



УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР

О.В. Зубкова

«21» апреля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ДИЗАЙНА

Направление подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль)
Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника
бакалавр
(бакалавр, магистр)

Кафедра: Общественных и гуманитарных дисциплин

Разработчики программы:

Старший преподаватель О.П. Коваль

Программа обсуждена на заседании кафедры ОиГД

Заведующий кафедрой ОиГД

О.В. Зубкова

«21» апреля 2026 г.

Оглавление

1.	ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	3
2.	ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
2.1	Планируемые результаты обучения по дисциплине.....	3
2.2	Результаты освоения образовательной программы:	3
3.	МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
4.	ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ	4
5.	СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	4
5.1	Содержание дисциплины (модуля).....	4
5.2	Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий	6
6.	ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	9
7.	ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА	10
8.	ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	11
9.	ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	11
10.	ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	12
11.	ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	12

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**Цель:**

Сформировать у студентов знания и умения в части основ рекламного и графического дизайна, позволяющие грамотно ориентироваться в вопросах разработки и публикации рекламной продукции.

Задачи:

- изучить специфику современного дизайна в сфере рекламы и корпоративных коммуникаций (в потребительском, промышленном и территориальном брендинге);
- сформировать понимания принципов, логики и технологий современного дизайн-проекта и дизайн-продукта;
- овладеть теоретическим и практическим материалом, способностью свободно ориентироваться в данном предмете и взаимодействовать с разработчиками и заказчиками дизайн- продукта.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине**

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

Профессиональных компетенций и индикаторов их достижения

Категория профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПКО-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании ПКО-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн-среде

2.2. Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- понятийно-категориальный аппарат дисциплины;
- основные этапы развития дизайна;
- основные международные дизайн-школы;
- основные стили дизайна;
- особенности и отличия, основные виды и направления дизайна;
- основные инструменты дизайна;
- основные тенденции в графическом и рекламном дизайне;
- принципы визуальной идентификации;
- типологию визуального брендинга;

- основные стратегии и типы корпоративного редизайна;
- инструменты и этапы разработки и механизмы работы с дизайн проектом;

Уметь:

- свободно ориентироваться в технологиях, направлениях и функциях современного рекламного дизайна;
- анализировать мировые и российские образцы профессионального и эффективного дизайна;
- взаимодействовать с разработчиками в области дизайна.

Владеть:

- основными навыками адекватной оценки качества услуг разработчиков и дизайн продукта;
- навыками управления процессом разработки дизайн проекта;
- навыками постановки задач дизайн разработчикам.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Согласно ФГОС и ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью дисциплина «Теория и практика дизайна» относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (**Б1.В.04**).

Изучение курса базируется на знаниях следующих дисциплин: «Культурология», «Основы маркетинга», «Теория и практика создания рекламного продукта», предшествует дисциплинам «Создание рекламного креатива», «Проектное управление»,.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины	Всего часов		
	Для очной формы обучения	Для очно-заочной формы обучения	Для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)	4/144	-	4/144
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	76		18
в том числе:		-	
Лекции	36	-	8
Семинары, практические занятия	36	-	10
Консультация к экзамену, Контактная работа на экзамене	4	-	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	36	-	117
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	Экзамен (32)	-	Экзамен (9)

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание дисциплины (модуля)

Раздел 1. Теория дизайна

Тема 1. Введение в курс: основные направления дизайна, место и роль дизайна на рынке интеллектуальных услуг.

Основные направления дизайна, стили дизайна в XX веке в контексте истории культуры и искусства (модернизм и постмодернизм). Основные парадигмы, концепции, проблемы и тенденции современного дизайна. Основные форматы дизайн продукта, роль и значение дизайна в создании рекламного образа, основные принципы коммуникации с целевыми аудиториями. Значение дизайна в формировании рекламного продукта, проблема структуры и формы, общие решения и инновационные подходы. Место и роль дизайна на рынке интеллектуальных услуг

Тема 2. Визуальные коммуникации: революция состоявшаяся и несостоявшаяся.

