Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Артеменков Михаил Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.11.2026 18:50:57
Уникальный программный ключ:
a63b74166e8f4fc17bd1e0462725f79e393bfdf9

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленский государственный университет»

Кафедра дизайна и декоративно-прикладного искусства

«Утверждаю»
Проректор по учебно-методической работе
_____ Устименко Ю. А.
«23» июня 2022 г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.В.03 Фирменный стиль

Направление подготовки: **54.04.01Дизайн**
Направленность (профиль): **Графический дизайн**
Форма обучения: заочная
Курс – 2
Семестр – 3,4
Всего зачетных единиц – 4, часов – 144
Форма отчетности: зачет – 3,4 семестр

Программу разработал
Доцент Теплухина Е.В.

Одобрена на заседании кафедры
«16» июня 2022 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой Ю.А. Устименко

Смоленск
2022

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Фирменный стиль» относится к дисциплинам частиучебного плана, формируемой участниками образовательных отношений(Б1.В.03).

Изучение дисциплины «Фирменный стиль» необходимо для успешного освоения таких дисциплин, как «Типографика», «Верстка полиграфической продукции», а также для прохождения практик и выполнения ВКР.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индикаторы достижения
ПК-1. Способен к постановке художественно-творческих задач проекта и их решению; к определению перспективных трендов в дизайне и трансформации современных художественных идей, методов и инструментов с целью внедрения их в профессиональную деятельность; к творческому проявлению своей индивидуальности и профессиональному росту	**Знать:** теорию и практику дизайн-проектирования полиграфической продукции; перспективные тренды в дизайне и наиболее актуальные современные художественные идеи, теоретические основы композиции, технологии цвета и типографики; **Уметь:** ставить и решать художественно-творческие задачи проекта с учетом актуальных трендов развития искусства и дизайна в XXI веке; проявлять свою индивидуальность и стремление к профессиональному росту; использовать правила и законы композиции, технологию цвета, типографику и авторскую графику в профессиональной деятельности; **Владеть:** способностью к решению художественно-творческих задач в деятельности графического дизайнера с учетом современных тенденций и трендов в развитии искусства и дизайна.
ПК-2. Способен использовать современные компьютерные технологии для создания объектов полиграфической продукции	**Знать:** основы теории и методы компьютерного проектирования; информационные и компьютерные технологии, применяемые в профессиональной деятельности графического дизайнера; возможности компьютерной графики для реализации дизайн-проекта; средства репрезентации проектного замысла в графическом дизайне; приемы и способы разработки и реализации авторской идеи средствами компьютерной графики; графические редакторы, необходимые для создания дизайн-проекта и его последующей презентации; **Уметь:** использовать теоретические знания в практической работе дизайнера; проектировать объекты графического дизайна, опираясь на требования заказчика и руководствуясь принципами реализации авторской идеи; выполнять графические элементы визуальной среды в материале; использовать компьютерные технологии в проектировании графических объектов; **Владеть:** компьютерными технологиями, необходимыми для проектирования объектов графического дизайна; навыками выполнения объектов графического дизайна с помощью программ растровой и векторной графики.
ПК-3 -готов синтезировать набор возможных решений	**Знать:** этапы дизайн-проектирования, содержание и источники предпроектногоанализа; основы теории,

задач или подходов к выполнению дизайн-проекта, способен обосновывать свои предложения, составлять подробную спецификацию требований к проекту и реализовывать проектную идею, основанную на научном, концептуальном, творческом подходе на практике	методы и способы дизайнерского проектирования; приемы и способы разработки возможных решений задач или подходов квыполнению дизайн-проекта, пути и способы реализации проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе; требования кспецификации к дизайн-проекту; **Уметь:** обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной наконцептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; проектировать объектыграфического дизайна, опираясь на требования заказчика и руководствуясьпринципами реализации авторской идеи; **Владеть:** приемами создания и продвиженияавторского проектно-художественного замысла, основанного на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи,навыками составления подробной спецификации требований к проекту
ПК-4. Способен к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретной дизайнерской задачей	**Знать:** общую методологию проектирования продуктов дизайна и научного творчества, процесс получения продуктов дизайна, выбранного направления; особенности и характерные черты ведущих направлений в искусстве и дизайне; методы и стили художественно-творческой деятельности; методику организации и проведения исследования и творческого исполнения в области дизайна; **Уметь:** самостоятельно ставить и решать художественно-творческие задачи, направленные на получение продукта дизайна; использовать результаты научного исследования для достижения максимального результата при решении конкретной дизайнерской задачи; вести творческую работу в области дизайна; **Владеть:** навыками критического анализа продуктов дизайна; выбора и применения методов исследовательского и творческого характера, необходимых для решения конкретной дизайнерской задачи; исследовательских приемов и принципов графического дизайна; различными методами получения продукта дизайна.

