

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(ФГБОУ ВО КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, ЭСТЕТИКА И ДИЗАЙН
ИНТЕРЬЕРА И ПРОДУКЦИИ**

Направление подготовки *19.03.04 Технология продукции и организация
общественного питания*

Направленность *Ресторанное дело*

Квалификация (степень) выпускника: *бакалавр*

Кострома 2023

Рабочая программа дисциплины *«Фирменный стиль, эстетика и дизайн интерьера и продукции»* разработана:

- в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 19.03.04. Технология продукции и организация общественного питания, утвержденным приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 17.08.2020 г. № 1047;
- в соответствии с учебным планом направления подготовки «Технология продукции и организация общественного питания», направленность «Ресторанное дело».

Разработал: Костюкова Ю.А., доцент ДТМ и ЭПТ, к.т.н., доц.

Рецензент: Румянцева О.В., доцент ДТМ и ЭПТ, канд. культурологии, доц.

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

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

Протокол заседания кафедры №13 от 11.06.2021 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

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

Протокол заседания кафедры № 8 от 18.03.2022 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

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:

- _____ ф
ормирование теоретических знаний и практических навыков дизайн-проектирования в области индустрии питания и гостеприимства.

Задачи дисциплины:

- анализ эстетической ценности товаров и услуг в связи с изменяющимся характером потребления, появлением новых технологических и продуктовых инноваций;
- развитие у студентов дизайн-мышления и творческого интеллекта;
- _____ с
огласованность проектно-творческой деятельности с маркетинговыми задачами для выработки эффективных коммуникационных решений в ходе управления перспективными проектами;
- _____ к
ультурно-творческое воспитание обучающихся посредством содержания дисциплины и актуальных воспитательных технологий.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные понятия и определения дизайна;
- дизайн в цикле производства и потребления;
- дизайн в системе продаж;
- эстетические требования к качеству и ассортименту товаров (услуг, фирм и т.д.);
- виды композиций и приемы гармонизации, цветовые гармонии;
- новые материалы и технологии в дизайне;
- понятия «мода» и «стиль» в дизайне;
- факторы, определяющие эргономический подход к решению задач дизайн-проектирования;
- семантические аспекты дизайн-проектирования;
- современные тенденции развития потребительского рынка и его сегментации;
- актуальные проблемы дизайна: противоречия, стратегии, перспективы.

уметь:

- оценивать уникальность художественного образа и эстетические свойства товаров;
- решать проектно-творческие задачи в сфере дизайна, рекламы и маркетинговых коммуникаций;
- _____ к
ритически оценивать эффективность функциональных, эстетических, стилистических, семантических и эргономических достоинств дизайн-проектов.

владеть:

- навыками творческого мышления дизайн-мышления при реализации и продвижении перспективных проектов;
- умениями комплексной интерпретации и практического освоения критериев

современной атрибуции дизайна.

Освоить компетенции:

ПК-7. Способен владеть навыками использования новой информации в области развития потребительского рынка, его сегментации, творческого мышления и продвижения перспективных проектов.

Индикаторы для освоения компетенции:

ИПК-7.1. Знать современные тенденции развития потребительского рынка и его сегментации.

ИПК-7.3. Владеть навыками творческого мышления при реализации и продвижении перспективных проектов.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, в очной форме изучается в 8-м семестре обучения; в заочной – на 5-ом курсе обучения.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: «Культурология и межкультурное взаимодействие», «Технология продукции общественного питания», «Этикет в ресторанном сервисе», «История мировой и отечественной кулинарной культуры», «Поведение потребителя», «Мерчендайзинг», «Рекламная фотография», организационно-управленческая практика.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: «Проектная деятельность», «Продвижение и конкурентоспособность предприятий питания», преддипломная практика, в том числе научно-исследовательская работа.

4. Объем дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очная форма	Заочная форма
	8 семестр	5 курс
Общая трудоемкость в зачетных единицах	4	4
Общая трудоемкость в часах	144	144
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	60	22,25
Лекции	30	12
Практические занятия	30	10
Лабораторные занятия	-	
ИКР	0,25	0,25
Самостоятельная работа в часах	83,75	127,75
Контроль	-	4
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Заочная форма
	8 семестр	5 курс
Лекции	30	12
Практические занятия	30	10
Лабораторные занятия	-	-
Консультации	-	-
Зачет/зачеты	0,25	0,25
Всего	60,25	22,25

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

5.1.1. Тематический план учебной дисциплины Очная форма обучения

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Раздел 1. Дизайн как проектная деятельность	12	2	2	-	8
1.1	Дизайн: основные понятия и определения. Цели и задачи дизайна. Специфика проектно-художественной деятельности дизайнера. Объекты дизайн-проектирования. Формы современной дизайнерской деятельности в ресторанном сервисе.	6	2	-	-	4
1.2	Этапы дизайн-проектирования. Виды исследовательских работ в дизайне.	6	-	2	-	4
2.	Раздел 2. Дизайн в цикле производства и потребления	32	6	6	-	20
2.1	Роль и место дизайна в ресторанном сервисе. Функциональный анализ и маркетинг в дизайне. Дизайн в системе продаж. Адресный дизайн: диалог с потребителем. Кастомизация. Дизайн пользовательского опыта. Критерии «хорошего» дизайна: функциональность, конструктивность, экономичность, эстетическая	6	2	-	-	4

	выразительность, социологический аспект, экономическая целесообразность, экологичность.					
2.2	Аутентичная гастрономическая культура как важный маркер туристской дестинации. Событийный туризм в России: анализ лучших гастрономических практик.	8	-	2	-	6
2.3	История развития фирменного стиля предприятий общественного питания. Понятие «фирменный стиль» на примерах гастрономических брендов. Brand Story как важный элемент брендинга товара либо услуги. Анализ элементов эстетической стратегии. Эстетические свойства товаров и их оценка. Неповторимый образ отдельного бренда через базовые характеристики фирменного стиля и элементы чувственного восприятия.	10	2	2	-	6
2.4	Мода и стиль в дизайне. Обзор современных трендов и перспективных направлений фуд-дизайна. Стилистическое оформление интерьера предприятий общественного питания. Современные тенденции развития потребительского рынка и его сегментации. Анализ дизайн-концепции ПОП. Концептуальный ресторан: специфика и методы проектирования.	8	2	2	-	4
3.	Раздел 3. Особенности проектирования объектов дизайна	30	8	8	-	14
3.1	Теоретические и практические основы композиции продовольственных товаров/продуктов с точки зрения эстетики и дизайна. Первичные элементы формы товаров в сфере общепита, средства, свойства и качества композиции в процессе приготовления и сервировки блюд.	10	2	2	-	6

