля успе- в. (в соотв. С пас- портом ФОС)	Максим. Кол-во баллов рейтинга
		Аудиторные занятия				СРС		
		ЛЕ К	ПЗ	ЛР	АСРС			
УМ «Графический дизайн»		36	54		18	126		
Раздел 1. Дизайн как вид изобразительного искусства.								
1.1 Теоретические и методологические основы дизайна.	1	2			1	1		
1.2 Дизайн как художественно-проектная деятельность.	2	2			1	1	Собеседование	5
1.3 Графический дизайн – художественно-проектная деятельность по соз- данию гармоничной визуально-коммуникативной среды.	3	2			1	1	Собеседование	5
1.4 Особенности композиции в графическом дизайне. Процесс проектиро- вания в дизайне.	4	2			1	1	Собеседование	5
1.5 Творческий процесс в графическом дизайне.	5	2			1	1	Дискуссия	5
1.6 Дизайн и маркетинг в визуальных коммуникациях.	6	2			1	1	Дискуссия	5
1.7 Особенности профессии художника — дизайнера. Профессия дизай- нера на рынке труда.	7	2			1	1	Дискуссия	5
Раздел 2. Разработка фирменного стиля организации.								
2.1 Фирменный стиль набор графических форм и принципов построения визуальной коммуникации, объединённых единой идеей.	8	2			1	1	Собеседование	5
2.2 Товарный знак — основа фирменного стиля. История происхождения и развития товарного знака и фирменного стиля.	9-10	4			2	2		10
2.3 Бренд. Ребрендинг.	11	2			1	1	Собеседование	3
2.4 Составляющие фирменного пакета. Выбор набора элементов стиля в зависимости от задач проектирования.	12	2			1	1	Собеседование	5
2.5 Рекомендуемые шрифты, цвета — основные составляющие фирменно- го стиля.	13	2			1	1	Собеседование	3
2.6 Разработка элементов стиля.	14	2			1	1	Собеседование	3

2.7 Корпоративный персонаж.	15	2			1	1	Собеседование	5
2.8 Дополнительные графические элементы стиля	16	2			1	1	Собеседование	3
2.9 Руководство по использованию фирменного стиля. Брэндбук.	17	2			1	1	Собеседование	3
2.10 Выбор технологий печати, оформление, подача работы.	18	2			1	1	Собеседование	5
Раздел 3. Проектирование фирменного стиля.								
3.1 Сбор аналогов. Замысел.	1		3			4	Творческое задание	10
3.2 Разработка идеи. Эскизирование. Разработка идеи логотипа (знака). Эскизирование	2		3			4	Творческое задание	10
3.3 Разработка электронной версии логотипа (знака)	3		3			4	Творческое задание	10
3.4 Выбор рекомендуемых шрифтов для деловой документации	4		3			4	Творческое задание	10
3.5 Выбор рекомендуемых цветов для деловой документации	5		3			4	Творческое задание	10
3.6 Разработка вариантов изображения логотипа	6		3			4	Творческое задание	10
3.7 Разработка визитных карточек	7		3			4	Творческое задание	10
3.8 Разработка фирменных бланков	8		3			4	Творческое задание	10
3.9 Разработка конверта	9		3			4	Творческое задание	5
3.10 Разработка требований к использованию стиля в наружной рекламе	10		3			4	Творческое задание	10
3.11 Разработка вариантов нанесения элементов стиля в сувенирной и представительской продукции	11		3			4	Творческое задание	10
3.12 Разработка вариантов использования элементов стиля в рекламе в печатных изданиях	12		3			4	Творческое задание	10
3.13 Разработка вариантов использования элементов стиля в других областях визуальных коммуникаций	13		3			4	Творческое задание	10
3.14 Разработка идеи, образа корпоративного персонажа. Эскизирование	14		3			4	Творческое задание	10
3.15 Создание электронной версии персонажа	15		3			4	Творческое задание	10

							задание	
3.16 Разработка дополнительных графических элементов стиля	16		3			4	Творческое задание	10
3.17 Компоновка руководства по использованию фирменного стиля, подготовка к печати	17		3			4	Творческое задание	10
3.18 Печать брэндбука, оформление, подача работы	18		3			4	Творческое задание	10
Аттестация						36	Экзамен	50
Итого:		36	54		18	126		300

