



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ИСАиИ  
О.С. Логунова

17.02.2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

***ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ***

Направление подготовки (специальность)  
54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль/специализация) программы  
Графический дизайн

Уровень высшего образования - бакалавриат  
Программа подготовки - академический бакалавриат

Форма обучения  
заочная

Институт/ факультет	Институт строительства, архитектуры и искусства
Кафедра	Дизайна
Курс	5

Магнитогорск  
2020 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 11.08.2016 г. № 1004)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Дизайна  
07.02.2020, протокол № 5

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ А.Д. Григорьев

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИСАиИ  
17.02.2020 г. протокол № 5

Председатель \_\_\_\_\_ О.С. Логунова

Рабочая программа составлена:  
доцент кафедры Дизайна, канд. пед. наук \_\_\_\_\_

Саляева Т.В

Рецензент:

Директор ООО ПКФ "Статус" Дизайна, \_\_\_\_\_

Кустов А.Н.



### **1 Цели освоения дисциплины (модуля)**

развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн;

- освоение специальных знаний в области эргономики;
- ознакомление студентов с понятиями, структурой и ключевыми проблемами современной эргономики и антропометрии в контексте художественного проектирования;
- овладение студентами необходимым и достаточным уровнем компетенций в рамках учебной дисциплины «Фирменный стиль предприятия»

### **2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина Фирменный стиль предприятия входит в вариативную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

- Информационные технологии в графическом дизайне
- Информационные технологии мультимедийного продукта
- История и типология архитектурных форм
- История регионального дизайна Урала
- Научные исследования в области дизайна
- Научные исследования в области мультимедийного продукта
- Научные исследования в области полиграфического продукта
- Основы стилеобразования в дизайне
- Проектирование и макетирование печатного издания
- Проектная деятельность
- Разработка иллюстрации средствами современных технологий
- Производственная – преддипломная практика
- Разработка мультимедийного продукта
- Региональные особенности дизайна Южного Урала
- История графического дизайна и рекламы
- Компьютерное искусство и фотография
- Компьютерные технологии в графическом дизайне
- Компьютерные технологии мультимедийного продукта
- Материаловедение и технологии современного полиграфического производства
- Производственная - практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
- Теория и история дизайна
- Типографика
- Фотография
- Цифровое искусство в графическом дизайне
- Визуальное восприятие графических изображений
- Декоративная живопись
- История искусств
- Конструирование и моделирование
- Основы производственного мастерства
- Пластическое моделирование
- Презентационные и мультимедийные технологии
- Проектная графика
- Академическая живопись

## Академический рисунок

Учебная - практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

Академическая скульптура

Основы шрифтовой и орнаментальной композиции

Пропедевтика

Технический рисунок. Инженерная графика

Технический рисунок. Основы перспективы

Цветоведение. Химия и физика цвета

Эргономика

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Информационные технологии в графическом дизайне

Информационные технологии мультимедийного продукта

История и типология архитектурных форм

История регионального дизайна Урала

Научные исследования в области дизайна

Научные исследования в области мультимедийного продукта

Научные исследования в области полиграфического продукта

Основы стилеобразования в дизайне

Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Проектирование и макетирование печатного издания

Проектная деятельность

Производственная – преддипломная практика

Разработка иллюстрации средствами современных технологий

Разработка мультимедийного продукта

Региональные особенности дизайна Южного Урала

### **3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения**

В результате освоения дисциплины (модуля) «Фирменный стиль предприятия» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
ОПК-4	способностью применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании
Знать	Основные задачи и этапы выполнения различных надписей и обозначений средствами шрифтовой культуры с помощью компьютерных технологий. основные термины и понятие шрифтовой культуры
Уметь	Выделять наиболее эффективные элементы составления шрифтовых композиций в надписях, составлении аннотаций, технической документации и т.д., используемых в работе над созданием объектов из различных материалов; применять полученные знания в профессиональной деятельности; использовать их на междисциплинарном уровне;