3.2	Дизайн и бионика. Анализ новых форм и конструкций в дизайне. Дизайн и современные материалы. Многофункциональность, модульность, красота в дизайн-конструкциях.	6	2	2	-	2
3.3	Гигиена, экология и дизайн. Утилизация и вторичная переработка. Дизайн и современные технологии. Технологии комфорта.	6	2	2	-	2
3.4	Основы композиции продовольственных товаров с точки зрения эстетики и дизайна. Сущность средств, свойств и качеств композиции. Виды композиций и приемы гармонизации форм. Закономерности композиционного построения.	8	2	2	-	4
4.	Раздел 4. Цвет в дизайне	16	4	4	-	8
4.1	Из истории колористики. Символика цвета. Цветовые теории. Цветовая гамма и цветовая композиция. Природа цветовых ассоциаций. Психофизиологическое воздействие цвета на человека. Оптические иллюзии. Роль цвета в индустрии питания. Цвет в рекламе.	8	2	2	-	4
4.2	Цветовые ассоциации в дизайне и рекламе. Новые темы и творческие источники для ассоциаций. Анализ ассоциативных образов.	8	2	2	-	4
5.	Раздел 5. Эргономика как основа дизайн-проектирования	10	2	2	-	6
5.1	Юзабилити, удобство пользования. Достижения эргодизайна. Факторы, определяющие эргономический подход к решению задач оптимизации ресторанного сервиса средствами дизайна: социально-психологические, антропометрические, физиологические, психологические, гигиенические.	4	2	-	-	2
5.2	Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании объектов гастрономической сферы.	6	-	2	-	4
6.	Раздел 6. Эвристические методы в дизайн-проектировании	18	4	4	-	10

6.1	Приемы интенсификации творческого процесса. Базовые эвристические методы. Методология дизайн-мышления для генерации новых дизайнерских идей. Анализ этапов креативного мышления при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях.	10	2	2	-	6
6.2	Предпроектный анализ и поиск идей с применением инструментов дизайн-мышления. Формирование уникального торгового предложения (УТП).	8	2	2	-	4
7.	Раздел 7. Проектный язык дизайна	22	4	4	-	14
7.1	Дизайн-проект и его стадии. Объемно-графические средства моделирования объектов дизайна интерьера. Эскизный поиск. Объемные макеты (макетирование) и технические чертежи. Компьютерное проектирование.	10	2	2	-	6
7.2	Разработка информационно-рекламных материалов. Мудборд / доска настроения. Прототипирование авторского блюда. Разработка рекомендаций по совершенствованию проектируемого предприятия/продукта с использованием методов дизайн-мышления.	15,75	2	2	-	11,75
	Подготовка к зачету	0,25	-	-	-	0,25
	Итого:	144	30	30	-	84

5.1.2. Тематический план учебной дисциплины

Заочная форма обучения

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Раздел 1. Дизайн как проектная деятельность	36	2	-	-	34

1.1	Дизайн: основные понятия и определения. Цели и задачи дизайна. Специфика проектно-художественной деятельности дизайнера. Объекты дизайн-проектирования. Формы современной дизайнерской деятельности в ресторанном сервисе.	6	2	-	-	4
1.2	Этапы дизайн-проектирования. Виды исследовательских работ в дизайне. Индивидуальная тема исследования в рамках контрольной работы.	30	-	-	-	30
2.	Раздел 2. Дизайн в цикле производства и потребления	22	2	2	-	18
2.1	Роль и место дизайна в ресторанном сервисе. Функциональный анализ и маркетинг в дизайне. Дизайн в системе продаж. Адресный дизайн: диалог с потребителем. Кастомизация. Дизайн пользовательского опыта. Критерии «хорошего» дизайна: функциональность, конструктивность, экономичность, эстетическая выразительность, социологический аспект, экономическая целесообразность, экологичность.	8	2	2	-	4
2.2	Аутентичная гастрономическая культура как важный маркер туристской дестинации. Событийный туризм в России: анализ лучших гастрономических практик.	4	-	-	-	4
2.3	История развития фирменного стиля предприятий общественного питания. Понятие «фирменный стиль» на примерах гастрономических брендов. Brand Story как важный элемент брендинга товара либо услуги. Анализ элементов эстетической стратегии. Эстетические свойства товаров и их оценка. Неповторимый образ отдельного бренда через базовые характеристики фирменного стиля и элементы чувственного восприятия.	6	-	-	-	6
2.4	Мода и стиль в дизайне. Обзор современных трендов и	4	-	-	-	4

	перспективных направлений фуд-дизайна. Стилистическое оформление интерьера предприятий общественного питания. Современные тенденции развития потребительского рынка и его сегментации. Анализ дизайн-концепции ПОП. Концептуальный ресторан: специфика и методы проектирования.					
3.	Раздел 3. Особенности проектирования объектов дизайна	20	2	-	-	18
3.1	Теоретические и практические основы композиции продовольственных товаров/продуктов с точки зрения эстетики и дизайна. Первичные элементы формы товаров в сфере общепита, средства, свойства и качества композиции в процессе приготовления и сервировки блюд.	8	2	-	-	6
3.2	Дизайн и бионика. Анализ новых форм и конструкций в дизайне. Дизайн и современные материалы. Многофункциональность, модульность, красота в дизайн-конструкциях.	4	-	-	-	4
3.3	Гигиена, экология и дизайн. Утилизация и вторичная переработка. Дизайн и современные технологии. Технологии комфорта.	4	-	-	-	4
3.4	Основы композиции продовольственных товаров с точки зрения эстетики и дизайна. Сущность средств, свойств и качеств композиции. Виды композиций и приемы гармонизации форм. Закономерности композиционного построения.	4	-	-	-	4
4.	Раздел 4. Цвет в дизайне	8	-	-	-	8
4.1	Из истории колористики. Символика цвета. Цветовые теории. Цветовая гамма и цветовая композиция. Природа цветовых ассоциаций. Психофизиологическое воздействие цвета на человека. Оптические иллюзии. Роль цвета в индустрии питания. Цвет в рекламе.	4	-	-	-	4
4.2	Цветовые ассоциации в дизайне и рекламе. Новые	4	-	-	-	4