Революционные авангардные течения начала XX века 1910—1930-х годов: русский футуризм, советский конструктивизм, дадаизм, Баухауз. Проблема формы и функции, новые концептуальные и технологические решения в дизайне книги, плакате, рекламе. Проблема линейности смыслового сообщения, авангардное кино. Визуальный язык авангарда, его значение и развитие в современном графическом дизайне и визуальных коммуникациях.

Тема 3. Дизайн второй половины XX века: порядок и хаос

Графический дизайн 1950-1970-х годов. Основные принципы и решения интернационального типографического стиля, швейцарская школа дизайна, рациональный подход к визуальным коммуникациям, функционализм в архитектуре и дизайне. Становление современной корпоративной культуры. Дизайн и верстка многостраничных изданий, основные принципы модульной сетки. «Швейцарский панк», начало движения «новой волны»

Тема 4. Поп-арт и поп-дизайн

Поп-арт в контексте модернизма и развития массовой культуры 1950-1960-х годов. Основные представители поп-арта, Энди Уорхол, кино-эксперименты, оп-арт, феномен поп-дизайна, поп-арт и поп-дизайн в современной визуальной культуре и дизайне.

Тема 5. Постмодернистский дизайн в цифровую эру

Дизайн постмодернизма, мемфис, «новая волна» типографики, постмодернистский дизайн как реакция на интернациональный типографический стиль швейцарской школы. Компьютерная революция 1990-х, Крэнбургская академия Искусств, деконструкция, основные представители нового дизайна (Нэвил Броуди, Дэвид Карсон, Emigre, Тибор Кальман и др.). Современные дизайнеры (Паола Шер, Стефан Загмайстер, Франческо Франчи)

Тема 6. Современная корпоративная айдентика

Возникновение, развитие и основные принципы корпоративной айдентики (знак, логотип, фирменный стиль). Проблема смысло- и формообразования, стилистические особенности корпоративной айдентики, дизайнеры, повлиявшие на облик современной корпоративной культуры (Пол Рэнд, Сол Басс, Милтно Глейзер и др.) Плагиат в дизайне, основные тенденции современной корпоративной айдентики (стилистика логотипов 2.0, плоский дизайн), айдентика в сфере потребительского рынка, культурных институтов, промышленных и территориальных брендов.

Тема 7. Типографика

Типографика: роль и значение типографики в современном дизайне, основные направления и школы, типографика в современной айдентике. Типографика модернизма и постмодерна, различия и основные приемы. Шрифт Гельветика и его значение для корпоративных коммуникаций.

Тема 8. Дизайн упаковки

Дизайн упаковки: виды упаковки, основные приемы и решения, новые материалы и технологии дизайна упаковки, инновации в дизайне упаковки.

Тема 9. Дизайн в цифровой среде

Дизайн в цифровой среде и новых медиа: развитие и эволюция, основные форматы (веб-дизайн, дизайн интерфейсов, инфографика), проблемы и тенденции. Цифровая революция и новые компьютерные технологии (перелом 1990-х). Новые цифровые технологии, пионеры цифрового дизайна, эволюция печатных изданий в цифровой среде.

Раздел 2. Практика дизайна

Тема 10. Основные понятия и разновидности графического дизайна

Рекламный дизайн в современном мире. Рекламный дизайн, как визуальная составляющая рекламы. Применение компьютерной графики, графические редакторы.

Тема 11. Закономерности зрительного восприятия форм и пространства

Свойства и закономерности восприятия, перспектива, изображение теней. Общие понятия о композиции. Виды композиции: плоскостная, объемно-фронтальная, объемно-пространственная, глубинно-пространственная. Открытая и закрытая композиция. Форма и формообразование. Свет и цвет. Контраст. Материалы и текстура. Ритм. Ассоциации и реальность. Абстракция. Стилизация. Правила построения графической композиции.