Владеть	Основными навыками составления шрифтовых композиционных надписей в компьютерных технологиях при решении стандартных задач профессиональной деятельности в процессе составления и выполнения дизайн-проекта.
ПК-2 способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	
Знать	Основные задачи и этапы разработки фирменных стилей на основе творческих композиций. Средства повышения собственной профессиональной квалификации на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.
Уметь	Выделять наиболее эффективные методы исследований, используемых в работе над созданием фирменных стилей предприятий; применять полученные знания в профессиональной деятельности; использовать их на междисциплинарном уровне;
Владеть	Основными навыками решения творческих задач по разработке фирменного стиля, определению его наполнения необходимыми объектами графического дизайна

#### 4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц 144 академических часов, в том числе:

- контактная работа – 9,8 академических часов;
- аудиторная – 8 академических часов;
- внеаудиторная – 1,8 академических часов
- самостоятельная работа – 126,4 академических часов;

– подготовка к зачёту – 7,8 академических часов

Форма аттестации - курсовая работа, зачет

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в академических часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. 1. Введение в предмет								
1.1 Цели и задачи дисциплины. Место дисциплины в учебном процессе	5	1			15	доклад по теме	опрос	ОПК-4, ПК-2
1.2 Понятие фирменный стиль. Классификация фирменных стилей		1				доклад по теме	опрос	ОПК-4, ПК-2
Итого по разделу		2			15			
2. 2. Основные этапы проектирования фирменных стилей								
2.1 Проектирование логотипа, как основного элемента фирменного стиля	5	1		2	30	составление презентации по теме	проверка практического задания	ОПК-4, ПК-2
2.2 Основные этапы подбора состава элементов фирменного стиля.		1		1	40	практическое задание	проверка практического задания	ОПК-4, ПК-2
2.3 Понятие дизайнерская марка				1	41,4	доклад по теме	опрос	ОПК-4, ПК-2
Итого по разделу		2		4	111,4			
Итого за семестр		4		4	126,4		зачёт,кр	
Итого по дисциплине		4		4	126,4		курсовая работа, зачет	ОПК-4,ПК-2

## 5 Образовательные технологии

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеауди-торной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучаю-щихся.

При обучении студентов дисциплине «Фирменный стиль предприятия» следует осуществлять следующие образовательные технологии:

1. Традиционные образовательные технологии ориентируются на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподава-теля к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения).

Формы учебных занятий с использованием традиционных технологий:

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинар-ной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог препо-давателя).

Практическое занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

2. Технологии проблемного обучения – организация образовательного процесса, которая предполагает постановку проблемных вопросов, создание учебных проблемных ситуаций для стимулирования активной познавательной деятельности студентов.

Формы учебных занятий с использованием технологий проблемного обучения:

Практическое занятие в форме практикума – организация учебной работы, направ-ленная на решение комплексной учебно-познавательной задачи, требующей от студента применения как научно-теоретических знаний, так и практических навыков.

3. Технологии проектного обучения – организация образовательного процесса в соответствии с алгоритмом поэтапного решения проблемной задачи или выполнения учебного задания. Проект предполагает совместную учебно-познавательную деятельность группы студентов, направленную на выработку концепции, установление целей и задач, формулировку ожидаемых результатов, определение принципов и методик решения по-ставленных задач, планирование хода работы, поиск доступных и оптимальных ресурсов, поэтапную реализацию плана работы, презентацию результатов работы, их осмысление и рефлексия.

Основные типы проектов:

Творческий проект, как правило, не имеет детально проработанной структуры; учеб-но-познавательная деятельность студентов осуществляется в рамках рамочного задания, подчиняясь логике и интересам участников проекта, жанру конечного результата (газета, фильм, праздник, издание, экскурсия и т.п.).

4. Интерактивные технологии – организация образовательного процесса, которая предполагает активное и нелинейное взаимодействие всех участников, достижение на этой основе лично-стно значимого для них образовательного результата. Наряду со спе-циализированными технологиями такого рода принцип интерактивности прослеживается в большинстве современных образовательных технологий.