	темы и творческие источники для ассоциаций. Анализ ассоциативных образов.					
5.	Раздел 5. Эргономика как основа дизайн-проектирования	8	-	-	-	8
5.1	Юзабилити, удобство пользования. Достижения эргодизайна. Факторы, определяющие эргономический подход к решению задач оптимизации ресторанного сервиса средствами дизайна: социально-психологические, антропометрические, физиологические, психологические, гигиенические.	4	-	-	-	4
5.2	Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании объектов гастрономической сферы.	4	-	-	-	4
6.	Раздел 6. Эвристические методы в дизайн-проектировании	22	2	4	-	16
6.1	Приемы интенсификации творческого процесса. Базовые эвристические методы. Методология дизайн-мышления для генерации новых дизайнерских идей. Анализ этапов креативного мышления при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях.	12	2	2	-	8
6.2	Предпроектный анализ и поиск идей с применением инструментов дизайн-мышления. Формирование уникального торгового предложения (УТП).	10	-	2	-	8
7.	Раздел 7. Проектный язык дизайна	24	4	4	-	16
7.1	Дизайн-проект и его стадии. Объемно-графические средства моделирования объектов дизайна интерьера. Эскизный поиск. Объемные макеты (макетирование) и технические чертежи. Компьютерное проектирование.	12	2	2	-	8
7.2	Разработка информационно-рекламных материалов. Мудборд / доска настроения. Прототипирование авторского блюда. Разработка рекомендаций по	11,75	2	2	-	7,75

	совершенствованию проектируемого предприятия/продукта с использованием методов дизайн-мышления.					
	Контроль	4	-	-	-	4
	Подготовка к зачету	0,25				0,25
	Итого:	144	12	10	-	122

5.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Дизайн как проектная деятельность

Дизайн: основные понятия и определения. Цели и задачи дизайна. Специфика проектно-художественной деятельности дизайнера. Объекты дизайн-проектирования. Формы современной дизайнерской деятельности в ресторанном сервисе. Этапы дизайн-проектирования. Виды исследовательских работ в дизайне.

Раздел 2. Дизайн в цикле производства и потребления

Роль и место дизайна в ресторанном сервисе. Функциональный анализ и маркетинг в дизайне. Дизайн в системе продаж. Адресный дизайн: диалог с потребителем. Кастомизация. Дизайн пользовательского опыта. Критерии «хорошего» дизайна: функциональность, конструктивность, экономичность, эстетическая выразительность, социологический аспект, экономическая целесообразность, экологичность. Аутентичная гастрономическая культура как важный маркер туристской дестинации. Событийный туризм в России: анализ лучших гастрономических практик. История развития фирменного стиля предприятий общественного питания. Понятие «фирменный стиль» на примерах гастрономических брендов. Brand Story как важный элемент брендинга товара либо услуги. Анализ элементов эстетической стратегии. Эстетические свойства товаров и их оценка. Неповторимый образ отдельного бренда через базовые характеристики фирменного стиля и элементы чувственного восприятия. Мода и стиль в дизайне. Обзор современных трендов и перспективных направлений фуд-дизайна. Стилистическое оформление интерьера предприятий общественного питания. Современные тенденции развития потребительского рынка и его сегментации. Анализ дизайн-концепции ПОП. Концептуальный ресторан: специфика и методы проектирования.

Раздел 3. Особенности проектирования объектов дизайна

Теоретические и практические основы композиции продовольственных товаров/продуктов с точки зрения эстетики и дизайна. Первичные элементы формы товаров в сфере общепита, средства, свойства и качества композиции в процессе приготовления и сервировки блюд. Дизайн и бионика. Анализ новых форм и конструкций в дизайне. Дизайн и современные материалы. Многофункциональность, модульность, красота в дизайн-конструкциях. Гигиена, экология и дизайн. Утилизация и вторичная переработка. Дизайн и современные технологии. Технологии комфорта. Основы композиции продовольственных товаров с точки зрения эстетики и дизайна. Сущность средств, свойств и качеств композиции. Виды композиций и приемы гармонизации форм. Закономерности композиционного построения.

Раздел 4. Цвет в дизайне

Из истории колористики. Символика цвета. Цветовые теории. Цветовая гамма и цветовая композиция. Природа цветовых ассоциаций. Психофизиологическое воздействие цвета на

человека. Оптические иллюзии. Роль цвета в индустрии питания. Цвет в рекламе. Цветовые ассоциации в дизайне и рекламе. Новые темы и творческие источники для ассоциаций. Анализ ассоциативных образов.

Раздел 5. Эргономика как основа дизайн-проектирования

Юзабилити, удобство пользования. Достижения эргодизайна. Факторы, определяющие эргономический подход к решению задач оптимизации ресторанного сервиса средствами дизайна: социально-психологические, антропометрические, физиологические, психологические, гигиенические. Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании объектов гастрономической сферы.

Раздел 6. Эвристические методы в дизайн-проектировании

Приемы интенсификации творческого процесса. Базовые эвристические методы. Методология дизайн-мышления для генерации новых дизайнерских идей. Анализ этапов креативного мышления при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях. Предпроектный анализ и поиск идей с применением инструментов дизайн-мышления. Формирование уникального торгового предложения (УТП).