3. Содержание дисциплины.

Способы и место работы над поиском концепций проектных идей в рамках формирования графического фирменного стиля. Возможности проектных предложений при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи в рамках стратегии дизайн-проектирования фирменного стиля компании. Системный подход при разработке проектной идеи, основанной на задачах профессиональной сферы деятельности.

4. Тематический план

№ п/п	Разделы и темы	Всего часов	Формы занятий	
			практические занятия	самостоятель-ная работа
3 семестр				
1	Фирменный стиль в системе формирования бренда. Теоретические аспекты технологии брендинга	22	6	16
2	Составление карты ассоциаций, работа с референсами, разработка	22	6	16
3	Разработка формальной композиции для визуализации ассоциаций будущего бренда	24	8	16
	Подготовка к зачету	4		4
	Итого	72	20	52
4 семестр				
4	Система идентичности бренда. Графический фирменный стиль как визуальный идентификатор бренда	26	6	20
5	Дизайн-проектирование графических атрибутов фирменного стиля	42	14	28
	Подготовка к зачету	4		4
	Итого	72	20	52
	Итого за семестр	**144**	**40**	**104**

5. Виды учебной деятельности.

Практические занятия

3 семестр

1. Фирменный стиль в системе формирования бренда. Теоретические аспекты технологии брендинга.

*Вопросы обсуждения:*фирменный стиль в системе формирования бренда. Основные определения, типы, классификация. История брендов и брендинга. Имидж бренда. Сегментирование потребителей в брендинге. Позиционирование бренда на рынке. Правовые основы бренда. Основные тенденции брендинга в современном мире.

*Практическая работа:*выполнить анализ известного бренда по заданному шаблону для овладения методами определения эффективности бренд-политики компании.

Самостоятельная работа:

1. Составить каталог успешных брендов заданной категории сферы деятельности.
2. Провести анализ этих брендов с выделением критериев их успешности (слоган, коммуникация с потребителем через созданного героя бренда, видео-сопровождение и т.д.).
3. Разработать презентацию на тему «Методы позиционирования бренда для успешного продвижения на рынке».

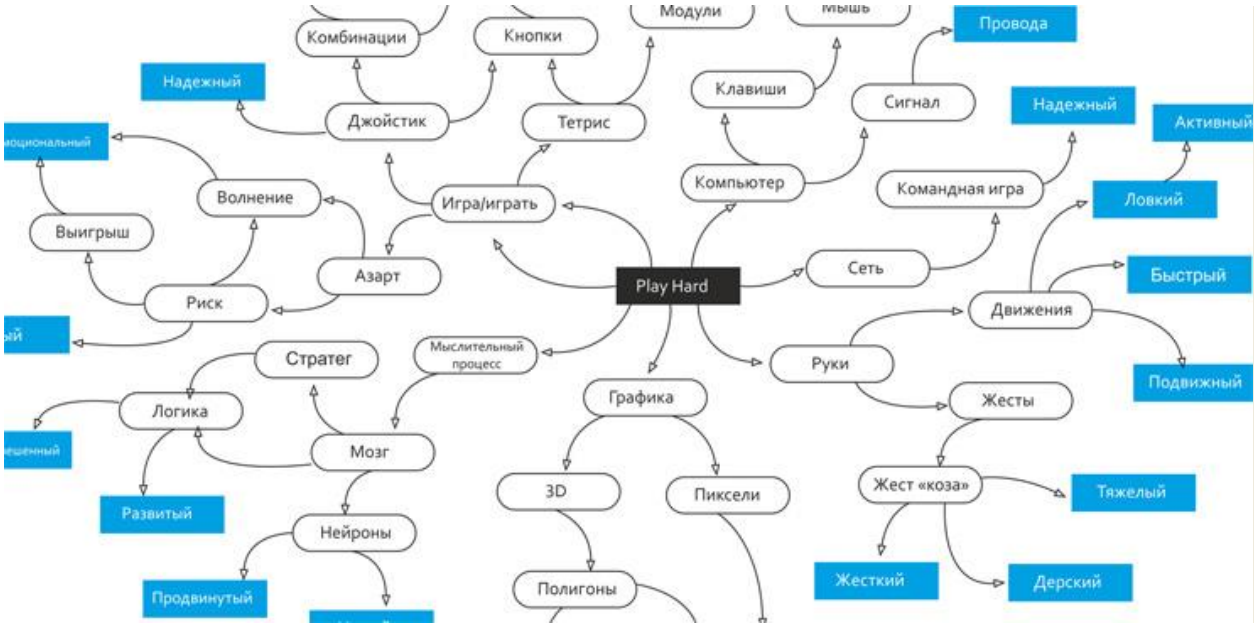
2. Составление карты ассоциаций, работа с референсами, разработкамудборда

