

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
**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 по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, утвержденным приказом Минобрнауки РФ № 1332 от 12.11.2015 г.;

- в соответствии с учебным планом направления подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, направленность Ресторанное дело, год начала подготовки 2017, 2018, *2019*

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

Рецензент:  Румянцева О.В. доцент, канд. культурологии, доц.

УТВЕРЖДЕНО:

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

Протокол заседания кафедры № 13 от 30.06.2017 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

 Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

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

Протокол заседания кафедры № 14 от 20.06.2018 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

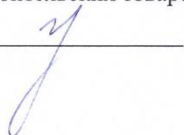
 Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

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

Протокол заседания кафедры № *9* от *15.05.2019*

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

 Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА

для набора 2017, 2018, 2019, 2020 гг

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 9 от 28.04.2020 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 № 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 ДТМиЭПТ

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 проектом.

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;
- 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 поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства;
- умениями комплексной интерпретации и практического освоения критериев современной атрибуции дизайна;
- _____ к
реативным мышлением при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях.

ОСВОИТЬ КОМПЕТЕНЦИИ:

- **ПК-30** Готовность осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, способность проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания.
- **ПК-31** Способность планировать маркетинговые мероприятия, составлять календарно-тематические планы их проведения, рекламные сообщения о продукции производства, рекламные акции, владением принципами ценообразования у конкурентов, а также творчески мыслить и анализировать работу с клиентской базой.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана (блок Б1.В.ДВ, дисциплины по выбору).

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: «Культурология», «Технология продукции общественного питания», «Этикет в общественном питании», «История мировой и отечественной кулинарной культуры», «Поведение потребителя», «Мерчендайзинг», учебные и производственные практики.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: «Проектная деятельность», «Маркетинг и рекламная деятельность», производственная (преддипломная) практика.

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 | |
|--|-------------|-----------|---------------|---------|
| | 6 семестр | 7 семестр | 3 курс | 4 курс |
| Общая трудоемкость в зачетных единицах | 4 | | 4 | |
| Общая трудоемкость в часах | 144 | | 144 | |
| Аудиторные занятия в часах, в том числе: | 60 | | 24 | |
| Лекции | 16 | 14 | 6 | 6 |
| Практические занятия | - | 14 | - | - |
| Лабораторные занятия | 16 | - | 6 | 6 |
| Самостоятельная работа в часах | 39,75 | 43,75 | 55,75+4 | 55,75+4 |
| ИКР | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 0,25 |
| Зачет | | | 4 | 4 |
| Экзамен | | | | |
| Форма промежуточной аттестации | зачет | зачет | зачет | зачет |

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

| Виды учебных занятий | Очная форма | | Заочная форма | |
|----------------------|-------------|-----------|---------------|--------|
| | 6 семестр | 7 семестр | 3 г.о. | 4 г.о. |
| | | | | |

| | | | | |
|----------------------|-------|-------|-------|------|
| Лекции | 16 | 14 | 6 | 6 |
| Практические занятия | - | 14 | - | - |
| Лабораторные занятия | 16 | - | 6 | 6 |
| Консультации | | | | |
| Зачет/зачеты | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 0,25 |
| Экзамен/экзамены | - | - | - | - |
| Курсовые работы | - | - | - | - |
| Курсовые проекты | - | - | - | - |
| Всего | 32,25 | 28,25 | 12,25 | |

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

5.1 Тематический план учебной дисциплины

Очная форма

| № | Название раздела, темы | Всего час | Аудиторные занятия | | | Самостоятельная работа |
|-----|--|-----------|--------------------|--------|------|------------------------|
| | | | Лекц. | Практ. | Лаб. | |
| 1 | Раздел 1. Дизайн как проектная деятельность | | | | | |
| 1.1 | Дизайн: основные понятия и определения. Цели и задачи дизайна. Специфика проектно-художественной деятельности дизайнера. Объекты дизайн-проектирования. Формы современной дизайнерской деятельности: стафф-дизайн, «независимый» дизайн, нон-дизайн и др. Этапы дизайн-проектирования. Виды исследовательских работ в дизайне. | 6 | 2 | - | 2 | 2 |
| 1.2 | Анализ различных видов деятельности дизайнера: индустриальный дизайн, дизайн архитектурной среды, дизайн интерьера, дизайн одежды и аксессуаров, графический дизайн, веб-дизайн, арт-дизайн и др. | 6 | 2 | - | 2 | 2 |
| 2. | Раздел 2. Дизайн в цикле производства и потребления | | | | | |
| 2.1 | Роль и место дизайна в бизнесе. Функциональный анализ и маркетинг в дизайне. Дизайн в системе продаж. Адресный дизайн: диалог с потребителем. Кастоматизация. Дизайн пользовательского опыта. Критерии «хорошего» дизайна: функциональность, конструктивность, экономичность, эстетическая выразительность, социологический аспект, экономическая целесообразность, экологичность. | 8 | 2 | - | 2 | 4 |
| 2.2 | Мода и стиль в дизайне. Эстетические требования к качеству и ассортименту товаров (услуг, фирм и т.д.). | 6 | 2 | - | 2 | 2 |
| 2.3 | Анализ эстетической стратегии. Понятия «бренд» и «фирменный стиль». Неповторимый образ отдельного брэнда через базовые характеристики фирменного стиля и элементы чувственного восприятия. Эстетические свойства товаров и их | 8 | 2 | - | 2 | 4 |