Раздел 7. Проектный язык дизайна Дизайн-проект и его стадии. Объемно-графические средства моделирования объектов дизайна интерьера. Эскизный поиск. Объемные макеты (макетирование) и технические чертежи. Компьютерное проектирование. Разработка информационно-рекламных материалов. Мудборд / доска настроения. Прототипирование авторского блюда. Разработка рекомендаций по совершенствованию проектируемого предприятия/продукта с использованием методов дизайн-мышления.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Раздел 1. Дизайн как проектная деятельность		8		
1.1	Дизайн: основные понятия и определения. Цели и задачи дизайна. Специфика проектно-художественной деятельности дизайнера. Объекты дизайн-проектирования. Формы современной	Анализ предпроектной ситуации для проектирования предприятия общественного питания / продовольственного товара/блюда по литературным источникам или методом опроса.	4	Оценить специфику проектно-художественной деятельности дизайнера на различных объектах. Выявить этапы дизайн-проектирования в процессе проектирования промышленного изделия.	Фронтальный опрос

	дизайнерской деятельности в ресторанном сервисе.				
1.2	Этапы дизайн-проектирования. Виды исследовательских работ в дизайне.	Оформление практической работы. Изучение лекционного материала.	4	Осуществить поиск и выбор новой информации в сфере технологических и продуктовых инноваций. Провести анализ методологии создания проектного и художественного образа.	Проверка домашних заданий
2.	Раздел 2. Дизайн в цикле производства и потребления		20		
2.1	Роль и место дизайна в ресторанном сервисе. Функциональный анализ и маркетинг в дизайне. Дизайн в системе продаж. Адресный дизайн: диалог с потребителем. Кастомизация. Дизайн пользовательского опыта. Критерии «хорошего» дизайна: функциональность, конструктивность, экономичность, эстетическая выразительность, социологический аспект, экономическая целесообразность, экологичность.	Анализ пользовательского опыта (на примерах известных гастрономических брендов через элементы чувственного восприятия).	4	Провести углубленный анализ эстетической ценности товаров и услуг в связи с изменяющимся характером потребления, появлением новых технологических и продуктовых инноваций. Оценить критерии «хорошего» дизайна: функциональность, конструктивность, экономичность, эстетическая выразительность, социологический аспект, экономическая целесообразность, экологичность.	Просмотр презентаций
2.2	Аутентичная гастрономическая культура как важный маркер туристской дестинации. Событийный туризм в России: анализ лучших гастрономических практик.	Анализ лучших гастрономических практик в России.	6	Разработка презентации в соответствии с предложенным планом изложения материала.	Опрос по вопросам для самопроверки и самостоятельного изучения.

2.3	<p>История развития фирменного стиля предприятий общественного питания. Понятие «фирменный стиль» на примерах гастрономических брендов. Brand Story как важный элемент брендинга товара либо услуги. Анализ элементов эстетической стратегии. Эстетические свойства товаров и их оценка. Неповторимый образ отдельного бренда через базовые характеристики фирменного стиля и элементы чувственного восприятия.</p>	<p>Изучение лекционного и методического материала. Разработка презентации «Анализ элементов эстетической стратегии». Обзор идентификационных элементов (базовых характеристик фирменного стиля) известных отечественных и зарубежных гастрономических брендов.</p>	6	<p>Оценить уникальность художественного образа, выявить категории эстетики и показатели эстетических свойств товаров.</p> <p>Дать развернутую характеристику элементов эстетической стратегии известных брендов, используя данные брендбука, официального сайта компании или другие источники.</p> <p>Представить материалы в формате презентации.</p>	Защита работы в формате презентации.
2.4	<p>Мода и стиль в дизайне. Обзор современных трендов и перспективных направлений фуд-дизайна. Стилистическое оформление интерьера предприятий общественного питания. Современные тенденции развития потребительского рынка и его сегментации. Анализ дизайн-концепции ПОП. Концептуальный ресторан: специфика и методы проектирования.</p>	<p>Изучение лекционного и методического материала. Разработка презентации «Стили в интерьере» на примерах концептуальных решений предприятий общественного питания.</p>	4	<p>Оценить современные тенденции развития гастрономической сферы с учетом сегментации потребительского рынка.</p> <p>Проанализировать дизайн-концепции предприятий общественного питания.</p> <p>Выявить специфику и методы проектирования концептуального ресторана.</p>	Защита работы в формате презентации.
3.	<p>Раздел 3. Особенности проектирования объектов дизайна</p>		14		

3.1	Теоретические и практические основы композиции продовольственных товаров с точки зрения эстетики и дизайна. Первичные элементы формы товаров в сфере общепита, средства, свойства и качества композиции в процессе приготовления и сервировки блюд.	Оформление практической работы «Первичные элементы формы в дизайне». Изучение лекционного материала.	6	Выявить первичные элементы формы дизайн-объектов. Провести анализ методов формообразования в дизайне (комбинаторный, трансформация, модульное проектирование, метод деконструкции). Привести примеры многофункциональности, миниатюризации, стайлинга, биомеханики, эстетической проработки современных дизайн-конструкций.	Защита практической работы. Контрольная работа
3.2	Дизайн и бионика. Анализ новых форм и конструкций в дизайне. Дизайн и современные материалы. Многофункциональность, модульность, красота в дизайн-конструкциях.	Оформление практической работы «Новые материалы и технологии в дизайне». Изучение лекционного материала.	2	Привести примеры рационального и неординарного использования научно-технических достижений и инноваций в дизайне предприятий общественного питания.	Защита практической работы
3.3	Гигиена, экология и дизайн. Утилизация и вторичная переработка. Дизайн и современные технологии. Технологии комфорта.	Оформление практической работы «Проблемы утилизации продовольственных товаров и вторичная переработка». Изучение лекционного материала.	2	В работе сделать акцент на актуальные проблемы дизайна: противоречия, стратегии, перспективы.	Защита практической работы
3.4	Основы композиции продовольственных товаров с точки зрения эстетики и дизайна. Сущность средств, свойств и качеств композиции. Виды композиций и приемы гармонизации форм. Закономерности композиционного построения.	Экспертная оценка новизны и художественного уровня дизайн-объектов гастрономической сферы.	4	Провести анализ эстетических требований к качеству и ассортименту гастрономических товаров (услуг, предприятий и т.п.). Выявить приемы гармонизации художественного образа объектов дизайна, закономерности композиционного построения, сущность средств, свойств и качеств композиции.	Контрольная работа
4.	Раздел 4. Цвет в дизайне		8		
4.1	Из истории колористики. Символика цвета. Цветовые теории. Цветовая гамма и цветовая композиция.	Разработка презентации «Роль цвета в индустрии питания» Создание ассоциативных цветовых	4	Ознакомиться с принципами действия 12-ступенчатого цветового круга Иттена на примерах различных цветовых решений интерьеров предприятий общественного питания.	Творческое задание

