

**Министерство культуры Российской Федерации**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

**Е. В. САЗОНОВА**  
ректор

Сертификат: 00eec2e5b252a0885bc682f9fa99feef8b

Основание: УТВЕРЖДАЮ

Дата утверждения: 19 июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**«Проектирование»**

Наименование ОПОП: Дизайн в медиаиндустрии

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Форма обучения: очно-заочная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: компьютерной графики и дизайна

Общая трудоемкость дисциплины составляет 540 академ. час. / 15 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 88,3 час.

самостоятельная работа: 451,7 час.

<b>Вид(ы) текущего контроля</b>	<b>Семестр (курс)</b>
выполнение теста	3,4,5,6,7,8
выступление на научной конференции по теме дисциплины, подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	3,4,5,6,7,8
выступление с докладом	3,4,5,6,7,8
посещение всех занятий	7
посещение всех занятий	3,4,5,6,8
практикум (выполнение практических заданий)	3,4,5,6,7,8
<b>Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты</b>	<b>Семестр (курс)</b>
зачет	3,7
зачет с оценкой	4,5,6
экзамен	8

Рабочая программа дисциплины «Проектирование» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1015)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Дизайн в медиаиндустрии» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн

**Составитель(и):**

Нестерова М.А., доцент кафедры , кандидат искусствоведения

**Рецензент(ы):**

Лаврешкина Н.Ю., доцент кафедры искусствоведения ГУП, кандидат искусствоведения

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры компьютерной графики и дизайна

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

**СОГЛАСОВАНО**

Руководитель ОПОП

И.В. Газеева

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

**УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС**

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

# 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## 1.1. Цели и задачи дисциплины

### Цель(и) дисциплины:

формирование знаний и умения синтезировать междисциплинарные подходы для решения различных проектных задач медиаиндустрии.

### Задачи дисциплины:

- совершенствование знаний и умений, необходимых для проектирования эффективной коммуникативной среды;
- создание фирменной стилистики, эстетически выразительной полиграфической, визуальной, мультимедийной продукции и системы визуальных коммуникаций;
- умение научно обосновать свои предложения и составить подробную спецификацию требований к проекту;
- формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для дизайнерской деятельности.

## 1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

Учебно-ознакомительная практика

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

## 1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

### Общепрофессиональные компетенции

ОПК-2 — Способен работать с научной литературой; собирать, анализировать и обобщать результаты научных исследований; оценивать полученную информацию; самостоятельно проводить научно-исследовательскую работу; участвовать в научно-практических конференциях.

ОПК-2.3 — Осуществляет научно-исследовательскую работу, участвует в научно-практических конференциях.

ОПК-4 — Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики.

ОПК-4.3 — Осуществляет проектирование, моделирование, конструирование предметов, товаров, промышленных образцов и коллекций, художественных предметно-пространственных комплексов, интерьеров зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объектов ландшафтного дизайна.

ОПК-4.2 — Использует способы проектной графики.

### Профессиональные компетенции

*Вид деятельности: научно-исследовательский.*

ПК-4 — Способен к применению методов научных исследований при создании дизайн-проектов.

ПК-4.2 — Использует методы научных исследований при создании дизайн-проектов.

**Вид деятельности: научно-исследовательский.**

ПК-4 — Способен к применению методов научных исследований при создании дизайн-проектов.

ПК-4.3 — Осуществляет научные исследования в процессе разработки дизайн-проектов.

## **2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ**

### **2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 540 академ. час. / 15 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 88,3 час.

самостоятельная работа: 451,7 час.

<b>Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты</b>	<b>Семестр (курс)</b>
зачет	3,7
зачет с оценкой	4,5,6
экзамен	8

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	3	4	5	6	7	8	Итого
Лекции	4	4	4	4	4	0	20
Практические	8	8	8	8	8	12	52
Консультации	2	2	2	2	2	2	12
Самостоятельная работа	53,5	85	49	85	53,5	58	384
Самостоятельная работа во время сессии	4,2	8,6	8,6	8,6	4,2	33,5	67,7
<b>Итого</b>	<b>71,7</b>	<b>107,6</b>	<b>71,6</b>	<b>107,6</b>	<b>71,7</b>	<b>105,5</b>	<b>535,7</b>

### **2.2. Содержание учебной дисциплины**

#### **Тема 1. Визуализация идеи в медиадизайне**

Проектирование средств визуальных коммуникаций. Художественно-проектное моделирование как специфическая форма дизайнерской деятельности. Процесс проектирования: этапы проектирования. Предпроектный анализ, эскизация как способ визуализации идеи. Творческая идея. Методы генерирования творческой идеи.

