

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Золотухина Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 25.12.2021 17:53:54

Уникальный программный ключ:

ed74cad8f1c19aa426b59e780a391b3e6ee2e1026402f1b3f388bce49d1d570e

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Московский региональный социально-экономический институт»

## **Методические рекомендации по подготовке и выполнению выпускной квалификационной работы**

по специальности

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

(базовая подготовка)

Квалификация: Дизайнер

Форма обучения: очная

**Автор (составитель):**

**Макеева О.В.** – заведующий кафедрой дизайна, к.т.н

Видное 2021

## Содержание

1. Введение.....	3
1.2. Требования к выбору темы выпускной квалификационной работы .....	3
1.3 Требования к оформлению выпускной квалификационной работы.....	5
2. Структура выпускной квалификационной работы.....	5
2.1 Титульный лист .....	6
2.2 Содержание.....	8
2.3 Введение.....	8
2.4 Глава I. Аналитическая часть.....	9
2.5 Глава II. Художественно-концептуальная часть.....	10
2.1 Эскизы и варианты поисковых решений .....	10
2.2 Творческая концепция проекта.....	11
2.3 Способы и методы художественно-творческого решения .....	11
2.4 Используемые материалы, программные и технические средства.....	12
2.5 Экономические расчеты .....	12
2.8 Заключение .....	12
2.9 Терминология .....	13
2.10 Список источников и литературы .....	13
2.11 Приложения .....	14
3. Защита выпускной квалификационной работы .....	14
4. Критерии оценивания выпускных квалификационных работ.....	15
5. Портфолио достижений обучающегося.....	17
6. Информационные источники.....	18
7. Глоссарий .....	20

## **1. Введение**

Целью защиты ВКР является установление соответствия результатов освоения студентами образовательных программ СПО, соответствующим требованиям ФГОС СПО.

В соответствии с требованиями ФГОС по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) Институт для оценки степени и уровня освоения обучающимся образовательных программ СПО обеспечивает процедуру проведения государственной итоговой аттестации (далее – ГИА).

В соответствии с ФГОС СПО выпускная квалификационная работа (далее – ВКР) является обязательной частью ГИА. ГИА включает подготовку и защиту ВКР (дипломной работы, дипломного проекта). Согласно ФГОС в учебном плане на подготовку и защиту ВКР по специальностям отводится шесть недель, из них на подготовку ВКР – четыре недели и на защиту ВКР – две недели.

Целью защиты ВКР является установление соответствия результатов освоения студентами образовательной программы по специальности СПО 54.02.01 Дизайн (по отраслям), соответствующим требованиям ФГОС СПО.

К ГИА допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по осваиваемой образовательной программе СПО. Необходимым условием допуска к ГИА (подготовке и защите ВКР) является представление документов, подтверждающих освоение обучающимися общих и профессиональных компетенций при изучении теоретического материала и прохождении практики по каждому из основных видов профессиональной деятельности.

Подготовка и защита ВКР способствует систематизации, расширению освоенных во время обучения знаний по общепрофессиональным дисциплинам, профессиональным модулям и закреплению знаний выпускника по профессии или специальности при решении разрабатываемых в выпускной квалификационной работе конкретных задач, а также выяснению уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе и направлены на проверку качества полученных обучающимся знаний и умений, сформированности общих и профессиональных компетенций, позволяющих решать профессиональные задачи.

### **1.2. Требования к выбору темы выпускной квалификационной работы**

Темы ВКР определяются кафедрой дизайна и отвечают современным требованиям развития науки, техники, производства, экономики, культуры и образования, иметь практико-ориентированный характер. Обучающемуся предоставляется право выбора темы ВКР, в том числе предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения. При этом тематика ВКР должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в

образовательную программу СПО по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Тема должна соответствовать современному состоянию дизайна и перспективам развития науки, техники, культуры, учитывать актуальные проблемы искусства.

Выпускная квалификационная работа должна разрабатываться на основе конкретных исходных материалов, заказов и тем, содержать творческое решение задач с разработкой конкретного художественно-промышленного объекта. Для подготовки ВКР студенту назначается руководитель и, при необходимости, консультанты.

ВКР должна иметь актуальность, новизну и практическую значимость и выполняться, по возможности, по предложениям (заказам) предприятий и организаций. Выполненная выпускная квалификационная работа в целом должна: соответствовать разработанному заданию; включать анализ источников по теме с обобщениями и выводами, сопоставлениями и оценкой различных точек зрения; продемонстрировать требуемый уровень общенаучной и специальной подготовки выпускника, его способность и умение применять на практике освоенные знания, практические умения, общие и профессиональные компетенции в соответствии с ФГОС СПО.

ВКР выполняется выпускником с использованием собранных им лично материалов, в том числе в период прохождения преддипломной практики, а также работы над выполнением курсовых работ.

При определении темы ВКР следует учитывать, что ее содержание может основываться на обобщении результатов выполненной ранее обучающимся курсовой работы, если она выполнялась в рамках соответствующего профессионального модуля; на использовании результатов выполненных ранее практических заданий. Выбор темы ВКР обучающимся осуществляется до начала производственной практики (преддипломной), что обусловлено необходимостью сбора практического материала в период ее прохождения.

В процессе выполнения работы студент должен закрепить:

- умение работать с источниками по выбранной теме;
- знание правил библиографического оформления сносок и списка использованных источников и литературы;
- знание литературы по истории изучаемого вопроса;
- знание проектной практики и методов проектирования, относящихся к выбранной теме.

Выполнение выпускной квалификационной работы является завершающим этапом обучения студента. В процессе выполнения ВКР студент должен показать умение применять полученные теоретические знания на практике, работать с первичными данными и литературными источниками, использовать современные методы проведения исследований, самостоятельно проводить анализ работы, выявлять имеющиеся резервы и вносить предложения по улучшению его деятельности. Текст должен точно

соответствовать поставленным в содержании целям и задачам. Не допускается дословное переписывание литературных источников.

### **1.3 Требования к оформлению выпускной квалификационной работы**

Выпускная квалификационная работа представляет собой проект на избранную тему в области дизайна, объем ВКР должен составлять 40-50 страниц печатного текста (без приложений), на которых студент формулирует и исследует проблему, обосновывает и демонстрирует свое проектное решение по избранной теме, включая полный иллюстративный ряд проектного материала. В состав выпускной квалификационной работы входят также: демонстрационные планшеты, макеты, реальная печатная продукция (буклет, бренд-бук, журнал, визитки, конверты, бланки и др.); экранная презентация выпускной квалификационной работы (видеоролик), портфолио с авторскими творческими работами и комментариями.

ВКР представляется на белых листах формата А4 в переплете. Распечатка компьютерного набора на одной стороне каждого листа, шрифт: Times New Roman, кегль 14, интервал одинарный, форматирование по ширине, абзацный отступ 1,25, нумерация сплошная (кроме первого листа). Поля: слева 3 см, справа 1,5 см, верх 2 см, низ – 2 см. Нумерация страниц обязательна;

ВКР обязательно представляются на бумажном и электронном (диск cd, dvd) носителе. На диске должен быть записан полный пакет файлов относящихся к ВКР – все исходные файлы практических работ (sdr, psd, ai, max, indd и тд.), а также используемые шрифты и изображения. Диск прикрепляется в разделе приложений.

Электронная версия должна содержать полную версию выпускной квалификационной работы и включать в себя: пояснительную записку к ВКР; приложение к пояснительной записке; текст доклада выпускника; компьютерную презентацию; цифровую версию художественно-графической части работы; цифровую версию макетной части работы; портфолио (*вся информация предоставляется на дисках – cd или cd-r.*)

## **2. Структура выпускной квалификационной работы**

Структура и содержание выпускной квалификационной работы определяются выпускающими кафедрами Института в зависимости от профиля специальности. Структура выпускной квалификационной работы включают в себя задание на ВКР, титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, терминологию, список литературы, приложения (при необходимости).

ВКР состоит из следующих обязательных частей:

## **2.1 Титульный лист**

Титульный лист оформляется в соответствии со стандартами. Шрифт Times New Roman. Размеры шрифта в соответствии со стандартами.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Московский региональный социально-экономический институт»  
(Шрифт № 14)

Иванов Иван Иванович

Группа \_\_\_\_\_

(Шрифт № 14)

## **Выпускная квалификационная работа**

(Шрифт № 16 жирный)

Тема работы: «\_\_\_\_\_»

(Шрифт № 14)

по специальности

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Квалификация: Дизайнер

Руководитель – Фамилия И.О.

уч. степень

должность

(Шрифт № 14)

Видное – 20\_\_\_\_

(Шрифт № 12)

## 2.2 Содержание

Содержание помещается всегда на 2-м листе работы. Третий лист и все последующие листы ВКР – нумеруются. Содержание оформляется следующим образом:

### Содержание

#### Введение

#### Глава I Аналитическая часть

- 1.1. Исходные данные и материалы для проектирования
- 1.2. Маркетинговое исследование
- 1.3. Стратегия и методика проектирования

#### Глава II Художественно-концептуальная часть

- 2.1. Эскизы и варианты поисковых решений
- 2.2. Творческая концепция проекта
- 2.3. Способы и методы художественно-творческого решения
- 2.4. Используемые материалы, программные и технические средства
- 2.5. Экономические расчеты

#### Заключение

#### Терминология

#### Список источников и литературы

#### Приложения

## 2.3 Введение

Во «Введении» дается краткая обобщенная информация о теме и содержании выпускной квалификационной работы, сведения о заказчике, формулировка задания на проектирование, актуальность проекта (социальная, экономическая, культурная, профессиональная (для дизайна)).