| | | | | | | |
|-----|--|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|
| | оценка. Категории эстетики. Показатели эстетических свойств. Анализ методов эстетической оценки промышленных товаров. | | | | | |
| 3. | Раздел 3. Особенности проектирования объектов дизайна | | | | | |
| 3.1 | Особенности формообразования объектов дизайна. Методы формообразования: комбинаторный, трансформация, модульное проектирование, метод деконструкции. Первичные элементы формы дизайн-объектов. Многофункциональность, модульность, красота в дизайн-конструкциях. Протодизайн. | 8 | 2 | - | 2 | 4 |
| 3.2 | Дизайн и бионика. Анализ новых форм и конструкций в дизайне. Дизайн и современные материалы. Рациональное и неординарное использование материалов. | 6 | 2 | - | 2 | 2 |
| 3.3 | Гигиена, экология и дизайн. Утилизация и вторичная переработка. Дизайн и современные технологии. Комфорт и технологии. Миниатюризация изделий. «Биомеханический» дизайн. Техника будущего. Анализ современных технологий в дизайне. | 6 | 2 | - | 2 | 2 |
| 3.4 | Основы композиции разнообразных групп товаров с точки зрения эстетики и дизайна. Сущность средств, свойств и качеств композиции. Виды композиций и приемы гармонизации. Закономерности композиционного построения. | 8 | 2 | - | 2 | 4 |
| | Подготовка к зачету | 10 | | | | 10 |
| | Итого | 72 | 18 | - | 18 | 36 |
| 4. | Раздел 4. Эвристические методы в дизайн-проектировании | | | | | |
| 4.1 | Приемы интенсификации творческого процесса. 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. | 8 | 2 | 2 | - | 4 |
| 4.2 | Эвристические методы художественно-образного проектирования: сценарное моделирование, ситуация выставки, ситуация музея, перевоплощение, ретроспектива и др. | 10 | 2 | 2 | - | 6 |
| 5. | Раздел 5. Эргономика как основа дизайн-проектирования | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|---|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 5.1 | Основные направления развития эргономики в XX веке. Задачи эргономики и методы их решения. Юзабилити, удобство использования. Достижения эргодизайна. Факторы, определяющие эргономический подход к решению задач оптимизации жизнедеятельности человека: социально-психологические, антропометрические, физиологические, психологические, гигиенические. | 8 | 2 | 2 | - | 4 |
| 5.2 | Примеры антропометрических исследований. Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании различных групп товаров. | 6 | - | 2 | - | 4 |
| 6. | Раздел 6. Цвет в дизайне | | | | | |
| 6.1 | Из истории колористики. Символика цвета. Цветовые теории. Цветовая гамма и цветовая композиция. Природа цветовых ассоциаций. Психофизиологическое воздействие цвета на человека. Оптические иллюзии. Функциональная роль цвета. Цвет в рекламе. Нормирование цветового решения. Физиология цвета в городской среде. | 12 | 4 | 2 | - | 6 |
| 6.2 | Ассоциации в дизайне и рекламе. Новые темы и творческие источники для ассоциаций. Анализ ассоциативных образов. | 8 | 2 | 2 | - | 4 |
| 7. | Раздел 7. Проектный язык дизайнера | | | | | |
| 7.1 | Дизайн-проект и его стадии. Объемно-графические средства моделирования объектов дизайна интерьера. Эскизный поиск. Объемные макеты (макетирование). Технические чертежи. Компьютерное проектирование. | 10 | 2 | 2 | - | 6 |
| | Подготовка к зачету | 10 | | | | 10 |
| | Итого | 72 | 14 | 14 | - | 44 |
| | Всего | 144 | 32 | 14 | 18 | 80 |