*Вопросы обсуждения:*понятие «карты ассоциаций» и методика работы с ней.

Карта ассоциаций представляет собой наглядную запись всех понятий, связанных с ключевыми словами исследуемого объекта, а так же понятий, образованных от других понятий.

Целью составления карты ассоциаций является преобразование слов в визуальные образы.

Принцип работы:
- на чистом листе пишем название компании или ключевые слова, от которых собираемся отталкиваться в процессе разработки.
- начинаем подбирать ассоциации (существительные) и записываем по кругу все, что ассоциируется (и ассоциирует заказчик) с названием и с каждым отдельным словом названия. В первом круге необходимо записывать наиболее очевидные и прямые.
- второй и третий круг.
От существительных начинаем писать прилагательные, описывая ассоциации (существительные) к которым пришли. Прилагательные обозначить другим цветом.
С каждым новым кругом ассоциации становятся более отдаленными, и глубокими.
- Ищем ассоциации, которые должен вызывать будущий продукт/услуга у целевой аудитории. Начинаем поиск с прилагательных, которые выделены цветом:
- выделим смысловые цепочки, по которым будем рисовать эскизы. Задаём вопрос к названию: Какой? (например, Активный, ловкий, быстрый? Возможно. Продвинутый, умный, азартный? Скорее всего, да. Жесткий, дерзкий, тяжелый? Да, именно такой). Смотрим, с какими существительными связаны эти ассоциации, с какими предметами, графическими формами, цветами.



По получившейся карте возможно развить и другие ассоциативные направления развития проектируемого продукта/услуги/компании.Таким образом выстраивается взаимосвязь между нужной ассоциацией и визуальным образом.

Понятие «референс». Происходит от английского слова «**reference**», что переводится как «ссылка» или «сноска».Рисунок, фотография, паттерны, примеры уже существующих элементов фирменного стиля, которые дизайнер изучает перед работой, чтобы получить дополнительную информацию. Цели сбора референсов:

- получение видения того, какие образы и формы используются в сферах подобных проектируемой, какие выразительные средства, цвета, шрифты, техники используются.

- фотографии природных форм, ракурсов, линий, фактур и поверхностей передают характер проектируемого объекта и служат основой для разработки уникальных дополнительных элементов.

Референсы используются для составления мудборда.

Понятие «мудборд» –англ. moodboard–доска настроения.На отдельном слайде/странице, располагаются референсы, наиболее эмоционально характеризующие представление о направлении проектирования объекта.

Используется как примерное представление результата дизайна, возможность предоставить собеседнику/заказчику на существующих примерах своё видение результата.Составляется методами компьютерной графики, в технике коллажа и тд

*Практическая работа:*по заданной преподавателем организации (продукта, услуги и т.д.), для которой будет проектироваться фирменный стиль,необходимо:

- составить карту ассоциаций, состоящую не менее чем из трех кругов;
- выбрать три наиболее ярких ассоциации, характеризующих проектируемых объект;
- подобрать не менее 10 референсов, отвечающих выбранным ассоциациям;
- составить мудборд – карту настроений для проектируемого объекта.

*Самостоятельная работа:*визуализация средствами компьютерной графики (по выбору студентов) карты ассоциаций и мудборда.

3. Разработка формальной композиции для визуализации ассоциаций будущего бренда

Вопросы обсуждения:

Формальная композиция.