#### **Тема 1. Значение типографики, ее место и роль в графическом дизайне**

Проектирование средств визуальных коммуникаций. Художественно-проектное моделирование как специфическая форма дизайнерской деятельности. Процесс проектирования: этапы проектирования. Предпроектный анализ, эскизация как способ визуализации идеи. Творческая идея. Методы генерирования творческой идеи.

#### **Тема 1. Проектирование рекламно-графической продукции**

Моделирование как основной метод проектирования. Этапы и методы проектного моделирования в дизайне. Предпроектный анализ: требования к проекту. Проектный анализ: семантический анализ, структурно-логическая схема. Графическая модель в дизайн-проектировании. Понятие оригинал-макета. Требования к оригинал-макету в полиграфии. История развития искусства плаката. Плакат, его разновидности: учебный, информационный, агитационный, политический, социальный, рекламный. Композиционная структура плаката. Шрифт в плакате. Афиша: театральная афиша, афиша кино. Особенности дизайна периодического издания (газета, журнал). Макетирование газеты, журнала. Модульная система верстки. Модульные сетки, используемые в проектировании многостраничных изданий. Художественные эффекты в оформлении текста крупноформатного издания

### **Тема 1. Коммуникативное пространство медиа и его организация**

Понятие коммуникативного пространства. Понятие коммуникативности и ее роль в современной медиакультуре и проектной деятельности. Коммуникативная среда и медиадизайн. Символическая организация среды. Событийная организация среды. Коммуникативная организация среды. Визуальная организация среды. Коммуникант и символ. Роль символов в медийной среде. Создание медийных символов. Визуальное сообщение. Распространение идей: основные этапы. Цели, задачи, функции публич-релейшнс. Особенности коммуникативного пространства, распространяемого СМИ. Основные коммуникативные технологии. Средства дизайна в формировании коммуникативных пространств. Визуальные формы рекламной коммуникации: исторический аспект. Мифодизайн: моделирование визуального образа в рекламе. Визуальные коммуникации в современной культуре и экономике. Визуальные коммуникации и реклама в городской среде. Визуальные коммуникации и территориальный брендинг.

### **Тема 1. Использование анимации и компьютерной графики в проектировании объектов виртуальной среды**

Анализ и синтез движения в кинематографе: съемка и проекция. Анимации и мультипликация как феномены искусства XX века. Эволюция техники одушевления. Мультипликация как самостоятельный вид искусства. Виды мультипликации. Школы и направления современной рисованной мультипликации. Сфера применения анимационного кино. Анимационные технологии в современной рекламе. Анимационная реклама в виртуальной среде. Виды Интернет-рекламы: санкционированная и несанкционированная реклама в Интернет. Эффективность рекламы в Интернет.

### **Тема 1. Проектирование в медиасреде**

Понятия медиапроекта. Понятие, типы и виды медиапроектов. Исследовательский проект. Творческий проект. Игровой проект. Информационный проект. Культурологический проект. Цели и задачи медиапроекта. Этапы и методы проектного моделирования в медиадизайне. Предпроектный анализ: требования к проекту. Проектный анализ. Понятие оригинал-макета. Создание и управление проектом. Этапы реализации медиапроекта: качественный отбор; корректура; проверка фактов, дат, имен и т.д.; написание текста; подбор видеоряда

### **Тема 1. Проектирование интерфейса многостраничного динамического сайта с элементами анимации**

Стратегии и направления развития web-индустрии. Подходы и популярные концепции разработки сайтов. Обзор современных технологий, преимущества и недостатки. Эргономика в проектировании web-страниц. Логическая и физическая структура web-сайта. Основные черты профессионально выполненного web-сайта. Динамическая и статическая компоновки сайта. Программы для разработки web-страниц. Включение графики в web-страницу. Практическое использование возможностей CSS при разработке web-сайтов. Блочная модель. Управление типами элементов. Использование различных анимационных технологий для

наполнения и проектирования сайта.

### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
1	Визуализация идеи в медиадизайне	4	0	0	8	0	0	12
1	Значение типографики, ее место и роль в графическом дизайне	4	0	0	8	0	0	12
1	Проектирование рекламно-графической продукции	4	0	0	8	0	0	12
1	Коммуникативное пространство медиа и его организация	4	0	0	8	0	0	12
1	Использование анимации и компьютерной графики в проектировании объектов виртуальной среды	4	0	0	8	0	0	12
1	Проектирование в медиасреде	0	0	0	6	0	0	6
1	Проектирование интерфейса многостраничного динамического сайта с элементами анимации	0	0	0	6	0	0	6
	<b>ВСЕГО</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>72</b>

\* — тема для изучения в рамках самостоятельной работы студента

### 4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Проектирование» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

### 5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Создание мультимедийных презентаций	6
2	1.Проектирование рекламного плаката. 2.Проектирование визитки. 3.Проектирование символов-пиктограмм (для молодежного центра, для аудиторий института, по видам спорта к олимпийским играм и т.п.)	6
3	Проектирование рекламно-графической продукции	6

4	Разработка оригинал макета листовки в рамках одной гарнитуры. Разработка оригинал макета внешнего оформления книги с использованием исторического шрифта Разработка оригинал проекта системы визуальной идентификации города (туристический бренд, варианты наружной рекламы, варианты полиграфической рекламы, сувенирная продукция, оформление аэропорта и т.д)	6
5	Разработка проектов пиктограмм, знаков символов, знаков индексов и их использование в наружной рекламе, полиграфии и web-дизайне	6
6	Разработка медиапроекта на свободную тему	4,5
7	Проектирование интерфейса многостраничного сайта	4,5

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Проектирование».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выполнение теста	3,4,5,6,7,8
выступление на научной конференции по теме дисциплины, подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	3,4,5,6,7,8
выступление с докладом	3,4,5,6,7,8
посещение всех занятий	7
посещение всех занятий	3,4,5,6,8
практикум (выполнение практических заданий)	3,4,5,6,7,8
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	3,7
зачет с оценкой	4,5,6
экзамен	8

### 6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Тест для входного контроля знаний

1. Медиакультура – это...

а) совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории «медиакультура» может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторчеством, усваивать новые знания в области медиа.

б) способность человека культурно вести себя в медиатеке.

с) способность культурного человека к медитации.

д) культура продажи медиатехники различных форм и видов.

2. Язык медиа – это...



- a) дизайн медиааппаратуры различных видов.
  - b) разговор во время медитации.
  - c) параметры медианы.
  - d) комплекс средств и приемов выразительности, используемых при создании конкретных медиатекстов.
3. Слово «композиция» (от латинского compositio) означает
- a) Внешний вид
  - b) Форма
  - c) Составление
  - d) Единство
4. Закономерное чередование соизмеримых и чувственно-ощутимых элементов формы
- a) Пропорции
  - b) Контраст
  - c) Ритм
  - d) Метр
5. Композиция, характеризующаяся закономерной расстановкой масс (форм) в пространстве, расположенных по трем координатам называется
- a) Глубинно – пространственная
  - b) Фронтальная
  - c) Объемная
  - d) Объемно – пространственная
6. В основе закона золотого сечения лежит коэффициент
- a) 1,5
  - b) 2,3
  - c) 1,62
  - d) 2,54
7. Фактор, предусматривающий рациональность формообразующих элементов, композиционное и пластическое единство, целостность колористического и графического решений
- a) Эргономический
  - b) Эстетический
  - c) Социологический
  - d) Технико-технологический
8. Без чего возможно получение 3d изображения?
- a) Рендер
  - b) Печать
  - c) Моделирование
9. С помощью чего производятся основные построения 3d моделей?
- a) сплайн
  - b) точки
  - c) отрезки
10. Какие бывают алгоритмы отсечения
- a) двумерные
  - b) трехмерные
  - c) простые

## 6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Примерные темы докладов

Семестр 3

- 1. Баннеры и оплата его размещения
- 2. Влияние местоположения баннера на его эффективность

3. Интернет, новые технологии и тенденции развития.
4. Работа со шрифтами в веб-дизайне
5. Сравнение браузеров: достоинства и недостатки
6. История фирменного стиля компании

#### Семестр 4

1. Корпоративный стиль, основные этапы процесса проектирования.
2. Охарактеризовать цели и задачи шрифтового плаката и методы поиска его образа.
3. Какова последовательность разработки основных элементов рекламного шрифтового плаката.
4. Изобразительные приёмы ассоциативного выражения темы: гипербола, метафора, иносказание, подтекст.
5. Приемы и методы создания зрительного образа фирмы.