Заочная форма

| № | Название раздела, темы | Всего час | Аудиторные занятия | | | Самостоятельная работа |
|-----|--|-----------|--------------------|--------|------|------------------------|
| | | | Лекц. | Практ. | Лаб. | |
| 1 | Раздел 1. Дизайн как проектная деятельность | | | | | |
| 1.1 | Дизайн: основные понятия и определения. Цели и задачи дизайна. Специфика проектно-художественной деятельности дизайнера. Объекты дизайн-проектирования. Формы современной дизайнерской деятельности: стафф-дизайн, «независимый» дизайн, нон-дизайн и др. Этапы дизайн-проектирования. Виды исследовательских работ в дизайне. | 5 | 1 | - | - | 4 |
| 1.2 | Анализ различных видов деятельности дизайнера: индустриальный дизайн, дизайн архитектурной среды, дизайн интерьера, дизайн одежды и аксессуаров, графический дизайн, веб-дизайн, арт-дизайн и др. | 5 | - | - | 1 | 4 |
| 2. | Раздел 2. Дизайн в цикле производства и потребления | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|--|-----------|----------|---|----------|-------------|
| 2.1 | Роль и место дизайна в бизнесе. Функциональный анализ и маркетинг в дизайне. Дизайн в системе продаж. Адресный дизайн: диалог с потребителем. Кастоматизация. Дизайн пользовательского опыта. Критерии «хорошего» дизайна: функциональность, конструктивность, экономичность, эстетическая выразительность, социологический аспект, экономическая целесообразность, экологичность. | 6 | - | - | - | 6 |
| 2.2 | Мода и стиль в дизайне. Эстетические требования к качеству и ассортименту товаров (услуг, фирм и т.д.). | 6 | 1 | - | 1 | 4 |
| 2.3 | Анализ эстетической стратегии. Понятия «бренд» и «фирменный стиль». Неповторимый образ отдельного брэнда через базовые характеристики фирменного стиля и элементы чувственного восприятия. Эстетические свойства товаров и их оценка. Категории эстетики. Показатели эстетических свойств. Анализ методов эстетической оценки промышленных товаров. | 10 | 2 | - | 2 | 6 |
| 3. | Раздел 3. Особенности проектирования объектов дизайна | | | | | |
| 3.1 | Особенности формообразования объектов дизайна. Методы формообразования: комбинаторный, трансформация, модульное проектирование, метод деконструкции. Первичные элементы формы дизайн-объектов. Многофункциональность, модульность, красота в дизайн-конструкциях. Протодизайн. | 10 | 1 | - | 1 | 8 |
| 3.2 | Дизайн и бионика. Анализ новых форм и конструкций в дизайне. Дизайн и современные материалы. Рациональное и неординарное использование материалов. | 10 | 1 | - | 1 | 8 |
| 3.3 | Гигиена, экология и дизайн. Утилизация и вторичная переработка. Дизайн и современные технологии. Комфорт и технологии. Миниатюризация изделий. «Биомеханический» дизайн. Техника будущего. Анализ современных технологий в дизайне. | 8 | - | - | - | 8 |
| 3.4 | Основы композиции разнообразных групп товаров с точки зрения эстетики и дизайна. Сущность средств, свойств и качеств композиции. Виды композиций и приемы гармонизации. Закономерности композиционного построения. | 8 | - | - | - | 8 |
| | Подготовка к зачету | 4 | | | | 4 |
| | Итого | 72 | 6 | | 6 | 56+4 |
| 4. | Раздел 4. Эвристические методы в дизайн-проектировании | | | | | |
| 4.1 | Приемы интенсификации творческого процесса. Базовые эвристические методы для генерации новых дизайнерских решений: | 7 | 1 | - | 1 | 9 |

| | | | | | | |
|-----|---|------------|-----------|----------|-----------|--------------|
| | 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. | | | | | |
| 4.2 | Эвристические методы художественно-образного проектирования: сценарное моделирование, ситуация выставки, ситуация музея, перевоплощение, ретроспектива и др. | 11 | 1 | - | 1 | 9 |
| 5. | Раздел 5. Эргономика как основа дизайн-проектирования | | | | | |
| 5.1 | Основные направления развития эргономики в XX веке. Задачи эргономики и методы их решения. Юзабилити, удобство использования. Достижения эргодизайна. Факторы, определяющие эргономический подход к решению задач оптимизации жизнедеятельности человека: социально-психологические, антропометрические, физиологические, психологические, гигиенические. | 13 | 3 | - | 1 | 9 |
| 5.2 | Примеры антропометрических исследований. Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании различных групп товаров. | 11 | - | - | 2 | 9 |
| 6. | Раздел 6. Цвет в дизайне | | | | | |
| 6.1 | Из истории колористики. Символика цвета. Цветовые теории. Цветовая гамма и цветовая композиция. Природа цветовых ассоциаций. Психофизиологическое воздействие цвета на человека. Оптические иллюзии. Функциональная роль цвета. Цвет в рекламе. Нормирование цветового решения. Физиология цвета в городской среде. | 7 | 1 | - | 1 | 5 |
| 6.2 | Ассоциации в дизайне и рекламе. Новые темы и творческие источники для ассоциаций. Анализ ассоциативных образов. | 11 | 1 | - | 1 | 9 |
| 7. | Раздел 7. Проектный язык дизайнера | | | | | |
| 7.1 | Дизайн-проект и его стадии. Объемно-графические средства моделирования объектов дизайна интерьера. Эскизный поиск. Объемные макеты (макетирование). Технические чертежи. Компьютерное проектирование. | 8 | 1 | - | 1 | 6 |
| | Подготовка к зачету | 4 | | | | 4 |
| | Итого | 72 | 6 | - | 6 | 56+4 |
| | Всего: | 144 | 12 | - | 12 | 112+8 |