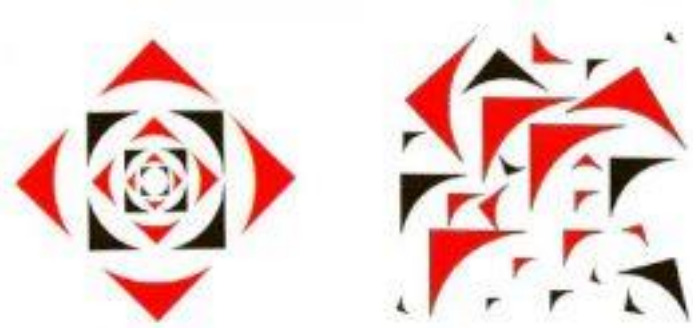
Композиция (лат. *compositio* — составление, связывание, сложение, соединение) — составление целого из частей. Формальная композиция — это композиция, построенная на сочетании абстрактных элементов (точка, линия, пятно, цвет), лишенная предметного содержания, демонстрирует законы, по которым строится визуальное произведение и позволяет проследить логику его построения.

Законы формальной композиции.

Существуют три основных закона композиции: закон целостности, равновесия, соподчинения.

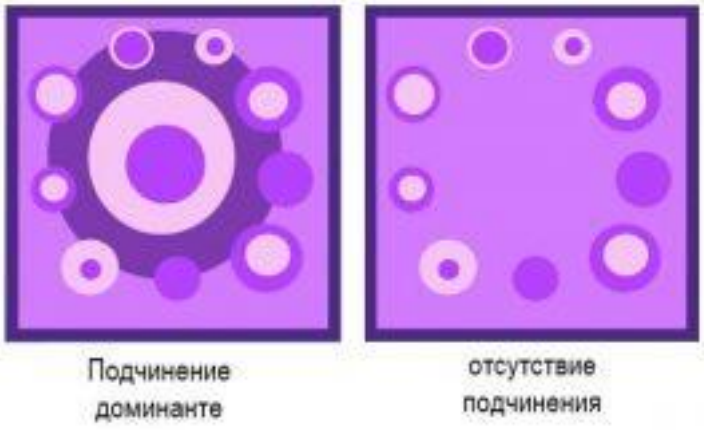
Закон целостности

Объединение элементов, частей в единое целое. Цельное произведение – это законченное произведение, в нем ни хочется ничего добавить и убрать. Благодаря соблюдению этого закона произведение воспринимается как единое неделимое целое, а не как сумма разрозненных элементов



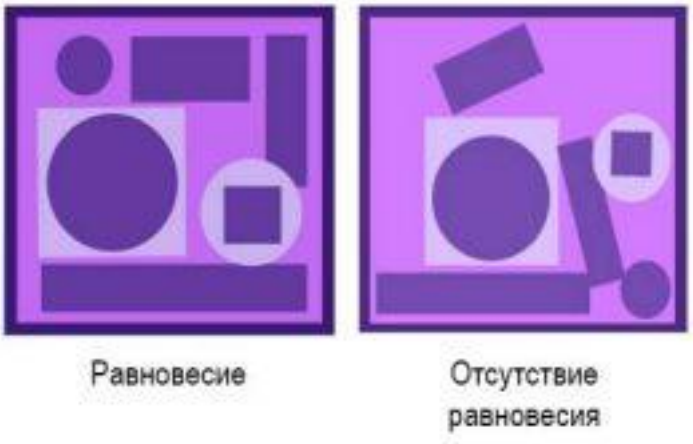
Закон соподчинения

Подчинение всех элементов изображения доминанте (главному элементу в композиции).



Закон равновесия

Такое состояние композиции, при котором все элементы сбалансированы между собой. Уравновешенная композиция выглядит гармонично.



Приемы формальной композиции.

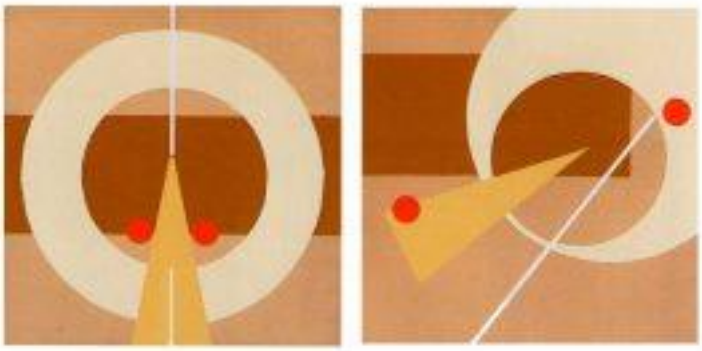
Доминанта– это главный элемент композиции, которому подчиняются все остальные. На рисунке Кроме цвета и размера доминанта также может выделятся своей необычной формой.



Симметрия— равномерное размещение элементов по оси, делящее пространство на равные части. В симметричной композиции расположение элементов относительно оси должно быть одинаковое.

Асимметрия

— неравномерное размещение.