	Природа цветowych ассоциаций. Психофизиологическое воздействие цвета на человека. Оптические иллюзии. Роль цвета в индустрии питания. Цвет в рекламе.	композиций с учетом психофизиологического воздействия цвета на человека.		Разработать ассоциативные цветowe композиции. Объяснить полученный результат с точки зрения природы цветowych ассоциаций. Оценить возможности психофизиологического воздействия цвета на человека.	
4.2	Цветowe ассоциации в дизайне и рекламе. Новые темы и творческие источники для ассоциаций. Анализ ассоциативных образов.	Разработка цветовой карты торговых марок/ логотипов гастрономической сферы. Творческая работа на тему «Творческие источники в дизайне». Изучение лекционного материала.	4	Проанализировать роль цвета в рекламе товаров/услуг гастрономической сферы. Выполнить анализ ассоциативных образов. Проявить умения комплексной интерпретации и практического освоения критериев современной атрибуции дизайна и визуальных коммуникаций в ресторанном сервисе; учитывать семантические аспекты дизайн-проектирования.	Защита отчёта по работе
5.	Раздел 5. Эргономика как основа дизайн-проектирования		6		
5.1	Юзабилити, удобство пользования. Достижения эргодизайна. Факторы, определяющие эргономический подход к решению задач оптимизации ресторанного сервиса средствами дизайна: социально-психологические, антропометрические, физиологические, психологические, гигиенические.	Оформление практической работы «Достижения эргодизайна». Изучение лекционного материала.	2	В ходе работы учитывать основные направления развития эргономики XX-XXI вв. и факторы, определяющие эргономический подход к решению задач оптимизации ресторанного сервиса средствами дизайна.	Защита практической работы
5.2	Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании объектов гастрономической сферы	Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании.	4	Привести примеры современных антропометрических исследований в сфере отечественной гастрономии и за рубежом.	Опрос по вопросам для самопроверки и самостоятельного изучения.
6.	Раздел 6. Эвристические методы в дизайн-проектировании		10		
6.1	Приемы интенсификации творческого	Проектные подходы: постановка задач	6	Использовать базовые эвристические методы для	Тест. Оценка креативности

	<p>процесса. Базовые эвристические методы. Методология дизайн-мышления для генерации новых дизайнерских идей. Анализ этапов креативного мышления при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях.</p>	<p>и разработка концепции проекта. Изучение и применение метода эвристики на примере разработки макета упаковки. Изучение методов и приемов креативного мышления при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях.</p>		<p>генерации новых дизайнерских решений командные методы (мозговой штурм, синектика и др.) и «индивидуальные» методы (морфологический анализ, метод «подвижных столбиков», метод бисоциаций и др.); эвристические приемы: неология, инверсия, адаптация, мультипликация, интеграция, дифференциация, импульсация, аналогия, идеализация, динамизация.</p>	<p>разработки, дизайн-мышления и творческого интеллекта</p>
6.2	<p>Предпроектный анализ и поиск идей с применением инструментов дизайн-мышления. Формирование уникального торгового предложения (УТП).</p>	<p>Техники идейного поиска в дизайне и рекламе. Сценарное моделирование, ситуация выставки, ситуация музея, перевоплощение, ретроспектива и др.</p>	4	<p>Использовать приемы генерации новых идей, креативное дизайн-мышление при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях. Сформировать варианты уникального торгового предложения (УТП) для авторского проекта.</p>	<p>Деловая игра. Решение ситуационных задач</p>
7.	<p>Раздел 7. Проектный язык дизайна</p>		14		
7.1	<p>Дизайн-проект и его стадии. Объемно-графические средства моделирования объектов дизайна интерьера. Эскизный поиск. Объемные макеты (макетирование) и технические чертежи. Компьютерное проектирование.</p>	<p>Выполнение поисковых рисунков и набросков объектов дизайна по творческому источнику. Сравнительная оценка и анализ проектных решений.</p> <p>Изучение лекционного материала.</p>	6	<p>Организовать работу в формате фокус-группы. Критически оценить эффективность функциональных, эстетических, стилистических, семантических и эргономических достоинств дизайн-проектов. Учитывать согласованность проектно-творческих решений с маркетинговыми задачами для выработки эффективных коммуникационных решений в ходе управления проектом.</p>	<p>Деловая игра. Решение ситуационных задач</p>
7.2	<p>Разработка информационно-рекламных материалов. Мудборд / доска настроения. Прототипирование авторского блюда. Разработка рекомендаций по совершенствованию</p>	<p>Разработка информационно-рекламных материалов. Создание мудборда / доски настроения для авторского проекта.</p>	11,75	<p>Разработать рекомендаций по совершенствованию проектируемого предприятия/продукта с использованием методов дизайн-мышления. Сравнительная оценка и анализ проектных решений. Подготовка итоговой презентации.</p>	<p>Творческое задание</p>

	проектируемого предприятия/продукта с использованием методов дизайн-мышления.				
	Подготовка к зачету	Изучение лекционного материала.	0,25	Защита презентации.	Опрос по вопросам для самопроверки и самостоятельного изучения.
	ИТОГО		84		