Формы учебных занятий с использованием специализированных интерактивных технологий:

Семинар-дискуссия – коллективное обсуждение какого-либо спорного вопроса, про-блемы, выявление мнений в группе (межгрупповой диалог, дискуссия как спор-диалог).

6. Информационно-коммуникационные образовательные технологии – органи-зация образовательного процесса, основанная на применении

специализированных про-граммных сред и технических средств работы с информацией.

Формы учебных занятий с использованием информационно-коммуникационных технологий:

Практическое занятие в форме презентации – представление результатов проектной или исследовательской деятельности с использованием специализированных программ-ных средств.

## **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Представлено в приложении 1.

## **7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

Представлены в приложении 2.

## **8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **а) Основная литература:**

1. Григорьев, А. Д. Проектирование и анимация в 3ds Max [Электронный ресурс] : учебник / А. Д. Григорьев, Т. В. Усатая, Э. П. Чернышова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

2. Жданова, Н.С. Основы дизайна и проектно-графического моделирования: учебное пособие. [Электронный ресурс] М.: ЭБС «Лань», 2017 - 196 с. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97117>

3. Компьютерное моделирование [Электронный ресурс]: учебник / В. М. Градов, Г. В. Овечкин, П. В. Овечкин, И. В. Рудаков — М. : КУРС : ИНФРА-М, 2018. — 264 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=911733> . — Загл. с экрана.

4. Коротеева, Л.И., Яскин, А.П. Основы художественного конструирования [Элек-тронный ресурс] : учебник – М.: ИНФРА-М, 2011. – 304 с.- Режим доступа : <http://znanium.com/bookread/php?book=229442>.-Загл. с экрана. –ISBN 978-5-16-005016

5. Тонковид, С.Б. Проектная графика и макетирование [Электронный ресурс]: Учеб-ное пособие для студентов специальности 072500 «Дизайн» / С.Б. Тонковид. – Режим доступа: <http://eLibrary.ru>. – Загл. с экрана. ISBN: 978-5-88247-535-1

6. Хворостов, Д. А. 3D Studio Max + V-Ray. Проектирование дизайна среды [Элек-тронный ресурс] : учебное пособие / Д. А. Хворостов. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 270 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=994914> . — Загл. с экрана.

### **б) Дополнительная литература:**

1. Антоненко, Ю.С. Стилеобразование в дизайне [Электронный ресурс]: Учебно-методическое пособие/ Ю.С. Антоненко. - Магнитогорск: ФГУП НТЦ «Информрегистр», 2017. № гос.рег. 0321701959.

2. Жданова, Н.С. Проектно-графическое моделирование в дизайне: теория и практика. Монография. /Н.С. Жданова. – Магнитогорск: МГТУ, 2016 – 151 с.

3. Перельгина, Е.Н. Макетирование [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Е.Н. ПЕРЕЛЫГИНА . – Режим доступа: <http://eLibrary.ru>. – Загл. с экрана. ISBN: 978-5-7994-0425-3

4. Жданова, Н. С. Основы дизайна и проектно-графического моделирования [Текст]: учебно-методическое пособие [для вузов] / Н. С. Жданова; МаГУ; [рецензент М. В. Соколов]. - Магнитогорск: [Изд-во МаГУ], 2013. - 189 с.: ил. - Библиогр.: с. 169-170.

5. Саляева Т.В. Эргономика [Электронный ресурс]: Учебно-методическое пособие/ Т.В. Саляева. - Магнитогорск: ФГУП НТЦ «Информрегистр», 2017

6. Саляева Т.В., Ячменева В.В. Колористика и цветоведение в



дизайн-проектировании [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Татьяна Владимировна Саляева, Валерия Владимировна Ячменева. – Магнитогорск, ФГБОУ ВО «МГТУ им Г.И. Носова»: ФГУП НТЦ «Информрегистр», 2019 – ISBN-978-5-9967-1708-8

7. Устин, В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учебное пособие. – М.: АСТ: Астрель, 2006.