#### Семестр 5

1. Приемы и методы создания номенклатуры комплекса носителей фирменного стиля.
2. Приемы и методы эскизирования комплексного проекта–концепции корпоративного фирменного стиля.
3. Приемы и методы оформления брифа и творческой платформы.
4. Приемы и методы анализа аналогов плакатов.
5. Анализ современных видов печати и подбор технологий
6. Приемы и методы анализа аналогов и прототипов наружной рекламы.

#### Семестр 6

1. Приемы и методы конструктивной проработки рекламных элементов.
2. Приемы и методы создания экономических показателей наружной рекламы.
3. Нестандартная рекламная установка.
4. Приемы и методы создания дизайн – сценария и его визуализации
5. Приемы и методы разработки конструкции упаковки.

#### Семестр 7

1. Основные принципы создания наружных вывесок и витрин
2. Психологические аспекты восприятия транзитной рекламы
3. Особенности и специфика рекламы в журналах
4. История развития журналов
5. Эффективность рекламы в журналах
6. Развитие журналов в России и на Западе

#### Семестр 8

1. История иллюстрации в журналах
2. История развития японской школы плаката
3. Особенности и специфика книжной иллюстрации
4. Особенности и специфика написания рекламных текстов
5. Эффективность рекламы в журналах
6. Развитие иллюстрации в России и на Западе
7. Особенности и специфика рекламы в газете

Примерные тестовые материалы для контроля знаний

### Семестр 3

1. Способ конспектирования, который позволяет визуально представить в виде графика все составляющие основной идеи
  - a) Карта визуализации идей
  - b) План
  - c) Иллюстрация
  - d) Зарисовка
2. Пункт основного замысла, который должен быть выделен в центральной части карты
  - a) План
  - b) Иллюстрация
  - c) Зарисовка
  - d) Ответвление
3. Технология записи мыслей, идей, разговоров.
  - a) План
  - b) Иллюстрация
  - c) Карта памяти
  - d) Ответвление
4. В графический комплект входят
  - a) Товарный знак и логотип
  - b) Логотип и слоган
  - c) Товарный знак и реквизиты
  - d) Товарный знак и слоган
5. Книжная графика относится к
  - a) Пластическим изобразительным искусствам
  - b) Пластическим неизобразительным искусствам

### Семестр 4

1. Искусство оформления печатного текста
  - a) типографика
  - b) типология
  - c) предпечатная подготовка
  - d) оформление
2. Задачей типографики, наиболее творческого этапа оформления текста, является
  - a) определение параметров для последующих процессов набора, вёрстки и допечатной подготовки
  - b) оформление текста
  - c) использование иллюстрация
  - d) создание буквиц
3. Совокупность типографических процессов составления печатной формы из отдельных литер и пробельных материалов
  - a) Оформление
  - b) Печать
  - c) Набор
  - d) Верстка
4. Монтаж полос оригинал-макета из составных элементов
  - a) Печать
  - b) Набор
  - c) Верстка
  - d) Типографика
5. Печатная форма для воспроизведения текста и иллюстраций
  - a) Набор

- b) Эскиз
- c) Клише
- d) Буквица

#### Семестр 5

1. Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, определяется законом «О рекламе» как:
  - a) Рекламодаватель
  - b) Рекламопроизводитель
  - c) Рекламораспространитель
  - d) Рекламное агентство
2. Что запрещено рекламировать в Российской Федерации?
  - a) кинофильмы
  - b) пиротехнические изделия
  - c) психотропные вещества
  - d) музейные предметы
3. О чем запрещено упоминать в социальной рекламе?
  - a) о товарах
  - b) о средствах индивидуализации
  - c) о спонсорах
  - d) об органах власти
4. Каковы требования к рекламе, совмещаемой с телепрограммой способом «бегущей строки»?
  - a) реклама не должна занимать более чем пять процентов площади кадра
  - b) реклама не должна занимать более чем семь процентов площади кадра
  - c) реклама допускается с 20.00 до 07.00 местного времени
  - d) реклама не должна накладываться на субтитры, а также надписи разъясняющего характера.
5. В радиопрограммах, не зарегистрированных в качестве средств массовой информации, специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, продолжительность рекламы не может превышать:
  - a) 15% времени вещания в течение суток
  - b) 20% времени вещания в течение суток
  - c) 25% времени вещания в течение суток