6.1.2. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Раздел 1. Дизайн как проектная деятельность		34		
1.1	Дизайн: основные понятия и определения. Цели и задачи дизайна. Специфика проектно-художественной деятельности дизайнера. Объекты дизайн-проектирования. Формы современной дизайнерской деятельности в ресторанном сервисе.	Анализ предпроектной ситуации для проектирования предприятия общественного питания / продовольственного товара/блюда по литературным источникам или методом опроса.	4	Оценить специфику проектно-художественной деятельности дизайнера на различных объектах. Выявить этапы дизайн-проектирования в процессе проектирования промышленного изделия.	Фронтальный опрос
1.2	Этапы дизайн-проектирования. Виды исследовательских работ в дизайне. Индивидуальная тема исследования в рамках контрольной работы.	Оформление практической работы. Изучение лекционного материала.	30	Осуществить поиск и выбор новой информации в сфере технологических и продуктовых инноваций. Провести анализ методологии создания проектного и художественного образа.	Контрольная работа
2.	Раздел 2. Дизайн в цикле производства и потребления		18		

2.1	<p>Роль и место дизайна в ресторанном сервисе. Функциональный анализ и маркетинг в дизайне. Дизайн в системе продаж. Адресный дизайн: диалог с потребителем. Кастомизация. Дизайн пользовательского опыта. Критерии «хорошего» дизайна: функциональность, конструктивность, экономичность, эстетическая выразительность, социологический аспект, экономическая целесообразность, экологичность.</p>	<p>Анализ пользовательского опыта (на примерах известных гастрономических брендов через элементы чувственного восприятия).</p>	4	<p>Провести углубленный анализ эстетической ценности товаров и услуг в связи с изменяющимся характером потребления, появлением новых технологических и продуктовых инноваций. Оценить критерии «хорошего» дизайна: функциональность, конструктивность, экономичность, эстетическая выразительность, социологический аспект, экономическая целесообразность, экологичность.</p>	Контрольная работа
2.2	<p>Аутентичная гастрономическая культура как важный маркер туристской дестинации. Событийный туризм в России: анализ лучших гастрономических практик.</p>	<p>Анализ лучших гастрономических практик в России.</p>	4	<p>Разработка презентации в соответствии с предложенным планом изложения материала.</p>	Контрольная работа
2.3	<p>История развития фирменного стиля предприятий общественного питания. Понятие «фирменный стиль» на примерах гастрономических брендов. Brand Story как важный элемент брендинга товара либо услуги. Анализ элементов эстетической стратегии. Эстетические свойства товаров и их оценка. Неповторимый образ отдельного бренда через базовые характеристики</p>	<p>Изучение лекционного и методического материала. Разработка презентации «Анализ элементов эстетической стратегии». Обзор идентификационных элементов (базовых характеристик фирменного стиля) известных отечественных и зарубежных гастрономических брендов.</p>	6	<p>Оценить уникальность художественного образа, выявить категории эстетики и показатели эстетических свойств товаров. Дать развернутую характеристику элементов эстетической стратегии известных брендов, используя данные брендбука, официального сайта компании или другие источники. Представить материалы в формате презентации.</p>	Защита работы в формате презентации.

	фирменного стиля и элементы чувственного восприятия.				
2.4	<p>Мода и стиль в дизайне. Обзор современных трендов и перспективных направлений фуд-дизайна.</p> <p>Стилистическое оформление интерьера предприятий общественного питания.</p> <p>Современные тенденции развития потребительского рынка и его сегментации.</p> <p>Анализ дизайн-концепции ПОП.</p> <p>Концептуальный ресторан: специфика и методы проектирования.</p>	<p>Изучение лекционного и методического материала.</p> <p>Разработка презентации «Стили в интерьере» на примерах концептуальных решений предприятий общественного питания.</p>	4	<p>Оценить современные тенденции развития гастрономической сферы с учетом сегментации потребительского рынка.</p> <p>Проанализировать дизайн-концепции предприятий общественного питания.</p> <p>Выявить специфику и методы проектирования концептуального ресторана.</p>	Контрольная работа
3.	Раздел 3. Особенности проектирования объектов дизайна		18		
3.1	<p>Теоретические и практические основы композиции продовольственных товаров с точки зрения эстетики и дизайна.</p> <p>Первичные элементы формы товаров в сфере общепита, средства, свойства и качества композиции в процессе приготовления и сервировки блюд.</p>	<p>Оформление практической работы «Первичные элементы формы в дизайне».</p> <p>Изучение лекционного материала.</p>	6	<p>Выявить первичные элементы формы дизайн-объектов. Провести анализ методов формообразования в дизайне (комбинаторный, трансформация, модульное проектирование, метод деконструкции).</p> <p>Привести примеры многофункциональности, миниатюризации, стайлинга, биомеханики, эстетической проработки современных дизайн-конструкций.</p>	Контрольная работа
3.2	<p>Дизайн и бионика.</p> <p>Анализ новых форм и конструкций в дизайне. Дизайн и современные материалы.</p>	<p>Оформление практической работы «Новые материалы и технологии в дизайне».</p>	4	<p>Привести примеры рационального и неординарного использования научно-технических достижений и инноваций в дизайне</p>	Контрольная работа

	Многофункциональность, модульность, красота в дизайн-конструкциях.	Изучение лекционного материала.		предприятий общественного питания.	
3.3	Гигиена, экология и дизайн. Утилизация и вторичная переработка. Дизайн и современные технологии. Технологии комфорта.	Оформление практической работы «Проблемы утилизации продовольственных товаров и вторичная переработка». Изучение лекционного материала.	4	В работе сделать акцент на актуальные проблемы дизайна: противоречия, стратегии, перспективы.	Контрольная работа
3.4	Основы композиции продовольственных товаров с точки зрения эстетики и дизайна. Сущность средств, свойств и качеств композиции. Виды композиций и приемы гармонизации форм. Закономерности композиционного построения.	Экспертная оценка новизны и художественного уровня дизайн-объектов гастрономической сферы.	4	Провести анализ эстетических требований к качеству и ассортименту гастрономических товаров (услуг, предприятий и т.п.). Выявить приемы гармонизации художественного образа объектов дизайна, закономерности композиционного построения, сущность средств, свойств и качеств композиции.	Контрольная работа
4.	Раздел 4. Цвет в дизайне		8		
4.1	Из истории колористики. Символика цвета. Цветовые теории. Цветовая гамма и цветовая композиция. Природа цветовых ассоциаций. Психофизиологическое воздействие цвета на человека. Оптические иллюзии. Роль цвета в индустрии питания. Цвет в рекламе.	Разработка презентации «Роль цвета в индустрии питания» Создание ассоциативных цветовых композиций с учетом психофизиологического воздействия цвета на человека.	4	Ознакомиться с принципами действия 12-ступенчатого цветового круга Иттена на примерах различных цветовых решений интерьеров предприятий общественного питания. Разработать ассоциативные цветовые композиции. Объяснить полученный результат с точки зрения природы цветовых ассоциаций. Оценить возможности психофизиологического воздействия цвета на человека.	Творческое задание
4.2	Цветовые ассоциации в дизайне и рекламе. Новые темы и творческие источники для ассоциаций. Анализ ассоциативных образов.	Разработка цветовой карты торговых марок/ логотипов гастрономической сферы. Творческая работа на тему «Творческие источники в дизайне».	4	Проанализировать роль цвета в рекламе товаров/услуг гастрономической сферы. Выполнить анализ ассоциативных образов. Проявить умения комплексной интерпретации и практического освоения критериев современной атрибуции дизайна и визуальных коммуникаций в	Защита работы в формате презентации.

