

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»  
(КГУ)

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### **Дизайн имиджевой продукции**

Направление подготовки/специальность: 54.04.01 Дизайн

Направленность/специализация: магистерская программа  
Дизайн объектов предметной среды

Квалификация выпускника: магистр

Кострома  
2023

Рабочая программа дисциплины **Дизайн имиджевой продукции** разработана:

- 1) в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 54.04.01 *Дизайн*, утвержденным приказом № 1004 от 13.08.2020 г.
- 2) в соответствии с учебным планом направления подготовки 54.04.01 *Дизайн*, год начала подготовки 2021 (очная форма), 2022 (очная и очно-заочная форма), 2023 (очно-заочная форма).

Разработала: Рассадина С.П., доцент, к.т.н.

Рецензент: Иванова О.В., доцент, к.т.н.

УТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 9 от 03.04.2023 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

\_\_\_\_\_ Иванова О.В., к.т.н., доцент

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

### Цель дисциплины:

Развитие дизайн-мышления, системного понимания художественно-творческих задач проекта. Формирование у студентов знаний, умений, навыков по созданию оригинальной имиджевой продукции с использованием различных технологий.

### Задачи дисциплины:

Освоение методов организации проектных работ;

Освоение методов синтеза возможных решений, задач или подходов к выполнению проекта;

Научиться обосновывать свои предложения, составлять подробную спецификацию требований к проекту и реализовывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе, на практике;

Научиться выбирать необходимые методы исследования и творческого исполнения, связанные с конкретным дизайнерским решением.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **освоить компетенции:**

**ПК-1** - способен проводить предпроектные дизайнерские и маркетинговые исследования, разработку и согласование с заказчиком проектного задания на создание дизайн-проекта; содержание индикаторов компетенции ПК-1:

**знать:**

методы проведения сравнительного анализа аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации;

**уметь:**

проводить предпроектные дизайнерские и маркетинговые исследования, вести разработку и согласование с заказчиком проектного задания на создание дизайн-проекта;

**имеет практический опыт:**

навыками оформления результатов дизайнерских исследований и формирования предложений по направлениям работ в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации;

навыками синтеза набора возможных решений, задач или подходов к выполнению проекта методами дизайн мышления и генерации идей.

**ПК-2** - способен оценивать и обеспечивать актуальность проектных решений на всех этапах разработки, их адекватность задачам и отраслевым трендам;

содержание индикаторов компетенции ПК-2:

**знать:**

критерии оценки актуальности проектных решений на всех этапах разработки, принципы анализа предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы основные принципы формирования визуального имиджа компании, создания и использования логотипов, эмблем и символов;

виды рекламно-сувенирной продукции и принципы дизайна рекламно-сувенирной продукции

**уметь:**

выявлять существующие и прогнозировать будущие тенденции в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации;

проводить сравнительный анализ аналогов проектируемых объектов и систем визуальной

информации, идентификации и коммуникации, оформлять результаты дизайнерских исследований использовать на практике методы дизайн-мышления;

**имеет практический опыт:**

навыками отслеживания тенденций и направлений в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации.

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина является дисциплиной по выбору входит в блок Б1, относится к обязательной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина по выбору Б1.В.ДВ.01.02 Изучается в 2 семестре обучения (очная форма) и в 3 семестре (очно-заочная форма).

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: Системный анализ, Современные коммуникативные технологии и межкультурное взаимодействие, Академический рисунок, живопись и техники графики, Эстетика и концепции современного дизайна и искусства, Дизайн-исследование и информационные технологии в проектировании, Цифровое проектирование, визуализация и презентация проекта, Корпоративный брендинг в системе маркетинговых коммуникаций, Элементы предметно-пространственного комплекса в дизайне среды, Учебная практика.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: Традиции и инновации в дизайн-образовании, Типографика в системах коммуникации, Дизайн-проектирование объектов предметной среды, Дизайн и рекламные технологии, Фотография и фотокомпозиция, Продвижение и авторский контроль дизайн-проектов, Стратегическое прогнозирование и бизнес-планирование, Научно-исследовательская работа, Проектная практика, Преддипломная практика, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