Кратко характеризуется состав выпускной квалификационной работы и содержание разделов.

Здесь необходимо доказать **актуальность** данной исследовательской работы. Актуальность работы включает в себя интересы со стороны *заказчиков* (возникшая необходимость в проведении данной работы) и исполнителей (в реальности – это заработок, в учебной среде – это своевременный познавательный интерес, необходимость теоретического углубления и апробации на практике полученных знаний)

Далее обозначается **основная цель проекта** (проблема исследования). Без проблемы, которая требует решения, не существует исследования.

**Объект исследования** – то, на что направлена познавательная деятельность исследователя. Каждая самостоятельная наука имеет свой объект исследования. Знания об объекте исследования в виде теорий, методических рекомендаций составляют предмет исследования. Например: многостраничное издание.



**Предмет исследования** – существенные свойства или отношения объекта исследования, познание которых важно для решения теоретических или практических проблем. Предмет исследования определяет границы изучения объекта в конкретном исследовании. Уже конкретное издание, конкретный образец многостраничного издания.

Например, при проектировании многостраничного издания, можно выделить следующие задачи:

1. Успешное типографическое решение издания
2. Правильный выбор технологий верстки
3. Грамотно решенная удобочитаемость издания
4. Профессиональная, продуманная, соответствующая разработка иллюстративного ряда и т.д.

Для последовательного, системного достижения поставленных целей необходимо определить **задачи**, которые вытекают из положений гипотезы. Задачи составляют структуру работы. Задачи являются как бы ступенями на пути достижения цели. Задачами могут являться решения составляющих проекта. Например, при проектировании того же многостраничного издания, можно выделить следующие задачи:

5. Типографическое решение издания
  6. Выбор технологий верстки
  7. Удобочитаемость издания
  8. Разработка иллюстративного ряда
- и т.д.

## **2.4 Глава I. Аналитическая часть**

### ***1.1 Исходные данные и материалы для проектирования***

**Разработка брифа на проектирование товарного знака. Заказчик, объект и предмет рекламы, целевая группа потребителей, сектор рынка, прототипы, конкуренты, маркетинговая стратегия...**

Приступая к выполнению выпускной квалификационной работы по проектированию знака и других базовых элементов фирменного стиля, необходимо определить тему проектирования и дать рабочее название темы (которое в дальнейшем может уточняться), наметить стратегию и тактику разработки проекта. Обязательно следует решить, с каким заказчиком вы хотите работать: либо это внешняя независимая фирма, либо внутривузовский запрос на проект, либо вы делаете виртуальный авторский проект на тему, которая вас больше всего интересует. В каждом из этих случаев стратегия ведения работы будет разной: жесткое прагматичное целеполагание в условиях конкуренции (первый вариант), кафедральный заказ на образовательный ресурс (второй вариант), проблема развития креативного мышления в контексте новейших тенденций графического дизайна (третий вариант).

В данном разделе представляется и анализируется бриф на проведение

работы. Подробно разбираются задачи работы. Анализируются предоставленные материалы для проектирования (эскизы или пожелания заказчика, критерии соответствия, используемые в работе изображения и данные).

### ***1.2 Маркетинговое исследование***

Следующий шаг – опираясь на вышеназванный принцип абстрагирования формы, исследовать и составить подборку визуального ряда прототипов и аналогов в современном актуальном творческом пространстве графического дизайна и рекламы.

Провести, консультируясь со специалистами, предварительную маркетинговую оценку прогнозируемой реакции целевой аудитории, на которую ориентирован проект, а также просчитать его конкурентоспособность и оценить риски.

Все это позволит окончательно скорректировать стратегию проекта и перейти непосредственно к его целенаправленной и обоснованной систематической разработке.

### ***1.3 Стратегия и методика проектирования***

Теперь можно, ориентируясь на выбранное направление формообразования знака, создать рабочий сценарий разработки проекта. Дать название фирме, уточнить окончательно тему, согласовать с заказчиком состав проекта. Целеполагание объекта проектирования и предмета разработки следует изложить в общепринятом формате брифа.

Но главная задача этого этапа проектирования и раздела выпускной квалификационной работы – освоить новейшую методологию дизайн-проектирования, а именно, современные методы проектирования систем фирменной идентификации.

Существует огромное количество способов, техник и методик реализации проекта. В этой части следует кратко охарактеризовать различные возможные пути решения задач проекта, указать положительные и отрицательные качества каждого, для того чтобы была возможность произвести профессиональный отбор и прийти к наилучшему варианту.

## **2.5 Глава II. Художественно-концептуальная часть**

В данном разделе ВКР излагается и визуализируется главная идея, концепция и творческий результат проекта (на примере фирменного стиля).

### ***2.1 Эскизы и варианты поисковых решений***

Здесь должны быть представлены эскизы, которые выполнялись в ходе поисковой работы над проектом. Нужно представить несколько вариантов решения проекта, из которых в итоге была выбрана финальная концепция проекта.

Эскизирование (творческий поиск). Этап творческого поиска – центральное звено процесса архитектурного проектирования. Поиск идеи и

замысла проектного решения основывается прежде всего на информации, полученной в ходе разработки программы-задания и отбора исходных идей. Творческие процессы не всегда подчиняются общей схеме и основаны на индивидуальных способностях, образовании, остроты мышления, владении средствами выражения идеи.

Ключевыми факторами при разработке эскиз-идеи служат исходные данные для проектирования.

Завершенный эскиз – разработка серии вариантов, из которых каждый последующий является модификацией предыдущего. Уточнения и изменения ведутся в рамках выбранной принципиальной схемы. Цель фазы – добиться совместимости всех учитываемых требований .

## ***2.2 Творческая концепция проекта***

Характеристика творческой концепции проекта. Сетка, цвета, шрифты, верстка, иллюстрирование. Здесь необходимо наиболее наглядно продемонстрировать преимущества проекта:

- формулирование и обоснование творческой дизайн-концепции проекта;
- разработка художественной (образно-стилевой, пластической) концепции знака и логотипа;
- разработка эскизного и рабочего проекта фирменного знака, логотипа, фирменного блока и других объектов фирменного стиля.

## ***2.3 Способы и методы художественно-творческого решения***

Подробно рассмотреть художественные техники, методики и технологии, применяемые в данном проекте. Описать процесс создания элементов проекта. Рисунок, живопись, монотипия, компьютерная графика, фотографирование и фотообработка и т.д.

### **Предметный состав проекта**

- разработка проектных решений системы фирменной идентификации;
- знак, логотип, дополнительные идентификаторы в форматах: изографика; фотографика; каллиграфика; типографика;
- абстрактная геометрическикая пластика; комбинированный формат;
- ахроматические и цветные композиционные решения;
- плоские, объёмные, пространственные композиции;
- стили: модернизм – постмодернизм (конструктивность – деконструктивность);
- методы средовой трансформации знака-логотипа;
- размещение знака на носителях: композиция бланка (А-4), верстка простого буклета (листочка А-4; А-3);
- проект упаковки : бумажная и графическая пластика
- геометрического объекта (коробки); конструкция упаковки; верстка
- рекламного текста на развертке упаковки.

- состав проекта (знак, логотип, сетка, верстка, плакат , буклет, диск, видеоролик и т.д.)
- демонстрация визуального ряда
- комментарии к визуальному ряду
- Разработать другие малые формы фирменного стиля + рекламная полоса для журнала (или рекламная листовка А-4)

#### **2.4. Используемые материалы, программные и технические средства**

Материалы. Подробно рассмотреть материалы, используемые при создании проекта. Обозначить критерии выбора указанных материалов среди возможных вариантов.

Технические средства. Подробно рассмотреть технические средства, с которыми вы работали для создания проекта.

Программные средства. Рассмотреть программное обеспечение, используемое при выполнении проекта и обозначить критерии выбора среди аналогичных продуктов.

#### **2.5. Экономические расчеты**

В данной части нужно представить в виде таблицы затраченные на проект денежные средства.

Таблица вида (пример):

<b>Ресурс</b>	<b>Стоимость</b>
бумага офсетная	2x150 р
картридж для принтера	1x1200 р
<b>Итого</b>	<b>1350 рублей</b>

По итогам затраченных на проект денежных средств можно рассчитать стоимость одного экземпляра продукта/тиража/элементов фирменного стиля.

В оценку стоимости проекта входит: стоимость проектных разработок и ориентировочная стоимость продукта. Она определяется рыночными условиями ценообразования. Важно определить вилку ценообразования по исходному проектному продукту. Для этого проводится мониторинг рынка с анализом цен аналоговой продукции и эмпирическим путем определяется планируемая стоимость изделий.

Далее дается заключение о рентабельности проекта. По результатам экономических расчетов и выведенной стоимости экземпляра продукта можно сделать вывод о конкурентоспособности проекта на рынке.

## **2.8 Заключение**

Заключение должно содержать общие выводы, обобщенное изложение основных проблем, авторскую оценку работы с точки зрения решения задач, поставленных в ВКР, данные о практической эффективности от внедрения рекомендаций или научной ценности решаемых проблем. Могут быть указаны перспективы дальнейшей разработки темы. Примерный объем

заклучения 5-10% от общего объема работы.

## **2.9. Терминология**

Сформировать список профессиональных терминов, использующихся в работе и профессиональной жизни дизайнера, особое внимание уделить терминам, непосредственно относящимся к данной работе (10-15 основных терминов).