Тема 12. Основы работы со шрифтами

Элементы шрифта. Основные требования, предъявляемые к работе со шрифтами. Технологические приемы выполнения шрифтовых работ. Задачи и значение применения шрифтовых композиций.

Тема 13. Работа с цветом

Цифровое представление цвета. Основы цветовой гармонии. Методы и средства построения цветовой гармонии. Роль цвета в дизайне.

Тема 14. Разработка дизайна фирменного стиля компании

Основные понятия: логотип, товарный знак, фирменный стиль. Способы создания и разработка фирменного логотипа. Разработка идеи художественных и текстовых элементов, цветового решения фирменного стиля. Основные требования к фирменному стилю и дизайну его элементов. Основные принципы дизайна визитной карточки. Правила составления руководства к использованию фирменного стиля.

Тема 15. Основы верстки фирменной документации и рекламной полиграфической продукции.

Модульная сетка. Виды верстки. Особенности дизайна деловой документации (фирменный бланк, конверт и т.д.), рекламного листа.

Тема 16. Современные тенденции в графическом дизайне.

Обзор актуальных тенденций в области графического дизайна по материалам конкурсов «Золотая пчела», Рейтинг русского дизайна, «Идея!» (Россия), D&AD (Великобритания), журнала о графическом дизайне «[кАк}» и экспертных интернет ресурсов kak.ru, LogoLounge.com (логотипы), www.thedieline.com (периодические материалы по трендам в дизайн-упаковке).

Тема 17. Разработка руководства по использованию фирменного стиля

Цели создания и использование руководства по использованию фирменного стиля компании. Структура руководства по использованию фирменного стиля компании.

5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

Общая трудоемкость изучения дисциплины по учебному плану: 3.Е. (часов) 5/180

Форма обучения Очная

Вид контроля

Экзамен

Таблица 4.1

№ п/п	Название раздела, темы	Очная форма обучения						Компетенции	Литература
		Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	КонсЭ, КтЭ, Контроль		
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
Раздел 1. Теория дизайна									
1	Введение в курс: основные направления дизайна, место и роль дизайна на рынке интеллектуальных услуг.	12	4		4	4		ПКО-2	Л.1-7
2	Визуальные коммуникации: революция состоявшаяся и несостоявшаяся.	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
3	Дизайн второй половины XX века: порядок и хаос	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
4	Поп-арт и поп-дизайн	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
5	Постмодернистский дизайн в цифровую эру	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
6	Современная корпоративная айдентика	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
7	Типографика	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
8	Дизайн упаковки	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
9	Дизайн в цифровой среде	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
Раздел 2. Практика дизайна									
10	Основные понятия и разновидности графического дизайна	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
11	Закономерности зрительного восприятия форм и пространства	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
12	Основы работы со шрифтами	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
13	Работа с цветом	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
14	Разработка дизайна фирменного стиля компании	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
15	Основы верстки фирменной документации и рекламной полиграфической продукции.	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
16	Современные тенденции в графическом дизайне.	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
17	Разработка руководства по использованию фирменного стиля	6	2		2	2		ПКО-2	Л.1-7
	Экзамен, в т.ч. КонсЭк, КтЭк	36					36		
	Всего часов	144	36		36	36	36		
	Зачетные единицы	4							