Критерии оценки качества освоения студентами УМ «Графический дизайн»

Рубежная (промежуточная) аттестация

- оценка «удовлетворительно» – 62-87
- оценка «хорошо» – 88-112
- оценка «отлично» – 113-125 баллов

Семестровый контроль

- оценка «удовлетворительно» – 150-209
- оценка «хорошо» – 210-269
- оценка «отлично» – 270-300 баллов

Экзамен

- оценка «удовлетворительно» – 25-34
- оценка «хорошо» – 35-44
- оценка «отлично» – 45-50 баллов

Приложение В

Карта учебно-методического обеспечения

УМ «Графический дизайн» Курс 3

Семестр 6

Направление Педагогическое образование (по двум профилям подготовки)

Профили «Изобразительное искусство и дополнительное образование: декоративно-прикладное искусство»

Формы обучения **дневная**

Часов: всего: **216** ч, лекций **36** практ. зан. **54** ч, внеаудиторных СРС **126** ч, экзамен.

Обеспечивающая кафедра **ИЗИиМП**

Таблица 1 – Обеспечение модуля учебными изданиями

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол.стр.)	Вид занятия, в котором используется	Число часов, обеспечиваемых изданием	Кол.экз. в библиотечке НовГУ	Примечание
1. Заёнич В. М. Основы творческо-конструктивной деятельности: предметная среда и дизайн : учебник для студ. высш. учеб. заведений / В. М. Заёнич, А. А. Карачёв, В. Е. Шмелёв. — М.: Издательский центр «Академия», 2006.	срс	90	20	Гриф
2. Куманин В.И., Лобацкая Р.М., Черных М.М. /Дизайн. История, современность, перспективы/ Издательство: Аванта+. 2011	пр.	54	7	Гриф
3. Курушин, В.Д. /Графический дизайн и реклама: Самоучитель /Москва/ ДМК Пресс /2008. – 272 с.	срс	90	1	
4. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для вузов. – М. : Юнити-Дана, 2009 . – 239 с	пр.	54	3	

Учебно-методические издания

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол.стр.)	Вид занятия, в котором используется	Число часов, обеспечиваемых изданием	Кол.экз. в библиотечке НовГУ	Примечание
1 Рабочая программа (Поровский А.Г. – НовГУ, 2015. – 26 с.)	пр. лк.	216	1	http://www.novsu.ru/study/umk/
2 Поровский А.Г. Разработка логотипа и фирменного стиля на занятиях по графическому дизайну: учебно-методическое пособие / А.Г. Поровский; НовГУ им. Ярослава Мудрого. -	пр.	6	10 (90)	печатн. ЭБС «Библиотех»

Великий Новгород, 2011. – 36 с.				
---------------------------------	--	--	--	--

Таблица 2 – Информационное обеспечение учебного модуля

Название программного продукта, интернет-ресурса	Электрон- ный адрес	Примечание
Библиотека художника	http://vk.com/club6525004	профессиональное сообщество в социальной сети
Союз дизайнеров России	http://www.sdrussia.ru/	Сайт творческого союза

Учебно-методическое обеспечение модуля 100 %.

Действительно для учебного года 2015/2016

Зав. кафедрой _____ Г.А. Поровская

«_____» _____ 2015 г.

СОГЛАСОВАНО

НБ НовГУ: Заведующий отделом библиотеки _____ Ломоносова Л.Ф.

Приложение Г

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
Институт непрерывного педагогического образования

Кафедра изобразительных искусств и методики преподавания

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

Учебный модуль по направлению подготовки
44.03.05 Педагогическое образование (по двум профилям подготовки)
Профили «Изобразительное искусство и дополнительное образование: декоративно-
прикладное искусство»

Паспорт специальных компетенций

Разработал доцент каф.ИЗИиМП
Поровский А.Г.