### 4. Объем дисциплины

#### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма	Очно-заочная
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3	2
Общая трудоемкость в часах	72	72
Аудиторные занятия в часах, в том числе:		
Лекции		
Практические занятия		
Лабораторные занятия	28	12
Практическая подготовка		
Самостоятельная работа в часах	43,75	21,75+36
Форма промежуточной аттестации	зачет	экзамен

#### 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная
Лекции		
Практические занятия		
Лабораторные занятия	28	12
Консультации		2

Зачет/зачеты	0,25	
Экзамен/экзамены		0,25
Курсовые работы		
Курсовые проекты		
Практическая подготовка		
<b>Всего</b>	<b>28,25</b>	<b>14,25</b>

## 5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

### 5.1 Тематический план учебной дисциплины

очная форма

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
<b>1.</b>	<b>Раздел 1. Имидж организации</b>	<b>24</b>			<b>8</b>	<b>16</b>
1.1	Имидж, как одна из главных составляющих бренда. Виды имиджа организации.	6			2	4
1.2	Методы исследования имиджа организации. Анкетирование, аудит точек продаж.	6			2	4
1.3	Методы исследования имиджа организации. Фокус-группа.	6			2	4
1.4	Значение цвета в дизайне имиджевой продукции.	6			2	4
<b>2.</b>	<b>Раздел 2. Имиджевая полиграфическая продукция</b>	<b>15,75</b>			<b>8</b>	<b>7,75</b>
2.1	Полиграфическая имиджевая продукция: плакат.	7,75			4	3,75
2.2	Полиграфическая имиджевая продукция: буклет.	8			4	4
<b>3.</b>	<b>Раздел 3. Имиджевая сувенирная продукция</b>	<b>27</b>			<b>12</b>	<b>15</b>
3.1	Сувенирная продукция как элемент имиджа	9			4	5

	организации. Виды сувенирной продукции.					
3.2	Тематика и стилевые особенности сувенирной имиджевой продукции.	9			4	5
3.3	Разработка имиджевой промопосуды.	9			4	5
	Зачет	0,25				5
	<b>Всего за курс</b>	<b>72</b>			<b>28</b>	<b>43,75</b>

очно-заочная форма

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
<b>1.</b>	<b>Раздел 1. Имидж организации</b>	<b>12</b>			<b>4</b>	<b>8</b>
1.1	Имидж, как одна из главных составляющих бренда. Виды имиджа организации.	3			1	2
1.2	Методы исследования имиджа организации. Анкетирование, аудит точек продаж.	3			1	2
1.3	Методы исследования имиджа организации. Фокус-группа.	3			1	2
1.4	Значение цвета в дизайне имиджевой продукции.	3			1	2
<b>2.</b>	<b>Раздел 2. Имиджевая полиграфическая продукция</b>	<b>14,75</b>			<b>4</b>	<b>10,75</b>
2.1	Полиграфическая имиджевая продукция: плакат.	6,75			2	4,75
2.2	Полиграфическая имиджевая продукция: буклет.	8			2	6
<b>3.</b>	<b>Раздел 3. Имиджевая сувенирная продукция</b>	<b>6</b>			<b>3</b>	<b>3</b>
3.1	Сувенирная продукция как элемент имиджа организации. Виды сувенирной продукции.	3			1	1
3.2	Тематика и стилевые	3			1	1

	особенности сувенирной имиджевой продукции.					
3.3	Разработка имиджевой промпосуды.	3			2	1
	Экзамен	2,25				36
	<b>Всего за курс</b>	<b>72</b>			<b>12</b>	<b>21,75+36</b>

## 5.2. Содержание:

### Раздел 1. Имидж организации

Имидж, как одна из главных составляющих бренда.

Виды имиджа организации.

Методы исследования имиджа организации. Анкетирование, аудит точек продаж.

Методы исследования имиджа организации. Фокус-группа.

Значение цвета в дизайне имиджевой продукции.

### Раздел 2. Имиджевая полиграфическая продукция

Полиграфическая имиджевая продукция: плакат.

Полиграфическая имиджевая продукция: буклет.

### Раздел 3. Имиджевая сувенирная продукция

Сувенирная продукция как элемент имиджа организации.

Виды сувенирной продукции.

Тематика и стилевые особенности сувенирной имиджевой продукции.