Форма контроля: экзамен

Таблица 4.2

№ п/п	Название раздела, темы	Заочная форма обучения						Компетенции	Литература
		Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	КонсЭ, КтЭ, Контроль		
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
Раздел 1. Теория дизайна									
1	Введение в курс: основные направления дизайна, место и роль дизайна на рынке интеллектуальных услуг.	7	1			6		ПКО-2	Л.1-7
2	Визуальные коммуникации: революция состоявшаяся и несостоявшаяся.	7	1			6		ПКО-2	Л.1-7
3	Дизайн второй половины XX века: порядок и хаос	8				8		ПКО-2	Л.1-7
4	Поп-арт и поп-дизайн	8				8		ПКО-2	Л.1-7
5	Постмодернистский дизайн в цифровую эру	8				8		ПКО-2	Л.1-7
6	Современная корпоративная айдентика	8	1		1	6		ПКО-2	Л.1-7
7	Типографика	8	0,5		1	6,5		ПКО-2	Л.1-7
8	Дизайн упаковки	8	0,5		1	6,5		ПКО-2	Л.1-7
9	Дизайн в цифровой среде	8			1	7		ПКО-2	Л.1-7
Раздел 2. Практика дизайна									
10	Основные понятия и разновидности графического дизайна	7	0,5			6,5		ПКО-2	Л.1-7
11	Закономерности зрительного восприятия форм и пространства	7	0,5		0,5	6		ПКО-2	Л.1-7
12	Основы работы со шрифтами	8	0,5		1	6,5		ПКО-2	Л.1-7
13	Работа с цветом	11	0,5		0,5	10		ПКО-2	Л.1-7
14	Разработка дизайна фирменного стиля компании	8	0,5		1	6,5		ПКО-2	Л.1-7
15	Основы верстки фирменной документации и рекламной полиграфической продукции.	8	0,5		1	6,5		ПКО-2	Л.1-7
16	Современные тенденции в графическом дизайне.	8	0,5		1	6,5		ПКО-2	Л.1-7
17	Разработка руководства по использованию фирменного стиля	8	0,5		1	6,5		ПКО-2	Л.1-7
	Экзамен, в т.ч. КонсЭк, КтЭк	9					9		
	Всего часов	144	8		10	117	9		
	Зачетные единицы	4							

Форма контроля: экзамен

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Самостоятельная работа студентов включает следующие ее виды:

- изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану;
- самоподготовка к практическим и другим видам занятий – расчетно-аналитическая работа по индивидуальному учебному заданию;
- самостоятельная работа студентов при подготовке к экзамену.

Эти виды работ предполагают:

- самостоятельную работу студента в библиотеке;
- изучение материалов специализированных сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;
- изучение электронных учебных материалов (электронных учебников, методических материалов, представленных на сайте УрСЭИ), программных компьютерных программ;

Задания для самостоятельной работы студентов включают в себя:

- выполнение тестовых заданий, размещенных в программной оболочке Moodle – по темам, вынесенным на самостоятельное изучение;
- выполнение практических заданий в индивидуальном учебном задании;
- подготовка докладов по отдельным вопросам курса.

Указания и задания по самостоятельной работе выдаются на практических занятиях с учетом индивидуального уровня освоения материала студентом.

Темы для самостоятельной работы студентов:

1. Оригинал макет и технологии его создания. Оригинал-макет. Клипарты, фотобанки, photostocks.
2. Этапы и процессы работы над макетами в полиграфии. Макетирование. Ручное макетирование. Компьютерное макетирование. Программные продукты. Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign.
3. Этапы создания оригинал-макета. Композиционные и эстетические требования. Равновесие, пропорция, доминирование, контраст, направленность движения взгляда, когерентность, единство композиции.
4. Типы оригинал-макетов. «Мондриан», «сетка», «окно», «рамка», «цирк», «под обрез», «комикс», «текст».
5. Оригинал-макет рекламного сообщения. Требования. Формат издания и размер рекламного объявления. А1, А2, А3, А4. Обрезной формат. Цвет. Место объявления. Размер объявления. Форма объявления.
6. Технические требования к электронным оригинал-макетам. Форматы файлов. *AI. *EPS. *PSD. *TIFF. Особенности офсетной печати. Уровень «черного». Размер файла «под обрез».
7. Свойства и признаки наружной рекламы.
8. Виды наружной рекламы.
9. Технические параметры к изготовлению и производству наружной рекламы
10. Этапы создания файла в формате Acrobat PDF, настройки программы Acrobat Distiller
11. Свойства и признаки «директ-мейл».
12. Виды «директ-мейл».
13. Технические параметры к изготовлению и производству «директ-мейл».
14. Инфографические программы для ПК - векторная графика - редактирование изображений
15. Онлайн-инструменты для визуализации данных - периодическая система методов визуализации:

- Wordle.net
- Chatle.net
- ChartsBin
- DIY Chart
- Gephi
- Cliffy
- iCharts
- Many Eyes
- проект Noun

16. Поиск данных онлайн:

- Data.gov
- Data Market
- FactBrowser
- Google Public Data
- Internet World Stats
- Many Eyes
- Quantcast
- Википедия
- Wolfram Alpha

17. Онлайн-ресурсы для разработки инфографики:

- Easel.ly
- Infogr.am
- Piktochart
- Venngage
- Visual.ly

18. Виды инфографики в периодической печати.

19. Виды инфографики в телевизионном эфире.

20. Виды инфографики в материалах информационных агентств.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Мирхасанов, Р. Ф. Коммуникативный дизайн (ручной графический дизайн + цифровая графика + макет): учебное пособие: [12+] / Р. Ф. Мирхасанов. – Москва: Директ-Медиа, 2026. – 276 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720224>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-5246-2. – DOI 10.23681/720224. – Текст: электронный.
2. Нагаева, И. А. Основы web-дизайна: методика проектирования: учебное пособие / И. А. Нагаева, А. Б. Фролов, И. А. Кузнецов. – 2-е изд., стер. – Москва: Директ-Медиа, 2025. – 236 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=722928>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-5219-6. – DOI 10.23681/722928. – Текст: электронный.
3. Филоненко, Н. С. Вопросы методологии в истории дизайна: учебное пособие / Н. С. Филоненко, М. С. Третьякова, Д. Ю. Филоненко; Уральский государственный архитектурно-художественный университет им. Н. С. Алфёрова (УрГАХУ). – Екатеринбург: Уральский государственный архитектурно-художественный университет (УрГАХУ), 2024. – 104 с.: ил., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720285>. – ISBN 978-5-7408-0306-7. – Текст: электронный.

Дополнительная литература

4. Баланов, А. Н. Игровой дизайн и графика: учебное пособие: [16+] / А. Н. Баланов. – Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2025. – 264 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=725641>. – библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-2661-9. – Текст: электронный.
5. Еркович, В. В. Проектирование в дизайне: учебное пособие / В. В. Еркович. – Минск: РИПО, 2022. – 216 с.: ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697594>. – Библиогр.: с. 211-214. – ISBN 978-985-895-031-6. – Текст: электронный.
6. Мирхасанов, Р. Ф. Композиция в дизайне: учебное пособие: [12+] / Р. Ф. Мирхасанов. – Москва: Директ-Медиа, 2025. – 180 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720223>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-5097-0. – DOI 10.23681/720223. – Текст: электронный.
7. Мельник, А. С. Коммуникационный дизайн: учебное пособие / А. С. Мельник. – Минск: РИПО, 2024. – 128 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=717795>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-895-174-0. – Текст: электронный.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Интернет ресурс (адрес)/система	Описание ресурса/ системы
Профессиональные базы данных		
1.	http://www.advi.ru	Журнал «Рекламные идеи»
2.	http://www.grebennikoff.ru/product/8	Журнал «Реклама. Теория и практика»
3.	https://www.rsl.ru/	Российская Государственная библиотека
4.	https://www.scopus.com	Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus
5.	https://apps.webofknowledge.com	Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science
6.	http://www.elibrary.ru	Научная электронная библиотека
7.	https://cyberleninka.ru/	Научная электронная библиотека «Киберленинка»
8.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
9.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Мультимедийная лекционная аудитория.