## **2.10 Список источников и литературы**

Работа с литературой является неотъемлемой составной частью как научных исследований, так и практических разработок. Поэтому в прилагаемом перечне рекомендованной литературы приведена только часть литературных источников, необходимая для первого ознакомления с исследуемым вопросом, остальную литературу по разрабатываемой теме студент должен подобрать самостоятельно. Следует учесть, что, кроме изучения учебников и монографий по теме ВКР, необходимо изучение материалов по исследуемой теме, публикуемых в периодической печати и в интернете. Подбирая литературу (монографии, брошюры, журнальные статьи и т.п.), необходимо учитывать время ее издания. В первую очередь следует использовать литературу последних лет издания.

Список использованных источников отражает перечень источников, которые использовались при написании ВКР (не менее 20), составленный в следующем порядке:

- а) нормативно-правовая литература:
  - федеральные законы (в очередности от последнего года принятия к предыдущим);
  - указы Президента Российской Федерации (в той же последовательности);
  - постановления Правительства Российской Федерации (в той же очередности);
  - иные нормативные правовые акты;
  - иные официальные материалы (резолуции-рекомендации международных организаций и конференций, официальные доклады, официальные отчеты и др.);
- б) основная литература:
  - монографии, учебники, учебные пособия (в алфавитном порядке) (издания не старше 3-х лет);
- в) дополнительная литература:
  - монографии, учебники, учебные пособия (в алфавитном порядке) (издания старше 3-х лет);
  - интернет-ресурсы.

## **2.11 Приложения**

Приложения помещают после списка используемой литературы в порядке их упоминания в тексте. Каждое приложение следует начинать с нового листа, в правом верхнем углу которого пишется слово «Приложение» и номер, обозначенный арабской цифрой (без знака №). Количество приложений не ограничено.

В приложении должен находиться диск, содержащий все исходные файлы работ (оригинальный документ в формате программы в которой он создан, использованные шрифты и изображения), электронные версии текстовых документов.

Необходимо приложить распечатки практических работ. Объем приложений не ограничивается.

В тексте пояснительной записки рекомендуется чаще применять красную строку, выделяя законченную мысль в самостоятельный абзац. Слишком много цитат в работе приводить не следует, цитирование используется как прием аргументации.

Для наглядности в пояснительную записку обязательно должны быть включены таблицы и графики. Графики выполняются четко, красиво, желательно в цвете, в строгом соответствии с требованиями деловой документации. Нумерация таблиц, графиков (отдельно для таблиц и графиков) должна быть сквозной на протяжении всей работы. Слово «таблица» и ее порядковый номер (без знака №) пишется сверху самой таблицы в правой стороне, затем дается ее название и единица измерения (если она общая для всех граф и строк таблицы).

Формулы расчетов в тексте надо выделять, записывая их более крупным шрифтом и отдельной строкой, давая подробное пояснение каждому символу (когда он встречается впервые). Рекомендуется нумеровать формулы в пределах каждого раздела, особенно, если в тексте приходится на них ссылаться.

Излагать материал в пояснительной записке следует четко, ясно, применяя принятую научную терминологию, избегая повторений и общеизвестных положений, имеющих в учебниках и учебных пособиях. Пояснять надо только малоизвестные или разноречивые понятия, делая ссылку на авторов, высказывающих разные мнения по одному и тому же вопросу.

## **3. Защита выпускной квалификационной работы**

Выпускные квалификационные работы выполняются в форме: выпускной квалификационной работы, представленной в форме описательной и графической части.

Требования к выпускным квалификационным работам определяются уровнем основной образовательной программы и квалификацией (степенью),

присваиваемой выпускнику после успешного завершения аттестационных испытаний.

Выпускная квалификационная работа является обязательной формой оценки качества освоения основной образовательной программы, контроля формирования умений и навыков художественной и проектной деятельности студентов.

При подготовке выпускной квалификационной работы каждому студенту назначаются научный руководитель и консультант.

Выпускные квалификационные работы, выполненные по завершении основных образовательных программ подготовки, подлежат обязательному рецензированию. В качестве рецензентов ВКР могут выступать преподаватели института, а также специалисты сторонних организаций.

Для достижения поставленных целей обучающийся в процессе выполнения выпускной квалификационной работы должен решить следующие задачи:

- обосновать актуальность и значение решаемых проектных задач;
- изучить достижения отечественной и зарубежной науки и практики в области графического дизайна;
- изучить нормативно-техническую документацию, справочную, научную и специальную литературу, необходимую для выполнения выпускной квалификационной работы; изучить материально-технические, социально-экономические и др. условия, необходимые для проведения проектных работ;
- провести анализ собранных данных;
- представить свой вариант проектного решения в виде эскизных разработок;
- грамотно оформить проектный материал и представить его в различных формах подачи, в том числе с использованием компьютерных технологий;
- обосновать экономическую целесообразность и эффективность проекта.

#### **4. Критерии оценивания выпускных квалификационных работ**

Оценки "отлично" заслуживает студент, дизайн-проект которого посвящен выбранной и закреплённой научным руководителем теме, выполнен самостоятельно, отличается экспериментальным, творческим характером, новизной, предлагаемые практические рекомендации способствуют решению реальных практических и теоретических проблем современного дизайна; показана глубина разработки и оригинальность работы, уровень технических знаний и использование их в практических условиях; собран, обобщен и проанализирован весь обусловленный темой работы методологический, теоретический, методический материал, на основе которого разработан проект, правильно сформулированы цели и гипотезы и

разработана дизайн-концепция работы; работа выполнена графически верно, использован установленный формат баннера/планшета; показана общая грамотность и качество оформления работы и визуальной части дизайн-проекта; показаны глубокие и всесторонние знания проектных методов и методов дизайн-проектирования, умение пользоваться ими в процессе проектной деятельности; показано умение вести научную дискуссию, свободное владение терминологией дизайна, высокую культуру речи, знание литературы по данной теме и смежным проблемам.

Оценки "хорошо" заслуживает студент, дизайн-проект которого посвящен заданной теме, выполнен относительно самостоятельно, обладает определенной новизной и практической значимостью; работа выполнена на основе обобщения определенного методологического, теоретического и методического материала, материал исследования имеет неточности, отсутствует креативность решений; работа правильно и аккуратно оформлена, представлены все структурные компоненты дизайн-проекта; есть отдельные неточности в методах дизайн-проектирования; допущены неточности при ответе, либо даны неполные ответы на вопросы членов комиссии

Оценки "удовлетворительно" заслуживает студент если, исследуемая проблема раскрыта в основном правильно; в работе не использован весь необходимый материал для освещения темы; допущено некачественное исполнение отдельных решений дизайн-проекта; при ответе недостаточно полно изложено основные положения исследования, встречались затруднения в изложении материала и ответах на вопросы членов комиссии

Оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, работа которого содержит существенные проектные ошибки и поверхностную аргументацию основных положений; работа оформлена графически слабо; работа носит откровенно компилятивный характер; показаны слабые, поверхностные знания по исследуемой теме и не представлены объяснения принципа расположения чертежей, методики проектирования, композиционных и цветовых решений.

### **Организация проектной деятельности**

Посещаемость консультаций	
Своевременность и полнота выполнения этапов рабочего плана	
Степень самостоятельности	
Объем конечного результата	
Оценка руководителем работы над проектом	

### **Научно-исследовательская часть**

Актуальность, теоретический уровень исследования, последовательность и полнота раскрытия темы, эрудиция, работа с источниками	
Уровень устного доклада и ответов на вопросы	



(презентация проекта)	
-----------------------	--

### Разработка проекта

Состав проекта	
Соответствие результата утвержденной теме проекта, уровень учета требований заказчика	
Оригинальность, индивидуальность проекта	
Полнота реализации замысла, поисковые эскизы, варианты решений	
Художественный уровень разработки (композиция, типографика, цвет, графика)	
Технический уровень исполнения (компьютерные технологии, предпечатная подготовка)	

### 5. Портфолио достижений обучающегося

Портфолио рассматривается как наиболее целесообразная технология, позволяющая получить обобщенный показатель, отражающий динамику изменения в достижениях каждого конкретного студента, продвижение его по индивидуальной образовательной траектории. В частности, технология портфолио позволяет подойти к решению проблемы оценивания сформированности ключевых компетенций обучающихся. Портфолио предназначено для оказания помощи студентам по выработке позитивного отношения к самому себе, формированию устойчивого интереса к развитию ключевых компетенций таких как: работа с профессионально-ориентированной литературой, организация профессиональных коммуникаций, проектирование профессиональной карьеры и осуществление социально-профессионального саморазвития.

Цель создания портфолио – способствовать формированию ценностных ориентаций личности через осознание и анализ своей деятельности, а также формирование умения определять цели, выработать стратегию и находить методы, средства и формы профессионального общения, овладеть навыками построения плана карьерного роста и жизненных планов, оценки собственных возможностей, способностей с точки зрения профессиональных притязаний, овладеть навыками самонаблюдения и самодиагностики, использовать методы самоанализа, самооценки и самокритики.

Задачи создания портфолио: обеспечение отслеживания индивидуального прогресса студента; поддержание высокой учебной и познавательной мотивации студентов; расширение возможности для самореализации и самообучения; развитие навыков рефлексивной и оценочной деятельности; формирование умения ставить цели собственной деятельности; предоставление отчета по саморазвитию; демонстрация собственных способностей; формирование устойчивых навыков использования информационных технологий.

Для презентации портфолио обучающийся создает презентационный ролик, в котором представляет наиболее яркие свои достижения, этапы личностного самосовершенствования и профессионального развития.