#### Семестр 6

1. Концепт «коммуникативное пространство» начинает использоваться в научном обиходе в XIX веке
  - a) Верно
  - b) Неверно
2. Информационно-коммуникативное пространство образуют СМИ
  - a) Верно
  - b) Неверно
3. На социальные коммуникации оказывает воздействие технологизация различных сторон жизни современного общества
  - a) Верно
  - b) Неверно
4. Медиа формируют социально-культурные процессы
  - a) Верно
  - b) Неверно
5. В наше время наблюдается интенсивный переход от традиционной линейной к экранной культуре, основой которой служит коммуникационный образ

- a) Верно
- b) Неверно

#### Семестр 7

1. Форма визуального искусства, зародившаяся в Азии свыше 1700 лет назад, предтеча современной анимации

- a) Карты
- b) Театр теней
- c) Театр кабуки
- d) Театр кукол

2. История мультипликации начинается в

- a) России
- b) Франции
- c) Италии
- d) Германии

3. Автор первой мультипликационной рекламы порошков для изготовления крема

- a) В. Старевич
- b) Э.Рейно
- c) А.Мельбурн-Купер
- d) Т.Ренодо

4. Автор первого в мире кукольного мультфильма

- a) В. Старевич
- b) Э.Рейно
- c) А.Мельбурн-Купер
- d) А. Ширяев

5. Немецкий режиссер анимационного кино, получившая мировую известность благодаря силуэтным фильмам.

- a) В. Старевич
- b) Э.Рейно
- c) А.Мельбурн-Купер
- d) Л. Райнигер

#### Семестр 8

##### Тест 1

1. Основными свойствами мультимедиа являются интерактивность и синергия форм воздействия и восприятия

- a) Верно
- b) Неверно

2. Интерактивность это суммирующий эффект взаимодействия двух или более факторов, характеризующийся тем, что их действие существенно превосходит эффект каждого отдельного

- a) Верно
- b) Неверно

3. Синергия это принцип организации системы, при котором цель достигается информационным обменом элементов этой системы

- a) Верно
- b) Неверно

4. Медиа среда выступает в роли интерфейса между потребителем информации

- a) Верно
- b) Неверно

5. Этот проект не имеет детально проработанной структуры и заключается в создании

интересного, креативного проекта

- a) Творческий проект
- b) Социальный проект
- c) Исследовательский проект
- d) Информационный проект

## Тест 2

1. WEB - страницы имеют расширение ...
  - a) gif;
  - b) jpeg;
  - c) png;
  - d) html.
2. Текст или графический объект, по щелчку которого выполняется переход к файлу, фрагменту файла или странице HTML в интрасети или Интернете. Какой объект описан?
  - a) гипертекст;
  - b) гиперссылка;
  - c) путь к файлу;
  - d) URL-адрес.
3. В чем заключается оптимизация изображения?
  - a) уменьшение размера изображения по горизонтали и вертикали;
  - b) поиск компромисса между его качеством и объемом файла;
  - c) сжатие графики;
  - d) уменьшение количества цветов в палитре изображения.
4. Что такое ролловер?
  - a) карта изображения;
  - b) фоновый рисунок;
  - c) ссылка, меняющая цвет или форму при наведении на нее указателя мыши;
  - d) пиктограмма.
5. Элементы web-страницы, которые дают возможность запрашивать у пользователя определенную информацию, называются...
  - a) формами;
  - b) диалоговыми окнами;
  - c) фреймами;
  - d) таблицами.

### 6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Теоретические вопросы к зачету в 3 семестре

1. Проектирование средств визуальных коммуникаций.
2. Художественно-проектное моделирование как специфическая форма дизайнерской деятельности.
3. Процесс проектирования: этапы проектирования.
4. Предпроектный анализ, эскизация как способ визуализации идеи.
5. Творческая идея.
6. Методы генерирования творческой идеи.
7. Графический дизайн и реклама.
8. Виды рекламы.
9. Виды печатной рекламы.
10. Виды рекламной (представительской) продукции.

Практические вопросы к зачету в 3 семестре

1. Восприятие рекламной продукции.
2. Проектирование рекламной продукции.
3. Особенности композиции в графическом дизайне.

4. Визитная карточка – знак владельца.
5. Виды визиток. Требования к проектированию визитки.
6. Интеграция шрифта и изобразительного элемента, особенности построения композиции визитной карточки.
7. Средства визуальной коммуникации, основные принципы и методы проектирования.
8. Знак – значение, символика, построение.
9. Знаки — графический, товарный, фирменный, авторский.
10. Интеграция знака и шрифта в композиции.