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональный компьютер (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); стационарный видеопроектор с экраном; звуковое оборудование (микрофон, колонки); меловая доска; коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Компьютерный класс (лаборатория) для практических работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональные компьютеры (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox.; доска маркерная

10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Теория и практика дизайна» используются следующие образовательные технологии.

Стандартные формы обучения:

- лекции с использованием мультимедийных презентаций;
- семинарские занятия, на которых обсуждаются основные теоретические вопросы;
- письменные домашние работы;
- расчетно-аналитические задания;
- обзор официальных документов и материалов периодической печати;
- консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- лекции в диалоговом режиме;
- групповые дискуссии;
- моделирование и решение конкретных ситуационных задач;
- компьютерное тестирование.

11. ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Категория профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПКО-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании ПКО-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии

		организации общественности	целевым в оффлайн и онлайн-среде	группам
--	--	-------------------------------	-------------------------------------	---------

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (ПКО-2.3)	Прочитайте текст и установите соответствие	Соотнесите ситуации из профессиональной практики (А–Г) с направлениями (видами) дизайна (1–4), к которым эти ситуации относятся. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.			
		Ситуации		Направления дизайна	
		А	Разработка эргономичного офисного кресла с учетом анатомии человека и технологий производства	1	Графический дизайн / брендинг
		Б	Создание айдентики для фестиваля уличной еды (логотип, мерч, афиши, упаковка для фуд-траков)	2	Ландшафтный дизайн
		В	Проектирование ландшафтного парка с учетом рельефа, климатических условий и сценариев использования горожанами	3	Промышленный дизайн (индустриальный дизайн)
		Г	Разработка архитектуры сайта, построение пользовательских сценариев и создание кликабельного прототипа	4	UX/UI-дизайн (цифровой дизайн, дизайн интерфейсов)
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А	Б	В	Г
		3	1	2	4
Задание закрытого типа на	Прочитайте текст и установите	Установите соответствие между ситуациями из профессиональной практики дизайнера (А–Г) и			

установление соответствия (ПКО-2.4)	соответствие	типами цветовых стратегий, которые целесообразно применить в каждой из них (1–4). К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Ситуации		Цветовая стратегия	
		А	При разработке упаковки для органической косметики выбирается сочетание изумрудно-зеленого, оливкового и песочного — родственных оттенков, создающих ощущение природной гармонии, спокойствия и натуральности.	1	Аналоговая (родственная) гармония
		Б	При создании постеров для ночного музыкального фестиваля электронной музыки используется контрастное сочетание яркой фуксии и насыщенной бирюзы, дополненное акцентным неоновым-желтым, что соответствует противопоставлению цветов, расположенных напротив друг друга в цветовом круге.	2	Дополнительная (комплементарная) гармония
		В	При оформлении лендинга для онлайн-школы программирования выбирается основой	3	Акцентная стратегия (цветовой акцент)

			темно-синий цвет (фоновый), акцентные элементы (кнопки «Записаться», иконки) выполнены в ярком оранжевом.		
		Г	При интерьере детской игровой комнаты берется за основу яркий желтый цвет, затем добавляется два дополнительных оттенка, которые находятся на равном удалении от желтого в цветовом круге.	4	Триадная гармония
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А	Б	В	Г
Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	Расположите исторические этапы (стилевые направления) развития дизайна в хронологической последовательности (от наиболее раннего к наиболее позднему).			
		Этапы развития дизайна : 1. Постмодернизм; 2. Промышленный переворот и Викторианский стиль; 3. Модерн (Ар-нуво); 4. Функционализм (Баухаус, конструктивизм). Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
Задание закрытого типа на установление последовательности (ПКО-2.4)	Прочитайте текст и установите последовательность				
		Расположите этапы составления технического задания (ТЗ) на разработку дизайн-продукта (фирменного стиля, сайта, упаковки и т.д.) в логической последовательности их размещения и согласования в структуре ТЗ (от общего к частному, от анализа к технической спецификации).			
		Этапы: 1. Описание целей, задач и целевой аудитории; 2. Перечень разрабатываемых материалов (носителей); 3. Общая информация о проекте и заказчике;			