Разработка имиджевой промпосуды.

## 5.3. Практическая подготовка не предусмотрено

Код, направление, направленность	Наименование дисциплины	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки							
		Всего	Семестр 1			Семестр ..			
			Лекции	Пр.зан	Лаб.р	...	...	...	

Код компетенции	Индикатор компетенции	Содержание задания на практическую подготовку по выбранному виду деятельности	Число часов практической подготовки			
			Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб.раб

## 6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

### 6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

очная форма

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Имидж организации</b>		<b>16</b>		
1.1	Имидж, как одна из главных составляющих бренда. Виды имиджа организации.	Виды имиджа организации	4	Проанализировать виды имиджа организации	Просмотр работ. Устный опрос.
1.2	Методы исследования имиджа организации. Анкетирование, аудит точек продаж.	Проведение анкетирования.	4	Выполнить дизайн-исследование	Просмотр работ. Устный опрос.
1.3	Методы исследования имиджа организации. Фокус-группа.	Организация работы фокус-группы	4	Выполнить дизайн-исследование	Просмотр работ. Устный опрос.
1.4	Значение цвета в дизайне имиджевой продукции.	Провести опрос, касающийся цветовых предпочтений фокус-группы	4	Выполнить дизайн-исследование	Просмотр работ. Устный опрос.
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Имиджевая полиграфическая продукция</b>		<b>7,75</b>		
2.1	Полиграфическая имиджевая продукция: плакат.	Разработать дизайн-концепцию имиджевого плаката.	3,75	Выполнить анализ проектной ситуации, разработать серию эскизов плакатов. Подготовить компьютерный макет плаката	Просмотр работ. Устный опрос.
2.2	Полиграфическая имиджевая продукция: буклет.	Выполнить подбор фотоматериала к буклету, разработать электронный макет	4	При работе соблюдать требования к верстке буклета	Просмотр работ. Устный опрос.
<b>3</b>	<b>Раздел 3. Имиджевая сувенирная</b>		<b>15</b>		



	<b>продукция</b>				
3.1	Сувенирная продукция как элемент имиджа организации. Виды сувенирной продукции.	Разработать дизайн-концепцию текстильной сувенирной продукции.	5	Эскизы оформить в виде скетчей и в векторном формате	Просмотр работ. Устный опрос.
3.2	Тематика и стилевые особенности сувенирной имиджевой продукции.	Разработать дизайн-концепцию промопосуды.	5	Эскизы оформить в виде скетчей и в векторном формате	Просмотр работ. Устный опрос.
3.3	Разработка имиджевой промопосуды.	Разработать дизайн-концепцию имиджевой промопосуды.	5	Эскизы оформить в виде скетчей и в векторном формате	Просмотр работ. Устный опрос.
	<b>Зачет</b>		5		
	<b>Итого</b>		<b>43,75</b>		

очно-заочная форма

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	<b>Раздел 1. Имидж организации</b>		<b>8</b>		
1.1	Имидж, как одна из главных составляющих бренда. Виды имиджа организации.	Виды имиджа организации	2	Проанализировать виды имиджа организации	Просмотр работ. Устный опрос.
1.2	Методы исследования имиджа организации. Анкетирование, аудит точек продаж.	Проведение анкетирования.	2	Выполнить дизайн-исследование	Просмотр работ. Устный опрос.
1.3	Методы исследования имиджа организации. Фокус-группа.	Организация работы фокус-группы	2	Выполнить дизайн-исследование	Просмотр работ. Устный опрос.
1.4	Значение цвета в дизайне имиджевой продукции.	Провести опрос, касающийся цветовых предпочтений фокус-группы	2	Выполнить дизайн-исследование	Просмотр работ. Устный опрос.
2	<b>Раздел 2.</b>		<b>10,75</b>		