В презентации обучающегося могут быть отражены документы и материалы, подтверждающие его индивидуальные достижения и личностный рост по следующим направлениям деятельности:

- лучшие работы по дисциплинам, выполненные в процессе обучения;
- информация об участии в конкурсах и инициативных проектных работах;
- научно-исследовательская деятельность, в том числе участие в предметных олимпиадах, участие в научно-практических конференциях, публикации в журналах, сборниках, заявки на получение научных грантов;
- участие в работе органов студенческого самоуправления и молодежных общественных объединений;
- копии курсовых работ по модулю профессиональных дисциплин за весь период обучения;
- творческие достижения.

## **6.**

### **Информационные источники**

#### ***Основная литература:***

1. Колесниченко Н.М. Инженерная и компьютерная графика: учебное пособие / Н.М. Колесниченко, Н.Н. Черняева. – Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. – 237 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493787> – Библигр.: с. 225 - 226 – ISBN 978-5-9729-0199-9. – Текст: электронный.
2. Нартя В.И. Основы конструирования объектов дизайна: учебное пособие : [16+] / В.И. Нартя, Е.Т. Суиндигов. – Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2019. – 265 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=565018> – Библиогр.: с. 280. – ISBN 978-5-9729-0353-5. – Текст: электронный.
3. Царева, Т.Б. История изобразительного искусства +Приложение: Дополнительные материалы : учебное пособие / Царева Т.Б. — Москва : КноРус, 2021. — 196 с. — ISBN 978-5-406-02236-8. — URL: <https://book.ru/book/936091>
4. Шандриков А.С. Информационные технологии: учебное пособие : [16+] / А.С. Шандриков. – 3-е изд., стер. – Минск: РИПО, 2019. – 445 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463339> – Библиогр.: с. 426-430. – ISBN 978-985-503-887-1. – Текст: электронный.
5. Шульдова С.Г. Компьютерная графика: учебное пособие / С.Г. Шульдова. – Минск : РИПО, 2020. – 301 с.: ил., табл. – Режим

доступа: по подписке. – URL: – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-503-987-8. – Текст: электронный.

### ***Дополнительная литература:***

6. Босых И.Б. Проектирование конкурентной упаковки: методическое пособие для преподавателя по дисциплине «Дизайн-проектирование» / И.Б. Босых; Уральская государственная архитектурно-художественная академия. – Екатеринбург : Архитектон, 2014. – 56 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436782>
7. Костина А.В. Основы рекламы: учебное пособие / Костина А.В., Карпухин О.И., Макаревич Э.Ф. — Москва : КноРус, 2021. — 401 с. — ISBN 978-5-406-03110-0. — URL: <https://book.ru/book/936314>
8. Ожерельева О.В. Развитие художественно-дизайнерских способностей у детей: учебно-методическое пособие / Ожерельева О.В. — Москва : Русайнс, 2021. — 256 с. — ISBN 978-5-4365-5143-2. — URL: <https://book.ru/book/936731>
9. Сковородкина И.З. Основы учебно-исследовательской деятельности студентов: учебник / Сковородкина И.З., Герасимов С.А., Фомина О.Б. — Москва: КноРус, 2021. — 264 с. — ISBN 978-5-406-08262-1. — URL: <https://book.ru/book/939289>

### ***Интернет-источники:***

<a href="http://www.novate.ru">www.novate.ru</a>	<a href="http://www.dadam.com">www.dadam.com</a>
<a href="http://www.idi.ru/">www.idi.ru/</a>	<a href="http://www.spacefx.co.uk">www.spacefx.co.uk</a>
<a href="http://www.artlebedev.ru">www.artlebedev.ru</a>	<a href="http://www.ideo.com">www.ideo.com</a>
<a href="http://www.designet.ru">www.designet.ru</a>	<a href="http://www.digitaltrends.com">www.digitaltrends.com</a>
<a href="http://www.kak.ru">www.kak.ru</a>	<a href="http://www.afroditi.com">www.afroditi.com</a>
<a href="http://www.omami.ru">www.omami.ru</a>	<a href="http://www.nonobjectbook.com">www.nonobjectbook.com</a>
<a href="http://www.smirnovdesign.com">www.smirnovdesign.com</a>	<a href="http://www.zain.ru">www.zain.ru</a>
<a href="http://www.new-design.ru">www.new-design.ru</a>	<a href="http://www.firmastyle.com">www.firmastyle.com</a>
<a href="http://www.fuseproject.com">www.fuseproject.com</a>	<a href="http://www.notcot.com">www.notcot.com</a>
<a href="http://www.plusminuszero.jp">www.plusminuszero.jp</a>	<a href="http://www.wallpaper.com">www.wallpaper.com</a>
<a href="http://www.beoform.com">www.beoform.com</a>	<a href="http://www.lumiknows.ru/">www.lumiknows.ru/</a>
<a href="http://www.smirnovdesign.ru">www.smirnovdesign.ru</a>	<a href="http://ilyamelekhov.com/">/ilyamelekhov.com/</a>
<a href="http://www.fuseproject.com">www.fuseproject.com</a>	<a href="http://rassadin.com/">rassadin.com/</a>
<a href="http://www.openconcepts.info">www.openconcepts.info</a>	<a href="http://www.slavasaakyan.ru/">www.slavasaakyan.ru/</a>
<a href="http://www.frogdesign.com">www.frogdesign.com</a>	<a href="http://www.solovyovdesign.com/">www.solovyovdesign.com/</a>
<a href="http://www.designworksusa.com">www.designworksusa.com</a>	<a href="http://www.kibardindesign.com/">www.kibardindesign.com/</a>

## 7. Глоссарий

**АРАБЕСКА** – сложный восточный (арабский) орнамент, состоящий из геометрических и растительных элементов. Может содержать арабский шрифт.

**АРТ-ДИЗАЙН** – разновидность современного дизайна с явным приоритетом эстетического начала. Иными словами – элитный, концептуальный дизайн, основанный на принципах «высокого» искусства. Произведения арт-дизайна в большинстве случаев не рассчитаны на практическое использование. Они служат для эпатажа зрителей, самоутверждения авторов-дизайнеров, стремящихся к новизне и оригинальности идей любыми средствами.

**АРТ-ДИРЕКТОР** – основное лицо дизайнерской студии или рекламного агентства. Он осуществляет надзор над созданием дизайна полиграфической, рекламной и другой продукции.

**АССЮРЕ** (от франц. Assurer – страховать) – линейка, состоящая из нескольких прямых или волнистых линий, служащая для защиты от подделки вписанного в документ текста (например, суммы денег или фамилии). Применяется в бланках документов денежной отчетности (например, приходно-кассовых ордеров).

**АСТЕРИСК** (от греч. asteriskos – звезда) – знак в виде звездочки в тексте для обозначения сноски или примечания.

**АФИША** (от греч. afficher – объявлять) – вид печатной рекламы на бумаге или картоне. В отличие от ПЛАКАТА является средством оповещения широкой аудитории о каком-либо предстоящем событии.

**БАННЕР** (от англ. banner – флаг, транспарант, растяжка) – статическое или анимированное изображение с рекламной информацией. Основное применение – наружная реклама и интернет. Обычно это тканевое или виниловое полотно прямоугольной формы информационного или рекламного содержания для щита, билборда или растяжки.

**БАРКОД** – товарный код по стандарту Международной ассоциации товарной нумерации, содержащий закодированную информацию о продукции и ее изготовителе. Представляет собой чередование темных и светлых полос (штрихов) разной ширины с нанесенными под ними цифрами. То же, что и ШТРИХ-КОД.

**БЕЛИЗНА** – одно из оптических свойств бумаги, которое показывает, насколько цвет бумаги близок к белому. Зависит от компонентов бумажной массы. Наиболее распространены две системы измерения белизны бумаги. Первая – это система измерения в процентах, где 100% означает идеальный белый цвет. Вторая – система CIE.

**БИГ** – одно или несколько параллельных углублений в виде прямых линий на картоне или бумаге в месте будущего сгиба.

**БИГОВКА** – наметка сгибов, один из этапов послепечатной подготовки. Во время этой операции на листах плотной бумаги или картона

по линиям будущих сгибов продавливаются бороздки (биги). После этого сгибы получаются ровные, аккуратные, без заломов. В условиях производства биговка делается на специальных биговочных машинах с помощью дисковых ножей.

**БИЛБОРД** (от англ. billboard – рекламный щит) – рекламная конструкция для наружной рекламы. Представляет собой крупноформатный (обычно 6 на 3 метра) рекламный щит, устанавливаемый на опоре вдоль трасс, улиц. Бывает односторонним или двухсторонним.

**БЛИНТОВОЕ ТИСНЕНИЕ** – тиснение штампом без краски и фольги с нагревом или без него. Штамп выглаживает материал, углубляя его в месте тиснения и меняя его фактуру. Применяется при изготовлении визиток, открыток, буклетов, упаковок.

**БОРДЮР** (от франц. bordure – край) – орнамент в виде полосы, состоящей из повторяющихся элементов. Используется в качестве украшения по краям страницы.

**БРЕНД** (от англ. brand – клеймо) – название компании или товара, торговый знак, торговая марка, которые идентифицируют конкретную продукцию или конкретного продавца с целью выделения их среди конкурентов.

**БРЕНДБУК** – положение о фирменном стиле, документ, содержащий ряд инструкций и рекомендаций по позиционированию компании и её самоидентификации. Может существовать в электронном или печатном варианте.

**БРЕНДИНГ** – наука, занимающаяся вопросами создания, поддержания и продвижения бренда на рынке с помощью креативных, маркетинговых и социальных исследований, рекламы и других форм продвижения товара.