		4. Технические требования и ограничения. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание закрытого типа на установление последовательности (ПКО-2.1)	Прочитайте текст и установите последовательность	Расположите этапы работы дизайнера со шрифтами при создании печатного издания (книги, каталога или журнала) в логической последовательности их выполнения (от начальных к завершающим) Этапы: 1. Выбор гарнитуры и шрифтового семейства; 2. Настройка трекинга и кернинга; 3. Определение типометрических параметров; 4. Построение шрифтовой иерархии. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (ПКО-2.1)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Необходимо разработать упаковку для новой линейки премиального шоколада. Продукт будет продаваться исключительно в специализированных шоколадных бутиках и подарочных отделах. Целевая аудитория — покупатели с высоким уровнем дохода, которые выбирают шоколад в качестве подарка или для особого случая. Производственные возможности позволяют использовать сложные вырубки, тиснение фольгой, тактильные материалы и нестандартные формы коробки. Какое проектное решение будет наиболее соответствовать поставленной задаче? Варианты ответов: 1. Яркая, насыщенная цветовая гамма (кислотный розовый, неоновый зеленый) с крупным гротескным шрифтом и минималистичной формой коробки для максимальной узнаваемости на полке; 2. Прозрачная пластиковая упаковка с минималистичной этикеткой, содержащей только название бренда и состав, чтобы покупатель мог видеть продукт перед покупкой; 3. Коробка сложной конструкции с элементами тиснения золотой фольгой, тактильно приятная фактура бумаги, сдержанная цветовая гамма и элегантная типографика с рукописными элементами; 4. Упаковка из переработанного картона с минималистичным черно-белым дизайном и крупным логотипом, подчеркивающая экологичность и доступность продукта.				

Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (ПКО-2.2)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Дизайнер разрабатывает постер для выставки современного искусства, посвященной теме «Движение и энергия города». Цель постера — передать ощущение динамики, скорости, непрерывного движения городской среды. Какое композиционное решение будет наиболее соответствовать поставленной задаче? Варианты ответов: 1. Расположить все элементы строго симметрично относительно центральной вертикальной оси; 2. Организовать элементы по диагонали: в виде диагональных полос, пересекающих поле плаката, а текстовый блок — в нижнем правом углу, создавая траекторию движения взгляда; 3. Построить композицию по принципу золотого сечения, разместив фотографию города в ключевой точке пересечения линий, а все остальные элементы равномерно распределить по остальным зонам плаката, создавая ощущение спокойствия и гармонии; 4. Создать центрическую композицию, расположив абстрактные графические формы в виде концентрических кругов, расходящихся от центра, а фотографию города и текстовый блок разместить в центральной зоне, формируя устойчивую иерархию с ярко выраженным центром.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (ПКО-2.1)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Как называется процесс корректировки межбуквенного расстояния? Варианты ответов: 1. Трекинг (tracking). 2. Интерлиньяж (leading). 3. Кернинг (kerning). 4. Выключка (alignment).
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров,	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	В процессе проектирования эргономичного офисного кресла дизайнер учитывает анатомические особенности человека (изгиб позвоночника, угол наклона бедра), регулировку высоты и глубины сиденья, а также подбирает материалы, обеспечивающие вентиляцию и комфорт при длительной работе. Какую функцию дизайна в первую очередь реализует дизайнер в описанной ситуации?