		Изучение лекционного материала.		ресторанном сервисе; учитывать семантические аспекты дизайн-проектирования.	
5.	Раздел 5. Эргономика как основа дизайн-проектирования		8		
5.1	Юзабилити, удобство пользования. Достижения эргодизайна. Факторы, определяющие эргономический подход к решению задач оптимизации ресторанного сервиса средствами дизайна: социально-психологические, антропометрические, физиологические, психологические, гигиенические.	Оформление практической работы «Достижения эргодизайна». Изучение лекционного материала.	4	В ходе работы учитывать основные направления развития эргономики XX-XXI вв. и факторы, определяющие эргономический подход к решению задач оптимизации ресторанного сервиса средствами дизайна.	Защита практической работы
5.2	Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании объектов гастрономической сферы	Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании.	4	Привести примеры современных антропометрических исследований в сфере отечественной гастрономии и за рубежом.	Опрос по вопросам для самопроверки и самостоятельного изучения.
6.	Раздел 6. Эвристические методы в дизайн-проектировании		16		
6.1	Приемы интенсификации творческого процесса. Базовые эвристические методы. Методология дизайн-мышления для генерации новых дизайнерских идей. Анализ этапов креативного мышления при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях.	Проектные подходы: постановка задач и разработка концепции проекта. Изучение и применение метода эвристики на примере разработки макета упаковки. Изучение методов и приемов креативного мышления при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях.	8	Использовать базовые эвристические методы для генерации новых дизайнерских решений командные методы (мозговой штурм, синектика и др.) и «индивидуальные» методы (морфологический анализ, метод «подвижных столбиков», метод бисоциаций и др.); эвристические приемы: неология, инверсия, адаптация, мультипликация, интеграция, дифференциация, импульсация, аналогия, идеализация, динамизация.	Оценка креативности разработки, дизайн-мышления и творческого интеллекта
6.2	Предпроектный анализ и поиск идей	Техники идейного поиска в дизайне и	8	Использовать приемы генерации новых идей,	Деловая игра. Решение

	с применением инструментов дизайн-мышления. Формирование уникального торгового предложения (УТП).	рекламе. Сценарное моделирование, ситуация выставки, ситуация музея, перевоплощение, ретроспектива и др.		креативное дизайн-мышление при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях. Сформировать варианты уникального торгового предложения (УТП) для авторского проекта.	ситуационных задач
7.	Раздел 7. Проектный язык дизайна		16		
7.1	Дизайн-проект и его стадии. Объемно-графические средства моделирования объектов дизайна интерьера. Эскизный поиск. Объемные макеты (макетирование) и технические чертежи. Компьютерное проектирование.	Выполнение поисковых рисунков и набросков объектов дизайна по творческому источнику. Сравнительная оценка и анализ проектных решений. Изучение лекционного материала.	8	Организовать работу в формате фокус-группы. Критически оценить эффективность функциональных, эстетических, стилистических, семантических и эргономических достоинств дизайн-проектов. Учитывать согласованность проектно-творческих решений с маркетинговыми задачами для выработки эффективных коммуникационных решений в ходе управления проектом.	Деловая игра. Решение ситуационных задач
7.2	Разработка информационно-рекламных материалов. Мудборд / доска настроения. Прототипирование авторского блюда. Разработка рекомендаций по совершенствованию проектируемого предприятия/продукта с использованием методов дизайн-мышления.	Разработка информационно-рекламных материалов. Создание мудборда / доски настроения для авторского проекта.	7,75	Разработать рекомендаций по совершенствованию проектируемого предприятия/продукта с использованием методов дизайн-мышления. Сравнительная оценка и анализ проектных решений.	Творческое задание
	Контроль	Подготовка контрольной работы.	4	Оформление контрольной работы. Подготовка итоговой презентации.	Защита контрольной работы
	Подготовка к зачету	Изучение лекционного материала.	0, 25	Защита презентации.	Опрос по вопросам для самопроверки и самостоятельного изучения.
	ИТОГО		122		

6.2. Тематика и задания для практических занятий

1. Первичные элементы формы в дизайне гастрономических товаров.
2. Методы формообразования в дизайне, новые материалы и технологии.
3. Анализ эстетической стратегии на примерах известных гастрономических брендов через элементы чувственного восприятия.
4. Анализ лучших гастрономических практик в России.
5. Экспертная оценка новизны и художественного уровня дизайн-объектов гастрономической сферы.
6. Создание ассоциативных цветовых композиций с учетом психофизиологического воздействия цвета на человека.
7. Разработка цветовой карты торговых марок/логотипов гастрономической сферы.
8. Анализ современных антропометрических исследований в сфере отечественной гастрономии и за рубежом.
9. Проектные подходы: постановка задач и разработка концепции проекта. Изучение и применение методов эвристики, идейного поиска в контексте методологии дизайн-мышления.
10. Разработка информационно-рекламных материалов. Создание мудборда / доски настроения для авторского проекта. Сравнительная оценка и анализ проектных решений.