**БАННЕР** – рекламный носитель в Интернет в виде информационного блока определенного размера. Обычно баннер является ссылкой на ресурс рекламодача.

**БИЛЛБОРД** (англ. Billboard, рекламный щит) – термин используется для описания вида наружной рекламы, устанавливаемой вдоль трасс, улиц. Щит представляет собой раму, обитую листами оцинкованной стали или фанеры, покрытую атмосфероустойчивыми составами, закреплённую на опоре. Появился этот термин в США, когда ряд компаний начали вывешивать свои рекламные плакаты «биллы» на деревянных конструкциях.

**БРЕНД** (англ. brand – клеймо) дизайн, разработанный для определённого товара в стиле, отличающимся и выделяющим его на рынке сбыта, посредством упаковки, графических знаков, логотипов и мультимедиа технологий. Следуя из определения можно выявить очень важный аспект: бренд создаётся с целью разграничения нового продукта, от товаров заменителей. Это основная задача бренда. Название товара или бренда – это название, с помощью которого, потребитель отличает данный товар или группу товаров от товаров заменителей. Для названий брендов существуют некоторые правила, следование которым определяет успешность товара на

рынке: 1. легкость произношения и запоминаемость 2. индивидуальность 3. говорящее о качестве и предназначении товара 4. соответствие требованиям регистрации юридической защиты **БРЕНД (по Ф. И. Шаркову, В. А. Ткачеву)** – это имя (название) объекта сбыта (фирмы, товара, услуги, идеи, личности и т.д.), особенностями которого являются повсеместная известность и глубокая укорененность в массовом сознании.

**БРЕНД (по Т. Гэду)** -, «всего лишь паутина отношений между компанией, ее партнерами и клиентами. Отношения строятся на основе набора ценностей и представлений о мире».

**БРЕНД (по Ф. Котлеру)** – название, термин, знак, символ или дизайн, а также их комбинации, которые предназначены для идентификации товаров и услуг одного продавца или группы продавцов и для отличия их от товаров и услуг конкурентов.

**БРЕНД (по Й. Кунде)** – «это синоним полного описания компании. Это компания выступает в качестве бренда – или корпоративного бренда. Бренд – это точка фокусирования экономики ценностей и заметный голос в непрерывном диалоге с потребителями».

**БРЕНДИНГ** – это деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к товару, основанная на совместном усиленном воздействии на потребителя всех элементов бренда и брендинговой политики компании.

**БРЕНД БУК** – Бренд-бук – это документ, содержащий ряд инструкций и рекомендаций по позиционированию компании и её самоидентификации. Бренд-бук постулирует отдельные слагаемые имиджа компании с целью формирования её устойчивой положительной репутации среди целевых клиентов. Фактически, бренд-бук – это документ, описывающий основные алгоритмы формирования клиентской лояльности в рамках процесса создания бренда.

**ГАММА ЦВЕТОВАЯ** – в изобразительном искусстве наименование внешних цветовых особенностей колорита (см.), характеристика «оптической» закономерности, которая объединяет основные цветовые оттенки произведения. Как правило, этот термин сопровождается обычными для цвета определениями (так как цветовую гамму называют теплой, горячей, холодной, яркой, блеклой, светлой и т.д.)

**ГЕОМЕТРИЧЕСКАЯ АБСТРАКЦИЯ**, один из видов абстрактного искусства, предпочитающий композиции, в основе которых – строгая ритмика геометрических или (в скульптуре) стереометрических фигур. Ее ранние варианты (отчасти орфизм Р. Делоне и Ф. Купки, а также супрематизм К. С. Малевича и неопластицизм П. Мондриана) сочетают рационализм с романтикой, тяготея к построению «абсолютных» красочно-графических монументальных символов, выражающих мистические законы космоса. В то же время геометрическая абстракция впитала в себя и технократический пафос конструктивизма.

**ГРАФИКА** (франц. Graphique – линейный, от греч. Grapho – пишу, рисую). Один из видов изобразительного искусства, близкий живописи со

стороны содержания и формы, но имеющий свои собственные конкретные задачи и художественные возможности. В отличие от живописи, основным изобразительным средством графики является однотонный рисунок (т.е. световая линия, светотень): роль цвета в ней остается сравнительно ограниченной. Со стороны технических средств графика включает в себя рисунок в собственном смысле слова – во всех его разновидностях. Как правило, произведения графики исполняют на бумаге, изредка применяются и другие материалы (например, шелк или пергамент). В зависимости от назначения и содержания, графика подразделяется на станковую, которая охватывает произведения самостоятельного значения, не требующие для раскрытия своего содержания связи с литературным текстом; книжную и журнально-газетную. Рисунки, сделанные карандашом, тушью или углём – всё это графика.

**ГРАФФИТИ** (итал., «graffio» – царапать) – впервые слово стало употребляться по отношению к надписям, найденным при раскопках города Помпеи в 1755 году, когда город был расчищен от вулканического пепла, под которым был погребен после извержения Везувия в 79 году н. э

**ГРАФЕМА** – письменный символ, используемый для того, чтобы выразить единицу речи – фонему. Примером могут служить 26 букв английского или 32 буквы русского алфавита.

**ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН** – проектирование символов-знаков, логотипов, услуги дизайнеров, проектирующих полиграфическую продукцию и тд.

**ГРОТЕСК** (франц. Grottesque, буквально – причудливый; комичный). Шрифт без засечек. Первый наборный шрифт этого класса был создан в 1816 году. Он применялся для привлечения внимания в заголовках рекламы. Прародителем современных типографских гротесков считается шрифт Акциденц Гротеск, разработанный в 1896 году неизвестным художником для фирмы Berthold.

**ДИЗАЙН УПАКОВКИ** – процесс проектирования, или оформления упаковки продукта в соответствии с утвержденными визуальными константами торговой марки бренда, к которому относится продукт. В широком смысле – самостоятельная художественная дисциплина со своими законами, историей и канонами.

**ДОМИНАНТА** – (лат. dominans, dominantis) – господствующий. Доминировать – господствовать, преобладать; возвышаться (над окружающей местностью). В графическом дизайне – самый активный, контрастный элемент в композиции листа.

**ЗНАК** (фр., «signe»; лат., «signum» – отметка ) – созданное человеком изображение, смысл которого известен. С 15 века слово «sign» стало встречаться в качестве глагола «подписывать», причем подписью был крест, которым, согласно профессору Уикли, «большинство из наших предков «подписывали» письма в конце вместо того, чтобы ставить свои имена». В настоящее время словом «sign» обозначается как любое графическое

изображение, передающее какое-либо специальное сообщение (например, математический знак), так и жест, выражающий какую-либо информацию или команду. Этим словом могут обозначаться также плакаты, транспаранты и другие средства, являющиеся носителями информации

**КОМПОЗИЦИЯ** – (лат. compositio) – сочинение, составление; соединение, связь. В литературе и искусстве – построение (структура) художественного произведения, расположение и взаимосвязь его частей, обусловленные идейным замыслом и назначением произведения. В архитектуре – связанные между собой в едином композиционном построении несколько зданий. Композиции произведения изобразительного искусства – это размещение на полотне людей и предметов. В графическом дизайне – расположение и взаимосвязь отдельных графических элементов на листе.

**МАРКА СЕМЕЙСТВА ТОВАРОВ** (house mark) – совокупность групп товаров, обозначающихся одним конкретным брендом.

**НАЗВАНИЕ ТОВАРА** (trade name) – это название, с помощью которого, потребитель отличает данный товар или группу товаров от товаров заменителей.

**ОРИГИНАЛ** (от лат. Originalis – первоначальный). В области изобразительного искусства – подлинное художественное произведение в отличие от подделки, копии (см.) или репродукции. Термин оригинал употребляется и как обозначение художественного произведения, служащего образцом для копии. В этом смысле словом оригиналом может быть любое, в том числе и не подлинное произведение.

**ОРНАМЕНТ.** Слово «орнамент» образовано от латинского слова «ornamentum», которое переводится как «украшение». Орнаментом называют узор, с повторяющимися в определённом порядке рисунками.

**ПАЛИТРА** – это тонкая деревянная дощечка прямоугольной или овальной формы с отверстием. Палитра нужна художникам для работы масляными красками. Художник держит палитру в левой руке, вставив в отверстие большой палец. По краю палитры он выдавливает из тюбиков краски, а в середине палитры смешивает краски, добываясь нужного цвета. У каждого художника есть свои любимые цвета. Одним нравятся писать картины, не используя много разных красок. А другие предпочитают разнообразие и яркость цветов в своих работах. В первом случае про художника говорят, что у него «сдержанная палитра». А во втором – «богатая, яркая палитра». То есть палитрой ещё называют и краски, которые художник и дизайнер использует в своей работе.

**ПЕРСОНИФИКАЦИЯ** – придание живым или неживым объектам, или отвлеченным понятиям, таким, как «победа» или «промышленность», человеческих форм или человеческих атрибутов. К примеру, смерть изображается в виде скелета или фигуры в белом одеянии с косой.

**ПЛАГИАТ** – Выдача чужого произведения за своё или незаконное опубликование чужого произведения под своим именем, присвоение авторства.



**ПРОЕКТ** (от лат. projectus, букв. – брошенный вперед) 1) совокупность документов (расчетов, чертежей и др.) для создания какого-либо сооружения или изделия. 2) Предварительный текст какого-либо документа. 3) Замысел, план.