	<b>Имиджевая полиграфическая продукция</b>				
2.1	Полиграфическая имиджевая продукция: плакат.	Разработать дизайн-концепцию имиджевого плаката.	4,75	Выполнить анализ проектной ситуации, разработать серию эскизов плакатов. Подготовить компьютерный макет плаката	Просмотр работ. Устный опрос.
2.2	Полиграфическая имиджевая продукция: буклет.	Выполнить подбор фотоматериала к буклету, разработать электронный макет	6	При работе соблюдать требования к верстке буклета	Просмотр работ. Устный опрос.
3	<b>Раздел 3. Имиджевая сувенирная продукция</b>		<b>3</b>		
3.1	Сувенирная продукция как элемент имиджа организации. Виды сувенирной продукции.	Разработать дизайн-концепцию текстильной сувенирной продукции.	1	Эскизы оформить в виде скетчей и в векторном формате	Просмотр работ. Устный опрос.
3.2	Тематика и стилевые особенности сувенирной имиджевой продукции.	Разработать дизайн-концепцию имиджевой промпосуды.	1	Эскизы оформить в виде скетчей и в векторном формате	Просмотр работ. Устный опрос.
3.3	Разработка имиджевой промпосуды.	Разработать дизайн-концепцию имиджевой промпосуды.	1	Эскизы оформить в виде скетчей и в векторном формате	Просмотр работ. Устный опрос.
	<b>Экзамен</b>		<b>36</b>		
	<b>Итого</b>		<b>21,75</b>		

## 6.2. Тематика и задания для практических занятий

не предусмотрено

## 6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

1. Имидж, как одна из главных составляющих бренда.
2. Виды имиджа организации.
3. Методы исследования имиджа организации. Анкетирование, аудит точек продаж.
4. Методы исследования имиджа организации. Фокус-группа.

5. Значение цвета в дизайне имиджевой продукции.
6. Полиграфическая имиджевая продукция: плакат.
7. Полиграфическая имиджевая продукция: буклет.
8. Сувенирная продукция как элемент имиджа организации.
9. Виды сувенирной продукции.
10. Тематика и стилевые особенности сувенирной имиджевой продукции.
11. Разработка имиджевой промпосуды.
12. Создание презентации собственного проекта и подготовка к его защите

#### **6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов)**

не предусмотрено

### **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

*а) основная:*

- |  |  |
|--|--|
| <p>1. Колпашиков, Л.С. Дизайн: три методики проектирования СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена, 2013. - 56 с. : схем., табл. - ISBN 978-5-8064-1940-9</p>          | <p>URL: //biblioclub.ru/index.php? page=book&amp;id=428259</p> |
| <p>2. Кравчук, В.П. Типографика и художественно-техническое редактирование Кемерово : КемГУКИ, 2015. - 48 с.: ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8154-0309-3</p> | <p>URL: //biblioclub.ru/index.php? page=book&amp;id=438320</p> |
| <p>3. Управление проектом в сфере графического дизайна. Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2013.</p>  | <p>URL: //znanium.com/go.php? id=521517</p>                    |

*б) дополнительная:*

- |   |  |
|---|--|
| <p>1. Тарасова, О.П. Организация проектной деятельности дизайнера. Оренбург: ОГУ, 2013. - 133 с.: табл. - Библиогр.: с. 118-123.</p>  | <p>URL: //biblioclub.ru/index.php? page=book&amp;id=270309</p> |
| <p>2. Денисова О. И. Основы теории и методологии дизайн-проектирования. Теоретические концепции дизайна Кострома: КГТУ, 2014. - 92 с.</p>   | <p>13</p>  |
| <p>3. В.П. Молочков. Макетирование и верстка в Adobe InDesign M. : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 358 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. -</p> | <p>URL: //biblioclub.ru/index.php? page=book&amp;id=429055</p> |
| <p>4. Рассадина С.П. Компьютерное проектирование полиграфической продукции и упаковки Кострома : КГТУ, 2015. - 83 с.: рис. - ISBN 978-5-8258-0771-9</p>                                   | <p>ЭБ</p>  |

Периодические издания

1. Дизайн. Материалы. Технология
2. Тара и упаковка

3. КАК
4. Художественный совет

## 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Информация о курсе дисциплины в СДО:

Элемент «Лекции»;

Элемент «Практические занятия», «Лабораторные занятия», «Курсовое проектирование», пр.;

Элемент «Самостоятельная работа»;

Элемент «Список рекомендуемой литературы»;

Элемент «Промежуточная аттестация»;

Элемент «Обратная связь с обучающимися».