**в) Методические указания:**

Саляева Т.В. Основы шрифтовой и орнаментальной композиции [Электронный ре-сурс]: Учебное пособие/ Татьяна Владимировна Саляева. – Магнитогорск, ФГБОУ ВО «МГТУ им Г.И. Носова»: ФГУП НТЦ «Информрегистр», 2019 – ISBN-978-5-9967-1707-1

**г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

**Программное обеспечение**

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 Professional(для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Adobe Design Premium CS 5.5 Academic Edition	К-615-11 от 12.12.2011	бессрочно
Adobe Photoshop CS 5 Academic Edition	К-113-11 от 11.04.2011	бессрочно
CorelDraw X3 Academic Edition	№144 от 21.09.2007	бессрочно
CorelDraw X4 Academic Edition	К-92-08 от 25.07.2008	бессрочно
CorelDraw X5 Academic Edition	К-615-11 от 12.12.2011	бессрочно
CorelDraw 2017 Academic Edition	Д-504-18 от 25.04.2018	бессрочно
График-студио Лайт	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Autodesk 3ds Max Design 2011 Master Suite	К-526-11 от 22.11.2011	бессрочно

Autodesk Architecture 2011 Master Suite	К-526-11 от 22.11.2011	бессрочно
Autodesk AutoCad 2011 Master Suite	К-526-11 от 22.11.2011	бессрочно
Autodesk AutoCad Civil 3D 2011 Master Suite	К-526-11 от 22.11.2011	бессрочно
Autodesk 3ds Max Design 2021	учебная версия	бессрочно
Autodesk 3ds Max Design 2018	учебная версия	бессрочно
Autodesk 3ds Max Design 2019	учебная версия	бессрочно
Autodesk 3ds Max Design 2020	учебная версия	бессрочно

### **Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Название курса	Ссылка
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	<a href="https://dlib.eastview.com/">https://dlib.eastview.com/</a>
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: <a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">https://elibrary.ru/project_risc.asp</a>
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: <a href="https://scholar.google.ru/">https://scholar.google.ru/</a>
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт промышленной собственности»	URL: <a href="http://www1.fips.ru/">http://www1.fips.ru/</a>

### **9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:  
специально оборудованная аудитория для дистанционного образования

Определяясь с будущим образованием и профессией, мы стимулируем развитие личности, основных качеств самоопределения, воли, характера, позиций, ценностей.

Как писал в своей знаменитой книге Дэвид А. АAKER - «Идентичность личности служит для того, чтобы обозначить направление ее развития, отличительные цели и предназначение.

Представьте, насколько важны следующие вопросы:

Каковы мои основополагающие ценности?

Каковы мои убеждения?

Как бы мне хотелось выглядеть в глазах других?

Какие свойства личности я хочу воплощать?

Какие отношения являются наиболее важными в моей жизни?»

Вы задумались? И правильно, так как именно с этих базовых вопросов Дэвид переходит к основам создания сильных брендов - «таким же образом, и марочная идентичность намечает направление развития, характеризует цели и предназначения бренда»

### Понятие фирменного стиля и элементов фирменного стиля

Фирменный стиль (corporate identity) - совокупность элементов (знаков и приемов), обеспечивающих единство восприятия компании, ее товаров и услуг.

Знаки и приемы, называемые элементами фирменного стиля специально подбираются и разрабатываются специалистами для наиболее точного построения образа компании, товара, услуги, личности в сознании потребителя, клиента, пользователя. Элементы фирменного стиля могут использоваться как самостоятельно, так и в совокупности. Специально подобранные и согласованные элементы фирменного стиля создают индивидуальность компании и ее продуктов - со всей полнотой визуальных образов, символов, метафор и ассоциаций. Таким образом, фирменный стиль позволяет выделять и отличать товары, услуги фирмы от других компаний, создавать возможность узнавания, выбора и т.д.

Список возможных элементов фирменного стиля рассмотрен в третьей части методических рекомендаций.

### Основание для построения элементов фирменного стиля

Базовые понятия для построения и разработки фирменного стиля - знак и значение.