Динамичная композиция

— композиция, при которой создается впечатление движения и внутренней динамики. Для выражения динамики можно пользоваться диагональными линиями, ассимитричной компоновкой объектов.

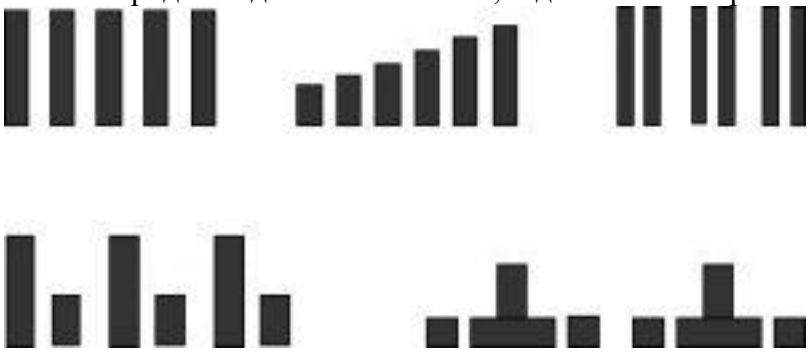
Статичная композиция

(статика в композиции) — создает впечатление неподвижности. Предполагает отсутствие диагональных линий и криволинейных поверхностей. Композиция строится на преобладании горизонтальных элементов.



Ритм

Ритм— это чередование каких-либо элементов в определенной последовательности. Ритм окружает нас повсюду: в природе это – смена временен года, смена дня и ночи, городе – это сменяющийся ритм зданий, домов. Ритм подразумевает движение, которое может быть продлено до бесконечности, задается многократным повторением.



Контраст

Контраст (фр.) — противопоставление в композиции (по цвету, фактуре, по форме, по размеру и т.д.).Контраст, это не только лобовое противопоставление «черного» и «белого». Он может иметь ступени, оттенки, градации. Но пределы все-таки существуют, нижний это «почти одинаковость», а верхний, это бессвязность.

Одномерный контраст – контраст только по одному параметру, например по форме

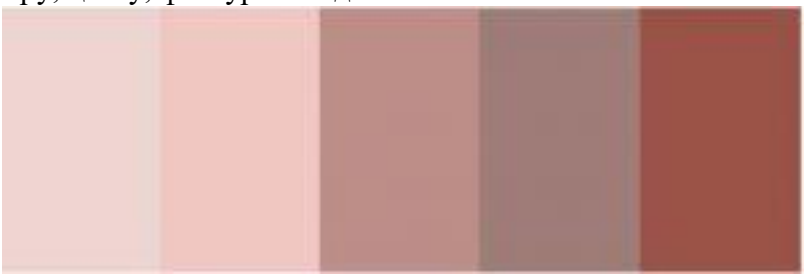


Многомерный контраст – контраст по нескольким параметрам сразу: например, форма и цвет



Нюанс.

Нюанс (фр.) – тонкое различие, едва заметный переход. Различают нюансы по форме, размеру, цвету, фактуре и т. д



Нюансировка не вводит никаких новых принципов или материалов. Нюансы можно сравнить с внешней отделкой здания, к которой переходят когда уже готов фундамент и возведены стены.

Акцент

Акцент — (лат. «ударение») – выделение, подчеркивание элемента, служит для выражения большей выразительности композиции. Чаще всего акцент выделяют цветом, формой (обычно малой, иначе акцент превратится в доминанту.)



Аналог

Аналог (греч. «сходство») – уподобление (одинаковые или похожие друг на друга элементы в композиции). Аналоги придают композиции единство. Чаще всего бывают по цвету, форме, фактуре.



*Практическая работа:*на основе разработанных карты ассоциаций и мудборда выполнить эскизы формальной композиции с передачей настроения и проектированием графических форм будущего фирменного стиля.

*Самостоятельная работа:*визуализация средствами компьютерной графики (по выбору студентов) окончательного варианта формальной композиции.

4 семестр

4. Система идентичности бренда. Графический фирменный стиль как визуальный идентификатор бренда.

*Вопросы обсуждения:*система идентичности бренда. Графический фирменный стиль как визуальный идентификатор бренда. Графические атрибуты фирменного стиля и их основные характеристики. Логотип и основные требования к его созданию. Товарный знак. Классификация товарных знаков. Трансформация товарных знаков. Шрифт и цвет как атрибуты графической идентификации бренда. Персонаж.

Основные носители элементов фирменного стиля. Бланочная продукция. Сувенирная продукция. Рекламные формы.