#### Теоретические вопросы к экзамену в 4 семестре

1. Моделирование как основной метод проектирования.
2. Этапы и методы проектного моделирования в дизайне.
3. Предпроектный анализ: требования к проекту.
4. Проектный анализ: семантический анализ, структурно-логическая схема.
5. Графическая модель в дизайн-проектировании.
6. Понятие оригинал-макета.
7. Требования к оригинал-макету в полиграфии.
8. История развития искусства плаката.
9. Плакат, его разновидности:
10. Особенности дизайна периодического издания (газета, журнал).

#### Практические вопросы к экзамену в 4 семестре

1. Учебный плакат
2. Агитационный плакат
3. Социальный плакат
4. Рекламный плакат.
5. Композиционная структура плаката.
6. Шрифт в плакате.
7. Афиша: театральная афиша, афиша кино.
8. Макетирование газеты, журнала.
9. Модульная система верстки.
10. Модульные сетки, используемые в проектировании многостраничных изданий.

#### Теоретические вопросы к зачету с оценкой в 5 семестре

1. Синтез движения в кинематографе: съемка и проекция.
2. Анимации и мультипликация как феномены искусства XX века.
3. Эволюция техники одушевления.
4. Мультипликация как самостоятельный вид искусства.
5. Виды мультипликации.
6. Школы и направления современной рисованной мультипликации.
7. Сфера применения анимационного кино.
8. Анимационные технологии в современной рекламе.
9. Анимационная реклама в виртуальной среде.
10. Виды Интернет-рекламы: санкционированная и несанкционированная реклама в Интернет.

#### Практические задания к зачету с оценкой в 5 семестре

1. Эффективность рекламы в Интернет.
2. Баннеры: принципы создания баннеры,
3. Баннеры и оплата его размещения,
4. Влияние местоположения баннера на его эффективность.
5. Требования к баннерам.
6. Анимационный баннер
7. Современные технологии создания баннеров: gif, flv анимация

8. Эффекты анимации в баннерах
9. Анализ сайта
10. Тенденции в дизайне сайтов

Теоретические вопросы к зачету с оценкой в 6 семестре

1. Понятия медиапроекта.
2. Понятие, типы и виды медиапроектов.
3. Исследовательский проект.
4. Творческий проект.
5. Игровой проект.
6. Информационный проект.
7. Культурологический проект.
8. Цели и задачи медиапроекта.
9. Этапы и методы проектного моделирования в медиадизайне.
10. Предпроектный анализ: требования к проекту.

Практические вопросы к зачету с оценкой в 6 семестре

1. Проектный анализ.
2. Понятие оригинал-макета.
3. Создание и управление проектом.
4. Этапы реализации медиапроекта
5. Качественный отбор
6. Написание текста: требования к лексике
7. Подбор видеоряда для медиапроекта
8. Написание заголовков для проекта
9. Написание сценария для проекта
10. Написание заявки на проект

Теоретические вопросы к зачету в 7 семестре

1. Понятие коммуникативного пространства.
2. Понятие коммуникативности и ее роль в современной медиакультуре и проектной деятельности.
3. Коммуникативная среда и медиадизайн.
4. Символическая организация среды.
5. Событийная организация среды.
6. Коммуникативная организация среды.
7. Визуальная организация среды. Коммуникант и символ.
8. Роль символов в медийной среде.
9. Создание медийных символов.
10. Визуальное сообщение.

Практические вопросы к зачету в 7 семестре

1. Распространение идей: основные этапы.
2. Цели, задачи, функции паблик-релейшнс.
3. Особенности коммуникативного пространства, распространяемого СМИ.
4. Основные коммуникативные технологии.
5. Средства дизайна в формировании коммуникативных пространств.
6. Визуальные формы рекламной коммуникации: исторический аспект.
7. Мифодизайн: моделирование визуального образа в рекламе.
8. Визуальные коммуникации в современной культуре и экономике.
9. Визуальные коммуникации и реклама в городской среде.
10. Визуальные коммуникации и территориальный брендинг.

