

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Фирменный стиль»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Графический дизайн

Общий объем дисциплины – 3 з.е. (108 часов)

Форма промежуточной аттестации – Экзамен.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-10: способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- ПК-1: способностью владеть рисунком и приемами работы, с обоснованием художественного замысла дизайн-проекта, в макетировании и моделировании, с цветом и цветовыми композициями;
- ПК-3: способностью учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Фирменный стиль» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очная. Семестр 4.

1. Введение. Визуально-графический комплекс (комплексный фирменный стиль). Знакомство с проблематикой фирменного стиля, лучшими отечественными и зарубежными образцами графических комплексов..

2. Знак.. Знакомство с понятием «знак» (товарный знак), как оригинально оформленное графическое изображение на основе стилизованного изображения. Пути создания знака. Виды товарных знаков. Иконический знак, знак – индекс. Знакомство с лучшими образцами мировых товарных знаков.

3. Пиктограммы, знаки визуальной коммуникации. Фирменный шрифт.. Традиционные и «средовые» средства графического дизайна, использование свето-цветографики при решении задач зонирования, артикуляции объемов и пространств, ориентации в средовых системах. Особенности проектирования фирменного шрифта. Методика проектирования..

4. Шрифт и изображение.. Взаимодействие шрифта и изображения. Плакатная структура. Спонтанность и случайность..

5. Фирменный блок.. Знакомство с понятием фирменного блока, состав фирменного блока. Выдача расчетного задания (часть 1). Разработка эскизов объектов малой графики с использованием основных носителей фирменного стиля: визитная карточка, фирменный бланк, бланк письма, фирменный конверт.

6. Наружная реклама.. Основные понятия – наружная реклама, отдельно стоящий рекламный стенд, указатели, вывеска, билборд, лайтбокс, отдельно стоящая рекламная установка, имиджевая конструкция, стена..

Разработал:

доцент

кафедры АрхДи

Проверил:

Директор ИнАрхДиз

Ю.В. Раменская

С.Б.Поморов