Системы визуальной коммуникации в реальном и в виртуальном пространстве. Интерьерные и экстерьерные решения. Сайт. Соцсети.

Современные тенденции формирования графических атрибутов фирменного стиля.

*Практическая работа:*выполнить сбор и аналитическое исследование графического материала на тему «Классификация фирменных знаков» – визуального языка, техник графической стилизации, основных графических схем и визуальных эффектов» с целью исследования разнообразия существующих фирменных знаков в рамках заданной классификации.

Самостоятельная работа:

1. Выполнить сбор и аналитическое исследование графического материала на тему «Способы формирования визуального впечатления на потребителя фирменного стиля» – визуального языка, техник графической стилизации, основных графических схем и визуальных эффектов с целью анализа способов формирования визуального впечатления на потребителя.

2. Разработать презентацию на тему «Система идентичности бренда».

5. Дизайн-проектирование графических атрибутов фирменного стиля

*Вопросы обсуждения:*дизайн-проектирование графических атрибутов фирменного стиля.

Знак и логотип. Классификация, основные принципы и особенности построения. Концепция и графический поиск образа. Вариативный поиск итогового решения. Принципы построения итогового варианта.

Цветовое решение фирменного стиля. Психология цвета. Теоретическое обоснование цветового решения. Вариативный поиск и обоснование итогового варианта фирменной цветовой схемы.

Шрифт как атрибут графической идентификации бренда. Психология восприятия. Теоретическое обоснование шрифтового решения. Вариативный поиск и обоснование итогового предложения фирменного набора шрифтов.

Прочие атрибуты графического фирменного стиля.

Руководство по использованию графических элементов фирменного стиля на носителях.

*Практическая работа:*разработать дизайн-проект фирменного стиля компании (концепция, графические атрибуты фирменного стиля, размещение на носителях) с целью освоения поэтапного процесса формирования дизайн-проекта фирменного стиля компании.

Этапы выполнения работы:

- формирование технического задания;
- определение целей и задач;
- определение целевой аудитории;
- исследование аналогового материала;
- формирование концепции графического фирменного стиля, выбор средств представления информации – визуального языка, знаковых средств визуализации данных;
- разработка знаковых систем определенного назначения с учетом особенностей и стереотипов восприятия визуальных форм заданной целевой аудиторией;
- разработка форм, приемов и условий использования графических элементов фирменного стиля на носителях.

*Самостоятельная работа:*подготовить презентацию проектного предложения фирменного стиля: оформить материалы проектного предложения для презентации в Powerpoint.

Самостоятельная работа

Задания для самостоятельной работы приведены в планах практических занятий.

6. Критерии оценивания результатов освоения дисциплины (модуля)

6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации

Текущая аттестация осуществляется на каждом практическом занятии в процессе фронтального опроса, выполнения заданий для аудиторной работы, проверки самостоятельной работы.

Проведение текущего контроля осуществляется также посредством проверки презентаций.

Тематика презентаций:

1. Образ компании. Фирменный стиль и маркетинговая стратегия.
2. Функции фирменного стиля. Корпоративная коммуникация.
3. Формирование айдентики.
4. Основные Элементы фирменного стиля
5. Товарный знак. Логотип и его виды.Правила использования логотипа.
6. Что входит в фирменный блок
7. Визуальные и аудиальные компоненты фирменного стиля
8. Носители фирменного стиля
9. Основные и дополнительные элементы фирменного стиля
10. Примеры удачных и неудачных рекламных задач в области создания фирменного стиля.
11. Влияние ценностей целевой аудитории.
12. Виды рекламной продукции, использующейся для продвижения бренда.
13. Особенности позиционирования бренда при оформления текстового и графического материала в рекламе.

Требования к презентации

Мультимедийные презентации используются для того, чтобы выступающий смог на большом экране или мониторе наглядно продемонстрировать дополнительные материалы к своему сообщению: видеозапись химических и физических опытов, снимки полевых изысканий, чертежи зданий и сооружений, календарные графики замеров температуры и др. Эти материалы могут также быть подкреплены соответствующими звукозаписями.

Общие требования к презентации:

- Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.
- Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; название организации; фамилия, имя, отчество автора;.
- Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.
- Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста; использование анимации по желанию.
- Последними слайдами должен быть список используемых источников.

Требования к оформлению слайдов:

- Единый стиль оформления.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов.
- По возможности применяйте анимационные эффекты, но не злоупотребляйте ими. Они не должны отвлекать внимание от информации на слайде.