Теоретические вопросы к экзамену в 8 семестре



1. Анализ и синтез движения в кинематографе: съемка и проекция.
2. Анимации и мультипликация как феномены искусства XX века.
3. Эволюция техники одушевления.
4. Мультипликация как самостоятельный вид искусства.
5. Виды мультипликации.
6. Школы и направления современной рисованной мультипликации.
7. Немецкая школа анимации
8. Чешская школа анимации
9. Русская школа анимации
10. Мастера русской школы анимации

Практические вопросы к экзамену в 8 семестре

1. Силуэтная анимация
2. Технологии компьютерной анимации
3. Песочная анимация: достоинства и недостатки технологии
4. Сфера применения анимации в кино: анализ аналогов.
5. Анимационные технологии в современной рекламе: анализ аналогов.
6. Анимационная реклама в виртуальной среде: анализ аналогов.
7. Виды Интернет-рекламы: санкционированная и несанкционированная реклама в Интернет: анализ аналогов.
8. Баннеры: принципы создания баннеры, баннеры и оплата его размещения, влияние местоположения баннера на его эффективность.
9. Требования к анимационным баннерам: анализ аналогов.
10. Анимационная техника перекидка.

#### 6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
<b>Семестр 3</b>			
Обязательная аудиторная работа			
Выполнение теста	10	1	10
Практикум (Выполнение практических заданий)	20	1	20
Посещение всех занятий	5	6	30
Обязательная самостоятельная работа			
Выступление с докладом	10	1	10
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Выступление на научной конференции по теме дисциплины, подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	10	1	10
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		
<b>Семестр 4</b>			
Обязательная аудиторная работа			
Выполнение теста	10	1	10
Практикум (Выполнение практических заданий)	10	3	30
Посещение всех занятий	2	10	20
Обязательная самостоятельная работа			
Выступление с докладом	10	1	10
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Выступление на научной конференции по теме дисциплины, подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	10	1	10
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		
<b>Семестр 5</b>			
Обязательная аудиторная работа			
Выполнение теста	10	1	10
Практикум (Выполнение практических заданий)	20	1	20

Посещение всех занятий	5	6	30
Обязательная самостоятельная работа			
Выступление с докладом	10	1	10
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Выступление на научной конференции по теме дисциплины, подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	10	1	10
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		
<b>Семестр 6</b>			
Обязательная аудиторная работа			
Выполнение теста	10	1	10
Практикум (Выполнение практических заданий)	10	3	30
Посещение всех занятий	2	10	20
Обязательная самостоятельная работа			
Выступление с докладом	10	1	10
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Выступление на научной конференции по теме дисциплины, подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	10	1	10
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		
<b>Семестр 7</b>			
Обязательная аудиторная работа			
Выполнение теста	10	1	10
Практикум (Выполнение практических заданий)	20	1	20
Посещение всех занятий	5	6	30
Обязательная самостоятельная работа			
Выступление с докладом	10	1	10
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Выступление на научной конференции по теме дисциплины, подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	20	1	20
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		
<b>Семестр 8</b>			

Обязательная аудиторная работа			
Выполнение теста	10	2	20
Выступление с докладом	10	1	10
Посещение всех занятий	5	6	30
Практикум (Выполнение практических заданий)	10	1	10
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Выступление на научной конференции по теме дисциплины, подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	10	1	10
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

#### Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

### **7.1. Литература**

1. Нестерова, Е. И. Средства и технологии макетирования в медиаиндустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. И. Нестерова ; С.-Петерб. гос. ин-т кино и телев. - Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2018. - 101 с. - Электрон. версия печ. публикации. - ISBN 978-5-94760-293- Режим доступа: по логину и паролю.  
[http://books.gukit.ru/pdf//2018/Uchebnaja%20literatura/Nesterova\\_Sredstva\\_i\\_tehnologii\\_maketirovanija\\_v\\_mediaindustrii\\_UP\\_2018.pdf](http://books.gukit.ru/pdf//2018/Uchebnaja%20literatura/Nesterova_Sredstva_i_tehnologii_maketirovanija_v_mediaindustrii_UP_2018.pdf)
2. Алексеев, А.Г. Проектирование: предметный дизайн : учеб. наглядное пособие для студентов очной формы обучения по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профили подготовки: «Графический дизайн», «Дизайн костюма»: квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / А.Г. Алексеев. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2017. - 95 с. - ISBN 978-5-8154-0405-2. - Текст : электронный. - URL:  
<https://znanium.com/catalog/product/1041647>
3. Мелкова, С. В. Проектирование: графический фэшн-дизайн : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профили подготовки: «Графический дизайн», «Дизайн костюма», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / С. В. Мелкова ; Кемеров. гос. ин-т культуры. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2019. - 142 с: ил. - ISBN 978-5-8154-0487-8. - Текст : электронный. - URL:  
<https://znanium.com/catalog/product/1154345>
4. Хворостов, Д. А. 3D Studio Max + V-Ray + Corona. Проектирование дизайна среды : учебное пособие / Д.А. Хворостов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 333 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1056727. - ISBN 978-5-16-015783-2. - Текст : электронный. - URL:  
<https://znanium.com/catalog/product/1856001>