Значение - предполагаемое содержание обращений к потребителю, активно доводимое до целевой аудитории. Значение - это то, что мы хотим сообщить потребителю, но знаем что передать сообщение возможно только через образы, слова, действия - т.е. знаки.

Знак необходим для воздействия на другого человека и порождения в нем образа содержания. Знак может указывать на объект, обращать на него внимание.

Один и тот же знак может быть использован многими способами, обеспечивая различный эффект. Его употребление с другими знаками и придание значимости многим вариантам сочетаний одних и тех же знаков позволяет добиваться многих эффектов одним и тем же набором.

Знаковые средства позволяют перестраивать образы реальности, создавать заместители рекламируемых объектов, переходить к различным формам идентификации компании, товара, услуги, личности.

От разработчика фирменного стиля требуется особое видение или перестройка способа видения и оценки предлагаемого содержания.

Разрабатывая фирменный стиль, мы вынуждены таким образом подбирать знаки, чтобы они были скреплены с той или иной определенной частью содержания, которое мы хотим выразить, закрепить, передать.

При разработке множества элементов фирменного стиля подбор может строиться либо по принципу присоединения друг к другу по принципу дополнительности. При таком подходе фирменный стиль строится из элементов, создающих единое целое содержание.

Другой вариант - когда один элемент выступает как базовый, а другие в качестве уточняющих - в плане содержания это означает переход от менее детализированному представлению к более детализированному. Целое изображение как бы уплотняется с каждым новым элементом-уточнением. Таким образом, выбор исходного базового элемента становится определяющим ответственным решением.

### Основные элементы фирменного стиля

При постановке цели составить предварительно список возможных элементов фирменного стиля можно получить подобный список:

#### 1. Базовые элементы:

- логотип (стандартное отображение; черно-белое отображение; монохромное отображение; инвертированное отображение;
- товарный знак (эмблема)
- фирменный блок (эмблема + лого)
- фирменный шрифт (определенный шрифт из лицензионных шрифтов, дополнительные графические элементы, пиктограммы)
- цветовая гамма (согласованные цвета)
- композиционные и цветовые решения логотипа (блока)
- символ/талисман/персонаж/персона

Логотип, символ, товарный знак, фирменный блок - могут быть и единым элементом, но чаще в практике встречаются сочетания нескольких элементов.

#### 2. Деловая документация

бланки (как правило разработчик ограничивается одним-двумя вариантами, но лучше сделать полный комплект: вертикальный для основных документов; вертикальный для основных документов для факса; вертикальный для предложений и писем; горизонтальный для предложений и писем и факса, специальный лист для факса)

конверты (по форматам)

визитные карточки (корпоративные, персональные)

папка для документов;

дискета 3.5", компакт-диск CD-R

#### 3. Рекламная продукция

слоган/слоганы (чаще разрабатывается под определенную рекламную кампанию и аудиторию, представляет собой определенное словосочетание)

плакат, листовка

рекламные модули для СМИ

календарь

корпоративная открытка (приурочена либо к общезначимым, либо к корпоративным событиям)

рекламная открытка, флаер (почтовая открытка, как носитель рекламного содержания - может использоваться как рекламный флаер, пригласительный, так и по первичному назначению - в качестве почтовой открытки)

баннеры для размещения на веб-сайтах

4. Открытое для креатива пространство знаков, символов, образов, действий, носителей, явлений и объектов окружающей среды.

Например:

- Фирменные традиции
- Фирменные напитки, обрядовые действия, игры, анекдоты, выражения, блюда, фильмы, услуги и т.д.
- Лицо компании
- Фирменная спецодежда (бейсболка; футболка, бандана, сумки, чехлы для мобильных и т.д.
- Фирменная упаковка/тара, пакеты, коробки, бумага упаковочная и т.д.
- Флаги (настольный; фирменное знамя), ежедневник, блокнот, визитница, бейдж;
- Традиционные сувениры (посуда (кружка; чашка с блюдцем; тарелка; зажигалка; ручка; пепельница; брелок
- Мобильные конструкторы (баннеры, постеры, столы, стенды, и т.д.)
- Наружная реклама (перетяжка, вывеска, штендер, уличный указатель)
- Внешнее оформление торговой точки
- Оформление интерьеров офиса, торговых точек
- Оформление автотранспорта (наклейки, цвета, номерные знаки)

И все что мы встречаем в жизни может оказаться знаком - элементом фирменного стиля, если грамотно и четко закрепить значение, однозначное понимание, которое активно продвигать через все возможные коммуникативные каналы.