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ** – процесс создания проекта – прототипа, прообраза предполагаемого или возможного объекта, в том числе и дизайн объекта.

**ПСИХО-ДИЗАЙН** – это наука адаптации интерьеров, архитектурных и ландшафтных, а также графических стилинесущих форм под конкретного человека, его психологические особенности и потребности. Интерьер способен стимулировать и разрушать, настраивать на успех, покой или активность, снимать или усугублять внутренние проблемы человека, семьи, коллектива; активизировать творческий процесс, влиять на продажи. Создать индивидуальную дизайн-модель «под человека» можно только на основе объективной, научно обоснованной информации и методики, объединяющей принципы дизайна и психологии.

**РЕКЛАМНЫЙ ДИЗАЙН** – скорее коммерческое ремесло, основанное больше на достижении прибыли, чем на искусстве.

**РИСУНОК** – разновидность художественной графики, основанная на технических средствах и возможностях рисования. В отличие от живописи, рисунок выполняется твердым красящим веществом (карандаш, сангина, уголь и пр.) или пером, кистью с использованием туши, акварели. Выразительными средствами рисунка являются, как правило, штрих, пятно, линия. Такой рисунок может быть как беглой зарисовкой с натуры, так и завершенной графической композицией, включая в оригинале иллюстрацию, карикатуру, плакат. Рисунок – один из самых древних видов изобразительного искусства. В древние времена, когда ещё не было письменности, наши предки с помощью рисунка передавали свое отношение к окружающему миру. До сих пор археологи находят в пещерах, где жили когда-то первобытные люди, изображения животных.

**СИМВОЛ** (греч. – знак, сигнал, признак, примета, залог, пароль, эмблема), знак, который связан с обозначаемой им предметностью так, что смысл знака и его предмет представлены только самим знаком и раскрываются лишь через его интерпретацию.

**СИМВОЛИЗМ**, направление в европейском и русском искусстве 1870-1910-х гг.; сосредоточено преимущественно на художественном выражении посредством символа интуитивно постигаемых сущностей и идей, смутных, часто изощренных чувств и видений. Философско-эстетические принципы символизма восходят к сочинениям А. Шопенгауэра, Э. Гартмана, Ф. Ницше, творчеству Р. Вагнера. Стремясь проникнуть в тайны бытия и сознания, узреть сквозь видимую реальность сверхвременную идеальную сущность мира («от реального к реальному») и его «нетленную», или трансцендентную, Красоту, символисты выразили неприятие буржуазности и позитивизма, тоску по духовной свободе, трагическое предчувствие мировых

социально-исторических сдвигов. В России символизм нередко мыслился как «жизнетворчество» – сакральное действо, выходящее за пределы искусства. Основные представители символизма в изобразительном искусстве: Э. Мунк, Г. Моро, М. К. Чюрленис, М. А. Врубель, В. Э. Борисов-Мусатов; близко к символизму творчество П. Гогена и мастеров группы «Наби», графика О. Бердсли, работы многих мастеров стиля модерн.

**СПУСКИ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ.** Спуск полос – процесс размещения полос издания на монтаже и печатной форме обеспечивающий после фальцовки оттисков требуемое чередование страниц в тетрадах

**СТИЛЬ** – общность образной системы, средств художественной выразительности, творческих приемов, обусловленная единством идейно-художественного содержания. Можно говорить о стиле отдельных произведений или жанра, об индивидуальном стиле (творческой манере) отдельного автора, а также о стиле целых эпох или крупных художественных направлений, поскольку единство общественно– исторического содержания определяет в них общность художественно-образных принципов, средств, приемов (таковы, напр., в пластическом и др. искусствах романский стиль, готика, Возрождение, барокко, рококо, классицизм).

**СТАЙЛИНГ ДИЗАЙН** – Художественная адаптация уже готовой формы (интерьер-экстерьер) или улучшение технической части объекта. В России развивается довольно причудливо :) Средовой дизайн – дизайн архитектурной среды (интерьер-экстерьер), услуги дизайнеров, проектирующих художественные праздники, выставки и тд.

**ТИПОГРАФИКА** – набор приемов оформления печатного текста посредством вёрстки, с использованием норм и правил, специфических для данного стилевого направления и школы.

**ТОВАРНЫЙ ЗНАК** – обозначает, что выпуск товаров или предоставление услуг осуществляется фирмой, имеющей этот знак. В отличие от фирменного знака фабричное клеймо или фабричная марка ставятся только на один отдельный вид выпускаемой продукции. Обычно фирменный знак, который в наши дни часто называют «логотип компании» (от слова «логограмма»), представляет собой название компании, инициалы, монограмму или графическое изображение. При создании товарного знака, учитывается множество факторов, таких как социо-культурные характеристики потребителя, традиции позиционирования в отрасли и др.

**ТОРГОВАЯ МАРКА** – Торговая марка (trademark), (brand) – текстовые или графические символы, обозначающие товар или группу товаров одного товаропроизводителя. (в узком смысле) – любой знак, отметка, символ, имя, слово, которые используются производителями для обозначения своей продукции.

**ФАКТУРА** (от лат *factura* – деление). В живописи, скульптуре и дизайне: материальные, осязаемые свойства поверхности художественного произведения, использованные как средство правдивого изображения действительности. Фактурные различия определяются, прежде всего,

особенностями самой природы: в живописи, например, прозрачные, глубокие тени обычно передаются тонким и ровным красочным слоем в противоположность густому, рельефному письму ярко освещенных мест и бликов. В скульптуре лицо человека, по сравнению с его одеждой или волосами, исполняется более гладко и т.д. Свойства фактуры зависят также от технических возможностей материала, от характера задания (набросок, например, никогда не пишут как картину); от масштабов изображения, от индивидуальных особенностей художника.

**ФИРМЕННЫЙ ЗНАК** – обозначает, что выпуск товаров или предоставление услуг осуществляется фирмой, имеющей этот знак. В отличие от фирменного знака фабричное клеймо или фабричная марка ставятся только на один отдельный вид выпускаемой продукции. Обычно фирменный знак, который в наши дни часто называют «логотип корпорации» (от слова «логограмма»), представляет собой название компании, инициалы, монограмму или графическое изображение.

**ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ** – Фирменный стиль – это набор визуальных, вербальных и иных элементов, совокупность которых создает уникальный образ бренда в коммуникациях. Разработка фирменного стиля включает в себя два этапа: первый – создание констант фирменного стиля, второй – адаптацию концептуального дизайна на разные группы носителей. Перечень позиций фирменного стиля определяется с учетом ключевых точек контакта бренда с потребителем.

**ЭКСЛИБРИС** (от лат. ex libris «из книг») – книжный знак, наклеиваемый владельцами библиотек на книгу, преимущественно на внутреннюю сторону переплета. Простейший экслибрис представляет собой бумажный ярлык с именем владельца книги, иногда в сочетании с девизом или эмблемой. Художественные экслибрисы представляют собой сложные произведения печатной графики.

**ЭМБЛЕМА** (лат., «emblema» – мозаичная работа; произошло от греч. «эмбаллейн» – бросать внутрь) – Сейчас под эмблемой понимается символическое изображение какого-либо понятия или идеи: например, якорь является символом надежды; «семисвечник» – иудаизма; голубь – символом мира. В геральдике эмблема определенным образом характеризует ее владельца; в религиозном искусстве предметы-символы окружают изображения святых. В спортивной символике – это «большой герб» клуба или команды (например, сборной страны).

Содержание папки выпускника

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Московский региональный социально-экономический институт»  
(Шрифт № 14)

Иванов Иван Иванович

Группа \_\_\_\_\_

(Шрифт № 14)

**Выпускная квалификационная работа**

(Шрифт № 16 жирный)

Тема работы: «\_\_\_\_\_»

(Шрифт № 14)

по специальности

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Квалификация: Дизайнер

Руководитель – Фамилия И.О.

уч. степень

должность

(Шрифт № 14)

Видное – 20\_\_\_\_\_

(Шрифт № 12)

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Московский региональный социально-экономический институт»

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ Е.Н. Золотухина

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### **ЗАДАНИЕ**

#### **на выпускную квалификационную работу**

Студенту(ке) \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы,  
специальности \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(Фамилия, имя, отчество)

Тема выпускной квалификационной работы \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Тема курсовой работы №1. \_\_\_\_\_

Тема курсовой работы №2. \_\_\_\_\_

### **СОДЕРЖАНИЕ**

#### **Содержание**

#### **Введение**

#### **Глава I Аналитическая часть**

1.1. Исходные данные и материалы для проектирования

1.2. Маркетинговое исследование

1.3. Стратегия и методика проектирования

#### **Глава II Художественно-концептуальная часть**

2.1. Эскизы и варианты поисковых решений

2.2. Творческая концепция проекта

2.3. Способы и методы художественно-творческого решения

2.4. Используемые материалы, программные и технические средства

2.5. Экономические расчеты

#### **Заключение**

#### **Терминология**

#### **Список источников и литературы**

## Приложения

Фамилия и должность руководителя ВКР \_\_\_\_\_

Дата выдачи задания на ВКР «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Срок окончания подготовки ВКР «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Рассмотрено на заседании кафедры \_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. Протокол № \_\_\_\_\_

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_

Ф.И.О., подпись, дата

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

Ф.И.О., подпись, дата

## Введение (пример)

Данная выпускная квалификационная работа посвящена изучению и освоению искусства «Социального плаката» в графическом дизайне. Проанализированный материал художественно оформлен и изложен в виде плакатной серии социальных плакатов – как неотъемлемой части социальной рекламы. В рамках исследования рассмотрены такие области как: появление социального плаката, виды социального плаката, законы и правила построения социального плаката и его роль в художественном творчестве.