*Информационно-образовательные ресурсы:*

1. [www.thedieline.com](http://www.thedieline.com) сайт об упаковке. Новости, статьи, аналитика с разбивкой по товарным индустриям и видам упаковки. Здесь можно найти все, что актуально и оригинально
2. [behance.net](http://behance.net)
3. <http://fishki.net/1330963-luchshij-dizajn-upakovki-top-45.html.html> сайт об упаковке.
4. [designiskinky.net](http://designiskinky.net) новости дизайна.
5. [designyoutrust.com](http://designyoutrust.com) ежедневный дизайнерский журнал, публикующий статьи о новых направлениях в дизайне.
6. [thedieline.com](http://thedieline.com) лучшие работы в дизайне упаковки  
[bangbangstudio.ru](http://bangbangstudio.ru) качественный российский сайт для иллюстраторов.

*Электронные библиотечные системы:*

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

## 9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
211 Аудитория компьютерных технологий	Число посадочных мест-9, компьютерные столы - 9 шт., стол для переговоров, телевизор Philips диагональ 81 см/32`` модель 393АД3208Е/60; Доска передвижная поворотная ДП-12; ПК (для преподавателя) AcerP236H +с/блок; Intel(R)Core(TM)i3CPU 540-процессор двухядерныйSocket 1156-2-2 шт. ПК (учебные):

	<p>AcerV193 black+ <u>с/блок</u>  R-Style Proxima MC 852 (HD4670)- комплектов.;  <u>Планшет графический</u> Wacom Bamboo Fun Medium A5 Wide USB-  7 шт.;  <u>Сканер</u>MustekA3 1200S (CIS, A3, 1200*1200 dpi, USB 2.0)</p>
--	---

Магистранту рекомендуется посещать лабораторные занятия по дисциплине «*Дизайн имиджевой продукции*» ввиду ограниченного количества литературы по данной тематике. Самостоятельная работа студента складывается из работы над курсовыми проектами, повторения материала, изученного на занятиях и рекомендуемой литературы, подготовки к лабораторным занятиям по вопросам и заданиям, выданным преподавателем, подготовки к зачету и экзамену. Систематическая подготовка к занятиям - залог накопления глубоких знаний и получения зачета по результатам практических работ.

Защита лабораторных работ, выполненных в течение семестра, проводится по результатам просмотра готовых работ или просмотра отчета-презентации, собеседования.

Зачет по дисциплине студент получает автоматически, если в течение семестра имеет положительные оценки за все виды заданий по лабораторным работам.

Выполнение индивидуальных заданий по дисциплине Дизайн имиджевой продукции - творческий и самостоятельный процесс, показывающий и формирующий умение студента самостоятельно ставить, решать задачи, работать с литературой, проводить исследования, делать выводы. Необходимо обязательное посещение консультаций, так как студент получает индивидуальное задание.

Все задания включают ситуационные проектные задачи по разработке имиджевой продукции. Это позволяет студенту в дальнейшем решать аналогичные задачи при выполнении курсовых проектов и диссертационной магистерской работы. Использование компьютерных технологий, информации из сети Интернет позволяет интенсифицировать процесс обучения, наглядно представлять информацию, сортировать и обобщать ее.

Использование данных методов позволяет развивать творческие способности, самостоятельность студентов, ставить и решать проектные задачи.

В семестре магистры получают определенное количество заданий, часть которых выполняется в аудиторные часы, часть отводится на самостоятельное выполнение. По итогам семестра проводится общий просмотр работ с последующей оценкой качества.

Магистрант должен:

- на занятия приходить подготовленным с определенным количеством выполненных работ;
- заниматься дома по изучаемым материалам лабораторных работ;
- своевременно сдавать на проверку все лабораторные задания;
- планомерно выполнять самостоятельную работу, уметь критически оценивать свои достоинства и недостатки, стремиться к самосовершенствованию и креативности;
- использовать различные изобразительные средства и современные компьютерные технологии при подготовке к практическим занятиям и в ходе самостоятельной работы;
- изучать специализированную литературу, интернет-сайты, видеоматериалы и другие информационные каналы;
- хранить творческие работы до конца семестра;
- предоставлять лучшие работы в художественный фонд дисциплины, к участию в выставках и конкурсах.