### **7.2. Интернет-ресурсы**

1. Проектирование

### **7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение**

Использование лицензионного программного обеспечения по дисциплине «Проектирование» не предусмотрено.

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

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. <https://elibrary.ru>

Электронная библиотека образовательно-издательского центра «Академия».

<http://www.academia-moscow.ru>

Электронная библиотечная система «Айбукс-ру». <http://ibooks.ru>

Электронная библиотечная система Polpred. <https://polpred.com>

Электронная библиотечная система издательства «ЛАНЬ». <http://e.lanbook.com>

## 7.5. Материально-техническое обеспечение

<b>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

## **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебный курс дисциплины «Проектирование» направлен на развитие общекультурного кругозора и включает в себя наряду с общей информацией вводного плана о целях и задачах медиадизайна, необходимые теоретические знания и практические навыки в области создания рекламной и полиграфической продукции средствами компьютерной графики. Студентам следует помнить, что основными формами обучения являются лекции, интерактивные практические занятия и самостоятельная работа. Студентам рекомендуется готовиться к занятиям, заблаговременно изучая литературу по теме каждого занятия. Перечень и объем литературы, необходимой для изучения дисциплины «Проектирование» определяется программой курса и рекомендациями преподавателя. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории. Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом, должна ориентироваться на более глубокое усвоение изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и умение применять теоретические знания на практике. Самостоятельная работа должна носить систематический характер, быть интересной и привлекательной для студента. Самостоятельная работа студентов является неотъемлемой частью процесса обучения и является средством организации самообразования и воспитания самостоятельности как личностного качества. Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при аттестации студента на экзамене. При этом проводится проверка самостоятельных домашних работ, консультации студентов и т.д.

Самостоятельная работа носит деятельностный характер, в связи с чем можно выделить условия, обеспечивающие успешное выполнение самостоятельной работы:

Мотивированность учебного задания. Зачем Вам необходимо выполнение каждого домашнего задания? Что это может Вам дать в теоретическом и практическом плане для повышения профессиональной компетентности и реализации жизненных целей?

Четкая постановка познавательных задач. На что направлен раздел данного курса? С какими разделами связан?

Алгоритм выполнения работы студентом. Как выполнить задание эффективно и быстро?

Определение форм отчетности и сроков ее представления.

Консультативная помощь преподавателя. «Что мне не понятно? Какая помощь мне нужна?»

Оценочный компонент.

Для выполнения необходимых практических заданий, студенту необходимо помнить, что основным критерием оценки практической работы является:

Новизна, «креативность» идеи, образов;

Адекватное графическое решение и воплощение идеи;

Убедительное композиционное воплощение идеи, умелое использование композиционных средств;

Соответствующие специфике темы выбор изобразительных средств, манеры и приема.

В ходе освоения практического блока студентам предлагается выполнить задания, направленные на закрепление изученного материала и развитие профессиональных умений и навыков, необходимых для успешной работы дизайнера. При выполнении каждого задания студенту следует самостоятельно работать с рекомендованной литературой и мировым художественным наследием архитектуры. Оценка результата практической работы студента напрямую связана с творческим подходом к выполнению задания, проявленных способностей, а также креативного, визуального и аналитического мышления учащегося. Выполнение любого из представленных далее заданий следует производить по следующему алгоритму:

1. Внимательное изучение задание и цели практической работы.
2. Самостоятельная работа с рекомендованной литературой.
3. Формирование творческого замысла, идеи

#### 4. Реализация идеи

Неукоснительное следование целям задания, грамотная самостоятельная работа по изучению мировой рекламы и графического дизайна, работа с дополнительной литературой, творческое мышление и оригинальность идей без стремления к «оригинальничанию» обеспечат успех выполнения практических упражнений и помогут сформировать компетенции выпускника специальности «Дизайн». Практические рекомендации к выполнению практических упражнений направлены на оказание помощи студентам в решении поставленных творческих задач.