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

Не предусмотрено

Методические указания студентам, изучающим дисциплину «Фирменный стиль, эстетика и дизайн интерьера и продукции»

Курс «Фирменный стиль, эстетика и дизайн интерьера и продукции» предполагает творческий подход к обучению. Студентам необходимо осознанно понимать важность теоретических и практических основ дизайна и композиции в формировании квалифицированного специалиста ресторанного сервиса.

В процессе изучения дисциплины «Фирменный стиль, эстетика и дизайн интерьера и продукции» студентам следует:

- систематически посещать и конспектировать лекции, регулярно присутствовать на практических занятиях ввиду ограниченного количества литературы по данной дисциплине, постоянного обновления содержания, большого объема материала;
- выполнять задания планомерно, в соответствии с пояснениями преподавателя;
- самостоятельно изучать специализированную литературу и интернет-ресурсы по заданным тематикам с целью расширения познания, «насмотренности» и грамотного решения поставленных проектно-творческих задач;
- использовать основные принципы и закономерности композиции при создании художественно-графических образов в дизайне;
- развивать образно-ассоциативное мышление и креативное видение при создании и продвижении творческих идей в дизайне;
- при защите практических работ использовать формат презентации, наглядные иллюстративные материалы, коллажи и пр.;

- использовать специализированную терминологию при раскрытии и обосновании проектно-творческих идей.
- применять методологию дизайн-мышления при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях.

При оценке практических работ студентов используются следующие основные требования: органическое единство формальных элементов; образное выражение сущности решаемой задачи; соблюдение меры в выборе средств; соответствие пропорции и масштаба работы характеру поставленной задачи; оригинальность решения, точность и тщательность проработки, полнота исполнения; методичность работы над заданием.

К зачету допускаются студенты, выполнившие практические работы и самостоятельные задания с положительной оценкой.

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов)

Не предусмотрено

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература		
1	Костюкова Ю.А. Эстетика и дизайн товаров : учеб. Пособие в 2 ч. / Костюкова Юлия Алексеевна, О. И. Денисова. - Кострома : КГТУ, 2010. - 72 с.: ил. - ISBN 978-5-8285-0505-0	60
2	Михайлов, С.М. Основы дизайна : Учебник для бакалавров / Михайлов Сергей Михайлович, Л. М. Кулеева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Союз Дизайнеров, 2002. - 240 с.: ил. - УМО-ISBN 5-901512-06-5	10
3	Антонова Н.В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. — М. : ИНФРА-М, 2016. — 325 с. ;То же [Электронный ресурс]. URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=543751	
4	Смирнова, Л.Э. История и теория дизайна : учебное пособие / Л.Э. Смирнова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. - 224 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7638-3096-5 ; То же [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435841	
5	Эйри, Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера /Д. Эйри ; пер. с англ. В. Шрага. -Санкт-Петербург; Москва : Питер, 2013; 2011. - 208 с.: ил. - ISBN 978-5-459-00289-8; 978-0321660763	13
Дополнительная литература		
1	Лидвелл Уильман. Универсальные принципы дизайна / Лидвелл Уильман, К. Холден, Батлер Дж. ; пер. с англ. А. Мороз. - Санкт-Петербург и [др.] : Питер, 2012. - 272 с.: ил. - (Мировой бестселлер). - ISBN 978-5-459-00876-0	10
2	Денисова, О. И. Основы теории и методологии дизайн-проектирования. Теоретические концепции дизайна : учеб. пособие / Денисова Ольга Игоревна. - Кострома : КГТУ, 2014. - 92 с. - осн. - ISBN 978-5-8285-0728-3	13
3	Ульрих Карл. Промышленный дизайн: создание и производство продукта : пер. с англ. / Ульрих Карл, Эппингер Стивен. - М.; СПб. : Вершина, 2007. - 448 с.: ил., табл. - ISBN 0-07-247146-8; 5-9626-0225-0	7
4	Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. :	

	ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01525-5. URL: http://znanium.com/go.php?id=390990	
5	Луптон Эллен. Графический дизайн от идеи до воплощения Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2014. - с. 185.	5
6	Ломов, С.П. Цветоведение: учебное пособие для вузов / С.П. Ломов, С.А. Аманжолов. - Москва : Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2015. - 152 с. : ил. - (Изобразительное искусство). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-691-02103-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=264038	
7	Организационный дизайн. Решения для корпораций, компаний, предприятий: Мультимедийное уч. пос. / Под ред. В.В. Кондратьева - М.: ИНФРА-М, 2010. -111 с. + CD-ROM. - (Управление производством). (п, cd rom) ISBN 978-5-16-004484-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=203251	
8	Алиева, Н.З. Физика цвета и психология зрительного восприятия : учеб. пособие для вузов / Алиева, Наталья Зиновьевна. - Москва : Академия, 2008. - 208 с.: ил. - (Высш. проф. образов. Легкая пром-сть) - УМО. - ISBN 978-5-7695-2772-2	11
9	Калмыкова, Н.В. Дизайн поверхностей: композиция, пластика, графика, колористика: учеб. пособие / Н. В. Калмыкова, И. А. Максимова. - Москва : КДУ, 2010. - 154 с.: ил. [цв. вкл.]. - ISBN 978-5-98227-562-2	10
10	Глазычев В.Л. Дизайн как он есть / Глазычев Вячеслав Леонидович ; Предисл. Ю. Назарова. - 2-е изд., доп. - Москва : Европа, 2011. - 320 с.: ил. -ISBN 5-9739-0066-5	5
	Периодические издания Журналы, доступные в базе МАРС	
1.	Дизайн. Материалы. Технология Дизайн и технологии Архитектура. Строительство. Дизайн Тара и упаковка Бренд-менеджмент	

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

Информация о курсе дисциплины в СДО:

- элемент «Лекции»,
- элемент «Практические занятия»,
- элемент «Задание»,
- элемент «Самостоятельная работа»,
- элемент «Список рекомендуемой литературы».

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

Лекции и практические занятия проводятся в аудиториях с требуемым числом посадочных мест и наличием портативного видеопрезентационного оборудования. Для обеспечения учебного процесса используются свободно распространяемое ПО.