**Актуальность исследования.** Пристальное внимание известных дизайнеров к сфере рекламы обусловлено родственной природой целей и базовых принципов дизайна и рекламы – обостренное, чуткое восприятие бед общества; принцип гуманности; равнодушное отношение к человеку (пользователю, потребителю); стремление находиться «на острие» самых актуальных и злободневных явлений и, как следствие, – стремление к активной трансформации жизненной действительности в лучшую сторону.

Плакаты являются привычным фоном нашей повседневной жизни и играют значительную роль в формировании облика современного города. Несмотря на развитие более современных средств массовой агитации и пропаганды, интерес к использованию плакатов в социуме не исчезает.

Для многих плакат является самым легкодоступным и чуть ли не единственным «живым» образцом изобразительного искусства. Поэтому он становится важным средством удовлетворения эстетической потребности и воспитания эстетического вкуса.

**Теоретическое исследование** заключается в том, что, проанализировав литературные источники, такие как научно – художественная и профессиональная литература, виртуальный мир (социальные сети) можно сделать выводы, что социальный плакат создан для того, чтобы изменить отношение публики к проблеме, изложенной в изображении. Существует несколько базовых графических принципов дизайна плаката, знание и владение которыми помогут дизайнеру графику создать действительно яркий, актуальный эффектный продукт.

Издание Феофанов О. А. «Реклама: новые технологии в России». – Спб: Питер, 2000 знакомит со спецификой и основными понятиями как самобытного вида проектной деятельности, сложившейся в XX в. Рассматриваются два аспекта: ретроспективный образ зарождения, становления и эволюции концепций дизайна в нашей стране и мире; изложение методологических моментов дизайн -проектирования в общем плане и на конкретных примерах.

В книге Федотова Л. Н. «Социология рекламной деятельности».– М.: Гардарики, 2002. проведен глубокий и всесторонний анализ такой динамичной, быстро трансформирующейся сферы человеческой деятельности, как реклама. Подробно изучаются рекламные коммуникации и

их основные элементы, процессы формирования рекламного обращения и выбор каналов его распространения, значительное внимание уделяется проблемам и перспективам рекламного менеджмента.

Книга О. Яцюк «Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий» – справочное и практическое руководство, в котором систематизированы сведения о современном графическом дизайне, проанализированы визуальные средства рекламы и др.

В Интернет-источниках была изучена информация об истории плаката, в частности – социального плаката, также подобран материал о существующих видах типографской печати, о технологических условиях при печати.

**Цель исследования** – рассмотреть социальную значимость плаката; выявить художественно графические и дизайнерские методы повышения эффективности социального плаката, которые могут повлиять и изменить отношение социума к проблеме, изложенной в изображении, привлечь внимание людей к конкретным социальным проблемам или сообщить о социальных инициативах властей, а в долгосрочной перспективе выбрать новые социальные ценности. Так же целью работы является повышение эффективности социального плаката при помощи применения компьютерных технологий и разных видов графики.

**Объектом исследования** является дизайн-проект серии социальных плакатов на тему «1 июня– день защиты детей».

**Предметом исследования** является технология создания серии социальных плакатов при помощи создания графических и иллюстративных работ, как ручного исполнения, так и технического.

**Задачи** поставлены на создание оптимально доступных для понимания и осмысления серий социальных плакатов:

– Определять аудиторию, к которой будет обращен плакат, и идеи, с которыми к ней будут обращаться.

– Определить условия, определяющие серию социальных плакатов как сложный художественно-функциональный комплекс, включающий в себя следующие основные аспекты: материально-конструктивный, коммуникативно-информационный и художественно-образный. Все аспекты взаимосвязаны и взаимообуславливают один другой.

– Выявить, приемы систематизации и формирования материала для дальнейшего использования в создании серий социальных плакатов.

– Выявить при помощи исследования научно-художественной литературы, конкретных изобразительных примеров, информационных интернет – порталов – значение шрифта в плакате.

– Разработать концепцию серий социальных плакатов, определение графического исполнения, макетно-проектные расчеты, разработка фор-эскизов. Создание графических и иллюстративных работ, как ручного исполнения, так и технического.



– Выявить компьютерные технологии и дизайнерские приемы для работы с плакатами

– Определить техническое исполнение – компоновка графических и иллюстративных объектов в формате плаката, подготовка к сдаче в печать.

**Новизной** исследования является обоснование подхода к рассмотрению двух разнозначных предметов в одной работе: социология и графический дизайн. Выводы сделаны на основе исследования и анализа данных периодической печати, научно-методической литературы и специальных изданий.

Проект характеризуется комплексным, целостным подходом к решению темы, которая рассматривается как объект творческой деятельности в графическом дизайне. Предложенная система обобщения 2-х тем в единую тематику в одном издании ориентирована на отношение социума к какой-либо проблеме, привлечение внимания людей к конкретным социальным проблемам.

**Практическая значимость** исследования заключается в возможности использовать его результатов с целью понятно просто и лаконично донести до людей проблемы социума, с последующим желанием решить их.

# Московский региональный социально-экономический институт

Кафедра дизайна

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель выпускной квалификационной  
работы

Юматова Т.П.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_

## ГРАФИК (пример)

Написания и оформления выпускной квалификационной работы на  
тему: « \_\_\_\_\_ ».

Ф.И.О. студента \_\_\_\_\_ (курс, группа) \_\_\_\_\_

№ п/п	Выполнение работы	Срок выполнения	Отметка о выполнении
1.	Подбор литературы , ее изучение и анализ. Составление списка литературы	2.11.20____	
2.	Определение содержания выпускной квалификационной работы и согласование его с руководителем	9.11.20____	
3.	Представление на проверку первой главы	23.11.20____	
4.	Накопление, систематизация и анализ материалов исследования	30.11.20__-7.12.20____	
5.	Представление второй. Третьей главы	18.12.20____	
6.	Согласование с руководителем выводов и предложений в «Заключении»	21.12. - 28.12.20____	
7.	Доработка выпускной квалификационной работы в соответствии с замечаниями	8.02.20____	
8.	Разработка наглядных графических и расчетных показателей (плакатов)	19.02.- 8.03.20__	
9.	Разработка тезисов доклада для защиты	19.03.20____	
10.	Ознакомление с отзывом и репетицией	22.03.20__	
11.	Представление выпускной квалификационной работы , допуск к защите	29.03.20____	

« \_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

(подпись) \_\_\_\_\_

Консультации педагогов

<b>Дата</b>	<b>Содержание</b>	<b>Подпись консультанта</b>

Консультации по «Методологии научного исследования»

<b>Дата</b>	<b>Содержание</b>	<b>Подпись консультанта</b>

## Требования к оформлению текста работы ВКР

### 1. Общие требования к оформлению текста работы ВКР.

Объем ВКР должен составлять 40-50 страниц печатного текста (без приложений). Текст ВКР должен быть подготовлен с использованием компьютера в текстовом редакторе Word, распечатан на одной стороне белой бумаги формата А4 (210 x 297 мм), если иное не предусмотрено спецификой.

Параметры страницы:

– поля: левое – 3 см; правое – 1,5 см; верхнее – 2 см; нижнее – 2 см; отступ для первой строки абзаца – 1,25 см.

– шрифт: гарнитура – Times New Roman, размер – 14 пт, межстрочный интервал – 1,5 пт.

Выравнивание заголовков по центру, основной текст – по ширине страницы. Вне зависимости от способа выполнения работы качество напечатанного текста и оформления иллюстраций, таблиц, распечаток должно удовлетворять требованию их четкого воспроизведения. При выполнении ВКР необходимо соблюдать равномерную плотность, контрастность и четкость изображения по всей работе.

Заголовки структурных элементов работы («Содержание», «Введение», «Заключение», «Терминология», «Список литературы»), разделов основной части, а также подразделов и пунктов следует располагать в середине строки, без точки в конце и печатать строчными буквами (кроме первой прописной), не подчеркивая, 14-м полужирным шрифтом). Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Расстояние между заголовком и текстом, между заголовками раздела и подраздела должно составлять одну строку.

Каждый раздел работы рекомендуется начинать с нового листа (страницы), параграфы располагаются друг за другом. В тексте следует применять красную строку, выделяя законченную мысль в абзац. В процессе печатания или набора текста при переходе на следующую страницу не рекомендуется:

- отрывать одну строку текста или слова от предыдущего абзаца;
- начинать одну строку нового абзаца на заканчивающейся странице (новый абзац следует начинать на другой странице);
- отрывать название таблицы или рисунка от самой таблицы или рисунка.

Страницы ВКР должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами от титульного листа до последней страницы с приложениями, включая все листы с иллюстрациями, таблицами, схемами и т.д. На титульном листе, листе содержания номера страниц не ставятся, но они учитываются в общей нумерации. Номер страницы проставляют в центре верхней части листа без точки.

Внутри текста ВКР могут быть приведены перечисления. Перед каждым перечислением следует ставить тире или, при необходимости ссылки в тексте документа на одно из перечислений, строчную букву (за исключением ё, з, й, о, ч, ь, ы, ь), после которой ставится скобка. Для детализации перечислений необходимо использовать арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа.