Требования к представлению информации:

- Используйте короткие слова и предложения. Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории.
- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.

- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Шрифты предпочтительно использовать для заголовков – не менее 24, для текста – не менее 16. Нельзя смешивать в одной презентации разные шрифты. Для выделения информации используйте жирный шрифт, курсив, подчеркивание. Не злоупотребляйте прописными буквами (они читаются хуже).
- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут единовременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: с текстом, с таблицами с диаграммами.

Критерии и показатели, используемые при оценивании презентации

Критерии	Показатели
1. Тема презентации Макс. 3 балла	- соответствие темы презентации программе учебного предмета, раздела
2. Дидактические и методические цели и задачи презентации Макс. 3 балла	- соответствие целей поставленной теме; - достижение поставленных целей и задач
3. Выделение основных идей презентации Макс. 3 балла	- соответствие основных идей целям и задачам; - актуальность основных идей; - количество основных идей (рекомендуется для запоминания аудиторией не более 4-5)
4. Содержание Макс. 3 балла	- достоверность информации; - актуальность информации; - четкость изложения информации; - владение понятийным аппаратом по заданной теме; - привлечение новейших работ по проблеме; - язык подачи материала соответствует содержанию и понятен аудитории
5. Подбор информации для создания презентации Макс. 3 балла	- графические иллюстрации для презентации; - статистика; - диаграммы и графики; - экспертные оценки; - ресурсы Интернет; - примеры; - сравнения; - цитаты и т.д.
6. Подача материала презентации Макс. 3 балла	- хронология; - приоритет; - тематическая последовательность; - структура по принципу «проблема-решение»
7. Логика и переходы во время презентации Макс. 3 балла	- от вступления к основной части; - от одной основной идеи (части) к другой; - от одного слайда к другому

8. Заключение Макс. 3 балла	- яркое высказывание - переход к заключению; - повторение основных целей и задач выступления; - выводы; - подведение итогов; - короткое и запоминающееся высказывание в конце
9. Дизайн презентации Макс. 3 балла	- шрифт (читаемость); - корректно ли выбран цвет (фона, шрифта, заголовков); - элементы анимации
10. Техническая часть Макс. 3 балла	- грамматика; - стилистика; - ошибки в правописании и опечатки

Оценивание презентации

Презентация оценивается по балльной шкале, балы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

25 и более баллов – «отлично»;

19 – 24 баллов – «хорошо»;

15 – 18 баллов – «удовлетворительно;

менее 15 баллов – «неудовлетворительно».

Баллы учитываются в процессе текущей оценки знаний программного материала.

6.2. Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации

Формой промежуточной аттестации является зачет в 3 и 4 семестре. Зачет проводится в форме просмотра итоговых графических проектов за семестр:

3 семестр – «Разработка формальной композиции для визуализации ассоциаций будущего бренда»;

4 семестр – «Дизайн-проектирование графических атрибутов фирменного стиля»

Требования к итоговым графическим проектам

- Композиционное равновесие.
- Привлечение внимание.
- Ярко-выраженная смысловая нагрузка.
- Обобщенность форм (мгновенно запоминающихся).
- Кадрированность изображения.
- Большая роль силуэта.
- Наличие яркого локального цветового пятна,
- Согласованность всех элементов композиции.
- Выбор шрифта (зависимость рисунка букв от содержания текста, ритм, стилевое единство шрифтов в плакате) (при наличии шрифта в проекте).

Критерии оценки зачета

Оценка **«зачтено»** выставляется студентам, выполнившим все итоговые графические проекты с учетом всех эстетических норм (гармоничное формообразование, композиционное и колористическое решение), предложившим оригинальный подход к решению учебной задачи и использовавшим грамотный подход к выбору инструментов компьютерной графики для решения поставленной задачи.

Оценка **«не зачтено»** выставляется студентам, не решившим учебную задачу –не выполнившим итоговые графические проекты.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Список основной литературы

7.1 Основная учебная литература

1. Графический дизайн. Современные концепции : учебное пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11169-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493343
2. Калашникова П. Логотип, который вам нужен : руководство по созданию актуальной айдентики для бизнеса / П. Калашникова ; под редакцией М. Ряховской. — Москва : Альпина ПРО, 2022. — 80 с. — ISBN 978-5-907470-26-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122532.html
3. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 441 с. — ISBN 978-5-4487-0765-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102235.html
4. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для вузов / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 208 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07962-3. –Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/454519