Принято на заседании кафедры
Протокол № _____ от _____ 2013 г.
Заведующий кафедрой
_____ Г.А. Поровская

_____ 2 г.

СК-4 готов реализовывать изобразительные навыки в работе над композицией в графическом дизайне

Уровни	Показатели	Оценочная шкала		
		3	4	5
Базовый уровень	Знает теоретические и методологические основы дизайна, технологические и полиграфические процессы создания конечного продукта в графическом дизайне	Имеет общее представление о теоретических и методологических основах дизайна, технологических и полиграфических процессах создания конечного продукта в графическом дизайне	Имеет полное представление о теоретических и методологических основах дизайна, технологических и полиграфических процессах создания конечного продукта в графическом дизайне. Владеет возможностями компьютерных технологий в процессах проектирования в дизайне.	Имеет полное представление о теоретических и методологических основах дизайна, технологических и полиграфических процессах создания конечного продукта в графическом дизайне. Владеет возможностями компьютерных технологий в процессах проектирования в дизайне. Способен выявлять особенности композиции. графического дизайн.
	Умеет определять необходимый набор средств, технологических процессов создания продукта графического дизайна в зависимости от задач художественного проектирования;	Не полностью способен самостоятельно определять необходимый набор средств, технологических процессов создания продукта графического дизайна в зависимости от задач художественного проектирования;	Способен самостоятельно определять необходимый набор средств, технологических процессов создания продукта графического дизайна в зависимости от задач художественного проектирования; затрудняется с определением технологического процесса изготовления продукта дизайна в зависимости от задачи проектирования.	Способен самостоятельно определять необходимый набор средств, технологических процессов создания продукта графического дизайна в зависимости от задач художественного проектирования, выбирать технологический процесс изготовления продукта дизайна в зависимости от задачи проектирования.
	Владеет навыками создания оригинал-макетов с использованием принципов художественной композиции и компьютерных технологий;	Владеет навыками создания оригинал-макетов с использованием принципов художественной композиции. Испытывает значительные затруднения в создании оригинал-макетов с использованием принципов компьютерных технологий;	Владеет навыками создания оригинал-макетов с использованием принципов художественной композиции. Испытывает незначительные затруднения в создании оригинал-макетов с использованием принципов компьютерных технологий;	Владеет навыками создания оригинал-макетов с использованием принципов художественной композиции. Не испытывает затруднений в создании оригинал-макетов с использованием принципов компьютерных технологий; и технологических требований.

СК-5 готов к самостоятельной художественно-творческой деятельности в дизайне и компьютерной графики

Уровни	Показатели	Оценочная шкала		
		3	4	5
Базовый уровень	Знать возможности графического дизайна в собственной художественно-творческой и педагогической деятельности и в культурной, эстетической, среде современного человека; имеет собственное эстетическое отношение к среде визуальных коммуникаций	Имеет общее представление о принципах функционирования графического дизайна в культурной, эстетической, среде современного человека; не имеет собственного отношения к среде визуальных коммуникаций.	Затрудняется с трактовкой отдельных принципов функционирования дизайна в культурной, эстетической, среде современного человека; имеет собственное эстетическое отношение к среде визуальных коммуникаций.	Имеет полное представление о принципах функционирования графического дизайна в культурной, эстетической, среде современного человека; занимает активную эстетическую позицию по отношению к среде визуальных коммуникаций.
	Уметь использовать возможности графического дизайна в собственной художественно-творческой и педагогической деятельности культурной, эстетической, среде современного человека;	Испытывает значительные затруднения в использовании возможности графического дизайна в собственной художественно-творческой и педагогической деятельности культурной, эстетической, среде современного человека;	Испытывает незначительные затруднения в использовании возможности графического дизайна в собственной художественно-творческой и педагогической деятельности культурной, эстетической, среде современного человека;	Способен самостоятельно использовать возможности графического дизайна в собственной художественно-творческой и педагогической деятельности культурной, эстетической, среде современного человека;
	Владеет навыками эффективного использования компьютерных технологий, инструменты и оборудование, технологические и производственных процессов создания продукта дизайна в области визуальных коммуникаций для решения художественно-творческих и профессионально-педагогических задач.	Испытывает значительные затруднения в эффективном использовании компьютерных технологий, инструменты и оборудование, технологические и производственных процессов создания продукта дизайна в области визуальных коммуникаций для решения художественно-творческих и профессионально-педагогических задач.	Испытывает незначительные затруднения в эффективном использовании компьютерных технологий, инструменты и оборудование, технологические и производственных процессов создания продукта дизайна в области визуальных коммуникаций для решения художественно-творческих и профессионально-педагогических задач.	Способен самостоятельно эффективно использовать компьютерные технологии, инструменты и оборудование, технологические и производственных процессы создания продукта дизайна в области визуальных коммуникаций для решения художественно-творческих и профессионально-педагогических задач.