Пример

- 1) \_\_\_\_\_
- а) \_\_\_\_\_
- б) \_\_\_\_\_
- 2) \_\_\_\_\_
- а) \_\_\_\_\_

## 2. Оформление разделов.

Разделы основной части называются главами и должны иметь порядковые номера в пределах всего документа, обозначенные арабскими цифрами без точки. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номеров раздела и подраздела, разделенных точкой. В конце номера подраздела точка не ставится. Разделы, как и подразделы, могут состоять из одного или нескольких пунктов. Если работа не имеет подразделов, то нумерация пунктов в нем должна быть в пределах каждого раздела, и номер пункта должен состоять из номеров раздела и пункта, разделенных точкой. В конце номера пункта точка не ставится.

Пример:

- Глава 1 Название главы 1
- 1.1 Название подраздела 1.1
- 1.2 Название подраздела 1.2
- 1.3 Название подраздела 1.3
- Глава 2 Название главы 2
- 2.1 Название подраздела 2.1
- 2.2 Название подраздела 2.2

## 3. Оформление иллюстраций, рисунков.

Иллюстрация (чертежи, графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Иллюстрации (фотоснимки) могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе. Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Рисунок обозначается «Рис. 1 Наименование рисунка». Обозначение рисунка располагают посередине строки.

Иллюстрации, при необходимости, могут иметь наименование и пояснительные данные (подрисовочный текст). Слово «Рис.» и наименование помещают после пояснительных данных.

Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами. При ссылках на иллюстрации следует писать «в соответствии с рис. 2».

#### 4. Оформление таблиц.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы обязательно и должно отражать её содержание, быть точным, кратким.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами. Например, «Таблица 1». Заголовки граф и строк таблицы следует не выделять полужирным шрифтом и писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят. Таблицы слева, справа и снизу ограничивают линиями. Допускаются применять размер шрифта в таблице меньший, чем в тексте. Межстрочный интервал в таблице – 1 пт.

Перед таблицей с выравниванием по правому краю помещается слово «Таблица» и ее номер без точки. Название таблицы следует помещать над таблицей по центру. Например:

Таблица 1

#### Название таблицы

Название графы 1	Название графы 2	Название графы 3	Название графы 4
Название строки 1	10	Текст текст текст	–
Название строки 2	10	То же	–
Название строки 3	15	–	Текст

Таблицу следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в работе. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием её номера.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы название помещают только над первой частью таблицы, нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую таблицу, не проводят. При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица» и номер её указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы, например: «Продолжение

таблицы 1». При переносе таблицы на другой лист (страницу) заголовок помещают только над её первой частью.

Таблицу с большим количеством граф допускается делить на части и помещать одну часть под другой, в пределах одной страницы. Если строки и графы таблицы выходят за формат страницы, то в первом случае в каждой части таблицы повторяется головная строка, во втором случае – боковик.

Если повторяющийся в разных строках графы таблицы текст одинаковый, то после первого написания допускается замена на слова «То же». Цифры, знаки, математические и химические символы, марки заменять не допускается. Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы не приводят, то в ней ставят тире.

Большие таблицы выносятся в приложение.

#### 5. Оформление формул.

Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если уравнение не уместится в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (–), умножения (\*), деления (:), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак «X». Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует проводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Пример – в формуле (1).

#### 6. Оформление ссылок.

В случае необходимости можно излагать чужие мысли своими словами, но в этом варианте необходимо делать ссылку на первоисточник, который должен быть указан в списке используемой литературы. Ссылка делается сразу после окончания цитаты или изложения чужой мысли в тексте в квадратных скобках с указанием номера источника из списка литературы (и страницы) (например: [6, стр. 32] – шестой источник в списке литературы, страница 32).

#### 7. Оформление списка литературы.

Все источники, использованные при написании курсовых (дипломных) работ (проектов) (официальные документы, нормативные акты, монографии, учебники, справочные пособия, статьи из периодических изданий, сборников) должны быть описаны в соответствии с ГОСТ 7.1 – 2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Нормативные

документы должны располагаться по значимости (юридической силе), а внутри каждой выделенной группы – по хронологии.

Остальные источники (монографии, учебники, учебные пособия, статьи и др.) должны располагаться в алфавитном порядке.

### **Основная литература:**

1. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Ю. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 227 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10856-9. //Образовательная платформа Юрайт [сайт].— URL: <https://urait.ru/bcode/474856>

2. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 90 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11134-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456785>

3. Лаврентьева А. Н. 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, 2021. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07962-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473416>

4. Павловская Е. Э. Основы дизайна и композиции: современные концепции: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.]; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475061>

5. Шокорова, Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Шокорова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 110 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10584-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456748>

6. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.]; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11512-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457117>

7. Организация производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. С. Леонтьева [и др.] ; под редакцией Л. С. Леонтьевой, В. И. Кузнецова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00820-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471821>



8. Инженерная и компьютерная графика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Р. Р. Анамова [и др.]; под общей редакцией С. А. Леоновой, Н. В. Пшеничной. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 246 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5- 534-02971-0. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/471039>

9. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469833>

10. Горленко, О. А. Управление персоналом: учаования / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можяева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 249 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9457-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452929>

### *Дополнительная литература:*

11. Дизайн-проектирование: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. – 2-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 90 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-11134-7. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475881>

12. Разработка и технология производства рекламной продукции: учебное пособие / Смотровя Т.И., Слинькова Н.В. – Москва: Русайнс, 2020. – 111 с. – ISBN 978-5-4365-4676-6. – URL: <https://book.ru/book/936012>

13. Современные образовательные технологии: учебное пособие / Бордовская Н.В., под ред. – Москва: КноРус, 2020. – 432 с. – ISBN 978-5-406-07519-7. – URL: <https://book.ru/book/932673>

14. Организация производства. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Н. Иванов [и др.]; под общей редакцией И. Н. Иванова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 362 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10590-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/471225>

15. Васильева Е.В. Интернет-предпринимательство: практика применения дизайн-мышления в создании проекта: учебно-практическое пособие / Васильева Е.В., под ред., Алтухова Н.Ф., Громова А.А., Зобнина М.Р., Славин Б.Б. — Москва : КноРус, 2021. — 306 с. — ISBN 978-5-406-02461-4. — URL: <https://book.ru/book/93610> Васильева, Е.В. Маркетинг и управление продуктом на цифровых рынках: генерация и проверка идей через CustDev, дизайн-мышление и расчеты юнит-экономики : учебник / Васильева Е.В., Зобнина М.Р. — Москва : КноРус, 2020. — 723 с. — ISBN 978-5-406-00500-2. — URL: <https://book.ru/book/935896>

16. Запекина, Н. М. Основы полиграфического производства: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. М. Запекина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 178 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11087-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475070>

17. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Ю. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 227 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10856-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474856>

18. Современные образовательные технологии: учебное пособие / Бордовская Н.В., под ред. — Москва: КноРус, 2020. — 432 с. — ISBN 978-5-406-07519-7. — URL: <https://book.ru/book/932673>

19. Горбашко, Е. А. Управление качеством: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Горбашко. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 397 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14893-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484937>

20. Лифиц, И. М. Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия :учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Лифиц. — 14-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 423 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15204-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487891>

21. ГОСТ Р 54501-2011 Комплексная система контроля качества. Контроль технологических процессов изготовления материалов и полуфабрикатов на предприятиях-поставщиках. Общие требования (Переиздание)-  
<http://docs.cntd.ru/document/1200088034>

22. Васин, С. Г. Управление качеством. Всеобщий подход : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Васин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10557-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/430852>

23. Метрология. Теория измерений: учебник для среднего профессионального образования / В. А. Мещеряков, Е. А. Бадеева, Е. В. Шалобаев ; под общей редакцией Т. И. Мурашкиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 167 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08652-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471589>

24. Сергеев, А. Г. Стандартизация и сертификация : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Г. Сергеев, В. В. Терегеря. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 323 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04315-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469819>

25. Управление качеством. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Горбашко [и др.] ; под редакцией Е. А. Горбашко. — 2-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 323 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11511-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475835>

26. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-

5-9916-7906-0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/471003>

27. Менеджмент. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 246 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-02464-7. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/471002>

28. Управление персоналом: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Литвинюк [и др.]; под редакцией А. А. Литвинюка. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 498 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01594-2. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469678>

### ***Интернет ресурсы:***

1. 100 лучших товаров России: [www.100best.ru](http://www.100best.ru) 6. Знаменитые дизайнеры [www.designstory.ru/designers](http://www.designstory.ru/designers) 7. Методы визуализации информации <http://www.mercator.ru> 8. Портал Всё о дизайне <http://designcollector.net/> 9. Портал по промдизайну <http://www.designet.ru/> 10. Портал Промышленный дизайн в Восточной Европе и СНГ <http://ru.designeast.eu/> 11. Премии INDEX <http://www.designstory.ru/news/view/166> 12. Премии Red Dot Design <http://en.red-dot.org/> 13. Премии Electrolux Design Lab <http://www.electroluxdesignlab.com> 14. Сайт компании Design Council <http://www.designcouncil.org.uk/> 15. Сайт студии Новый дизайн [www.new-design.ru](http://www.new-design.ru)

2. Сайт стенфордского института дизайна <http://design.stanford.edu/PD/bigpicture.html> 17. Сайт студии ideo <http://www.ideo.com/>

3. Сайт Illinois Institute of Technology. Institute of Design: <http://www.iit.edu/>

4. Научная электронная библиотека – [www.eLibrary.ru](http://www.eLibrary.ru)

5. Библиотека учебной и научной литературы ЭБС «КнигаФонд» – [www.knigafund.ru](http://www.knigafund.ru)

6. Словарь рекламных терминов [http://www.rtmra.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=13&Itemid=12](http://www.rtmra.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=13&Itemid=12)