принципов) (Уметь)		Варианты ответов: 1. Эстетическую функцию (создание визуально привлекательной формы). 2. Эргономическую функцию (обеспечение комфорта, безопасности и эффективности использования). 3. Коммуникативную функцию (передача информации о бренде через форму). 4. Символическую функцию (наделение продукта социально значимым смыслом).
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (ПКО-2.1)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Дизайнер разрабатывает полноцветный вертикальный разворот формата А4 для премиального парфюма, ориентированный на мужчин и женщин 30–50 лет с высоким доходом, передающий элегантность и статусность при четком прочтении названия бренда и сообщения «Новый аромат свободы». Какие методы верстки и композиционные приемы следует применить дизайнеру для эффективного решения поставленной задачи? Варианты ответов: 1. Использовать модульную сетку (например, 12-колоночную) для структурирования элементов и обеспечения визуальной согласованности. 2. Расположить все элементы строго симметрично относительно центральной оси для создания ощущения стабильности и официальности. 3. Создать четкую визуальную иерархию, выделив название бренда наибольшим кеглем и разместив его в зоне первого взгляда (верхняя треть разворота). 4. Использовать большое количество мелких акцентных элементов (рамки, декоративные линии, множество цветowych пятен) для привлечения внимания к каждому блоку информации. 1.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления,	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Менеджер должен за 8 недель в условиях ограниченного бюджета и частых изменений требований от заказчика организовать работу команды из арт-директора, двух дизайнеров и копирайтера так, чтобы создать фирменный стиль, упаковку и рекламные материалы для нового бренда здорового питания и сдать проект в срок, в рамках бюджета и с соблюдением качества. Какие методы управления процессом разработки дизайн-проекта следует применить руководителю для успешной реализации данной задачи? Варианты ответов:

последовательности) (ПКО-2.3)		1. Разработать и согласовать с заказчиком подробный бриф и утвержденную смету (бюджет) на старте проекта, зафиксировав все требования, сроки и условия внесения изменений. 2. Внедрить систему регулярных контрольных точек (milestones) с демонстрацией промежуточных результатов заказчику для своевременного выявления и корректировки отклонений. 3. Передать заказчику нефинализированные рабочие файлы на ранних этапах, чтобы он мог самостоятельно вносить правки и ускорить процесс согласования. 4. Установить лимитированное количество бесплатных итераций (циклов правок) в договоре, а все последующие изменения оформлять как дополнительные соглашения с пересмотром сроков и бюджета.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (ПКО-2.4)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных терминов относятся к базовым (основным) элементам корпоративной айдентики, формирующим ее ядро? Обоснуйте выбор каждого ответа одним предложением. Варианты ответов: 1. Логотип. 2. Фирменная цветовая палитра. 3. Фирменный носитель. 4. Фирменная гарнитура (шрифт).
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (ПКО-2.4)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Агентство разрабатывает стратегию продвижения для экологичной бытовой химии, ориентированной на аудиторию 25–40 лет, ведущих устойчивый образ жизни, с целью сформировать доверие к новому бренду через демонстрацию безопасности и эффективности продукта при ограниченном бюджете, высокой вовлеченности и необходимости детального информирования о преимуществах. Какие каналы коммуникации будут наиболее эффективны для достижения поставленной цели с учетом характеристик целевой аудитории и задач? Обоснуйте выбор каждого ответа одним предложением. Варианты ответов: 1. Таргетированная реклама в Instagram и Telegram-каналах об экологии 2. Наружная реклама (билборды) на городских магистралях

		3. Блогеры-эксперты в сфере экологии и осознанного потребления 4. Реклама в федеральных телевизионных каналах в прайм-тайм Арендная плата за производственное помещение.
Задание открытого типа с развернутым ответом (ПКО-2.1)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «типографика».
Задание открытого типа с развернутым ответом (ПКО-2.4)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дизайнеру поставлена задача разработать серию пиктограмм для навигационной системы городского парка, используя стилизованные изображения природных объектов (деревья, цветы, водоемы, скамейки). Опишите последовательность действий и ключевые принципы стилизации, которые дизайнер должен применить для преобразования натуральных образов в узнаваемые, лаконичные и единообразные графические знаки, соответствующие общей концепции дизайн-проекта.