<b>ОПК-4 – способностью применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании</b>		
Знать	Основные задачи и этапы выполнения различных надписей и обозначений средствами шрифтовой культуры с помощью компьютерных технологий. основные термины и понятие шрифтовой культуры	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие фирменный стиль.</li> <li>2. Понятие классификации фирменный стиль</li> <li>3. Структура фирменного стиля.</li> <li>4. Использование шрифта в создании логотипа.</li> <li>5. Классификация шрифта.</li> <li>6. Понятие дизайнерской марки.</li> <li>7. Основные этапы возникновения и развития фирменного стиля.</li> </ol>
Уметь	Выделять наиболее эффективные элементы составления шрифтовых композиций в надписях, составлении аннотаций, технической документации и т.д., используемых в работе над созданием объектов из различных материалов; применять полученные знания в профессиональной деятельности; использовать их на междисциплинарном уровне;	<p><b>«Разработка логотипа ЗОО магазина»</b>            Сделать анализ аналогов по зоомагазинам. Придумать название. Разработать логотип в графике и цвете.</p> <p><b>Разработать логотип для студии красоты «Марианна»</b>            Сделать анализ аналогов. Придумать название. Разработать логотип в графике и цвете.</p>
Владеть	Основными навыками составления шрифтовых	<p><b>«Разработать элементы фирменного стиля к свадебной церемонии»»</b>            Сделать анализ аналогов. Составить список объектов фирменного стиля и разработать его.</p>

	<p>композиционных надписей в компьютерных технологиях при решении стандартных задач профессиональной деятельности в процессе составления и выполнения <b>дизайн-проекта.</b></p>	<p>Разработать логотип и другие элементы фирменного стиля в графике. Составить их колористические карты.</p>
<p><b>ПК-2</b> – способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи</p>		
<p>знать</p>	<p>Основные определения и понятия эргономических <b>требований к дизайн-проекту</b> по составлению <b>готового полного набора документации;</b> основные цели, задачи и правила этапов проектирования и реализации проекта.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие фирменный стиль.</li> <li>2. Понятие классификации фирменный стиль</li> <li>3. Структура фирменного стиля.</li> <li>4. Использование шрифта в создании логотипа.</li> <li>5. Классификация шрифта.</li> <li>6. Понятие дизайнерской марки.</li> <li>7. Основные этапы возникновения и развития фирменного стиля.</li> </ol>
<p>Уметь</p>	<p>Выделять наиболее эффективные методы составления спецификации исследования; обсуждать способы эффективного</p>	<p><b>ИДЗ №2 «Разработать элементы фирменного стиля к юбилею города»</b>          Сделать анализ аналогов. Составить список объектов фирменного стиля и разработать его. Разработать логотип и другие элементы фирменного стиля в графике. Составить их колористические карты.  <b>ИДЗ №3 «Разработать элементы фирменного стиля к свадебной церемонии»»</b>          Сделать анализ аналогов. Составить список объектов фирменного стиля и разработать его.</p>

	решения эргономических проблем и задач.	Разработать логотип и другие элементы фирменного стиля в графике. Составить их колористические карты.
Владеть	<p>Наиболее эффективными практическими навыками составления требований по исполнению дизайн-проекта; способами демонстрации умения анализировать процесс выполнения дизайн-проекта</p> <p><b>с основными экономическими расчетами.</b></p>	<p>Контрольная работа.</p> <p>Найти в Интернете фирменные стили известных компаний и сделайте анализ формообразования.</p> <p>Создайте фирменный стиль небольшой компании и обоснуйте правильность композиционного расположения участвующих объектов</p>