Список дополнительной литературы

1. Бове К., Аренс У. Современная реклама. – Тольятти: Довгань, 1995. – 286 с.
2. Борисов Б.Л. Технология рекламы и PR: учебное пособие. – М.: ИД «Вильямс», 2005. – 286 с.
3. Васильев Г. А. Основы рекламы: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В. А. Поляков. – М.: Вузовский, 2009. – 407 с.
4. Викентьев И.Л. Приемы рекламы: методика для рекламодателей и рекламистов / И.Л. Викентьев. – Новосибирск: Наука, 2013. – 234 с.
5. Воронов Н.В. Дизайн: русская версия. – М.: Тюмень, 2003. – 344 с.
6. Гольман И. Реклама плюс, реклама минус. – М.: Центр, 2012. – 198 с.
7. Ефимова В. В. Моделирование и художественное оформление графического объекта. М.: МТ Пресс, 2000. – 198 с.
8. Жвалевский А., Гурская И, Гурский Ю. Компьютерная графика: Photoshop CS3, CorelDRAW X3, Illustrator CS3. Трюки и эффекты. – СПб.: Питер, 2008. – 992 с.
9. Комолова Н. Компьютерная верстка и дизайн. – СПб.: БХВ-Петербург, 2008. – 512 с.: ил.
10. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама. М.: ДМК Пресс, 2008. – 272 с.
11. Курушин В.Д. Дизайн и реклама. – М.: ДМК Пресс, 2006. – 272 с.: ил.
12. Лесняк В. Графический дизайн (основы профессии). М.: ИндексМаркет, 2011. – 416 с.
13. Летин А., Пашковский И., Летина О. Компьютерная графика. Гриф МО РФ. – М.: Форум, 2007. – 256 с.
14. Медведева Художественное конструирование графического объекта: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2003. – 242 с.
15. Розета Мус, ОйанаЭррера и др. Управление проектом в сфере графического дизайна = A GraphicDesignProjectfromStarttoFinish. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 220 с.
16. Руководствопо Corel DRAW Graphics Suite X6. М.: Corel Corporation, 2013. – 350 с.

17. Туэмлоу Элис. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. М.: Астрель, 2006. – 256 с.
18. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности.– М.: Гардарики, 2002. – 214 с.
19. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. – Спб: Питер, 2000. – 236 с.
20. Черневич Е. Русский графический дизайн 1880 – 1917. М.: Внешсигма, 1990. – 209 с.
21. Энциклопедия дизайнера печатной продукции (Серия: «Профессиональная работа») // Кнабе Г. А. – М.: Вильямс, 2006.
22. Книга Дэвида Эйри «Логотип и фирменный стиль»

7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Для активного включения студентов в учебный процесс, формирования и поддержания интереса на занятиях используются иллюстрирующие компьютерные программы, образцы портфолио, слайд-шоу, презентации, книги.

Справочный материал:

Должностная инструкция дизайнера http://yugstroy.com/index.php/dolzhnostnye-instrukcii/18-2011-01-18-22-45-38
Квалификационный справочник: Художник-конструктор (дизайнер) http://cased.ru/doc_r-ek2_487_cased.html
Виды деятельности дизайнера http://tsdi.ru/vidy-deyatelnosti-dizajnera.html
Дизайнер-график http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-35604/
Электронные учебники по дизайну http://books.dore.ru/bs/f6sid114.html

8. Материально-техническое обеспечение

Для реализации дисциплины используется учебная аудитория для проведения занятий лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации(компьютерная аудитория), оснащенная компьютерами (16 шт.), мультимедийным проектором Acer (1 шт.), экраном, доской, принтером Samsung (1 шт.), сканером Lide (1 шт.), учебно-наглядными пособиями по дизайну.

Помещение для самостоятельной работы: аудитория,оснащенная компьютерами (16 шт.), мультимедийным проектором Acer (1 шт.), экраном, доской, принтером Samsung (1 шт.), сканером Lide (1 шт.), учебно-наглядными пособиями по дизайну; читальный зал и отдел электронных ресурсов библиотеки СмолГУ, оборудованный 12 компьютерами с выходом в Интернет.

9. Программное обеспечение

1. Adobe Photoshop Extended CS6 13.0, лицензия 65170869 (бессрочно).
2. Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016), Лицензия66920993от 24.05.2016, (бессрочно)
3. Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016), Лицензия66975477от 03.06.2016, (бессрочно)
4. KasperskyEndpointSecurity для бизнеса – Стандартный, Лицензия 1FB6181220135520512073, ежегодное обновление.