5.2. Содержание

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: стафф-дизайн, «независимый» дизайн, нон-дизайн и др. Этапы дизайн-проектирования. Виды исследовательских работ в дизайне.

Анализ различных видов деятельности дизайнера: промышленный дизайн, дизайн архитектурной среды, дизайн интерьера, дизайн одежды и аксессуаров, графический дизайн, веб-дизайн, арт-дизайн и др.

Раздел 2. Дизайн в цикле производства и потребления

Роль и место дизайна в бизнесе. Функциональный анализ и маркетинг в дизайне. Дизайн в системе продаж. Адресный дизайн: диалог с потребителем. Кастоматизация. Дизайн пользовательского опыта. Критерии «хорошего» дизайна: функциональность, конструктивность, экономичность, эстетическая выразительность, социологический аспект, экономическая целесообразность, экологичность. Мода и стиль в дизайне. Эстетические требования к качеству и ассортименту товаров (услуг, фирм и т.д.).

Анализ эстетической стратегии. Понятия «бренд» и «фирменный стиль». Неповторимый образ отдельного брэнда через базовые характеристики фирменного стиля и элементы чувственного восприятия. Эстетические свойства товаров и их оценка. Категории эстетики. Показатели эстетических свойств. Анализ методов эстетической оценки промышленных товаров.

Раздел 3. Особенности проектирования объектов дизайна

Особенности формообразования объектов дизайна. Методы формообразования: комбинаторный, трансформация, модульное проектирование, метод деконструкции. Первичные элементы формы дизайн-объектов. Многофункциональность, модульность, эстетика в дизайн-конструкциях. Протодизайн. Дизайн и бионика. Анализ новых форм и конструкций в дизайне. Дизайн и современные материалы. Рациональное и неординарное использование материалов. Гигиена, экология и дизайн. Утилизация и вторичная переработка. Дизайн и современные технологии. Комфорт и технологии. Миниатюризация изделий. «Биомеханический» дизайн. Техника будущего. Анализ современных технологий в дизайне.

Основы композиции разнообразных групп товаров с точки зрения эстетики и дизайна. Сущность средств, свойств и качеств композиции. Виды композиций и приемы гармонизации. Закономерности композиционного построения.

Раздел 4. Эвристические методы в дизайн-проектировании

Приемы интенсификации творческого процесса. 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.

Эвристические методы художественно-образного проектирования: сценарное моделирование, ситуация выставки, ситуация музея, перевоплощение, ретроспектива и др.

Раздел 5. Эргономика как основа дизайн-проектирования

Основные направления развития эргономики в XX веке. Задачи эргономики и методы их решения. Юзабилити, удобство использования. Достижения эргодизайна. Факторы, определяющие эргономический подход к решению задач оптимизации жизнедеятельности человека: социально-психологические, антропометрические, физиологические, психологические, гигиенические.

Примеры антропометрических исследований. Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании различных групп товаров.

Раздел 6. Цвет в дизайне

Из истории колористики. Символика цвета. Цветовые теории. Цветовая гамма и цветовая

композиция. Природа цветowych ассоциаций. Психофизиологическое воздействие цвета на человека. Оптические иллюзии. Функциональная роль цвета. Цвет в рекламе. Нормирование цветового решения.

Физиология цвета в городской среде. Ассоциации в дизайне и рекламе. Новые темы и творческие источники для ассоциаций. Анализ ассоциативных образов.

Раздел 7. Проектный язык дизайнера

Дизайн-проект и его стадии. Объемно-графические средства моделирования объектов дизайна интерьера. Эскизный поиск. Объемные макеты (макетирование). Технические чертежи. Компьютерное проектирование.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. 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 | | | | |
| 1.1 | Дизайн: основные понятия и определения. Цели и задачи дизайна. Формы современной дизайнерской деятельности. | Анализ предпроектной ситуации для проектирования промышленного изделия по литературным источникам или методом опроса. | 2 | Оценить специфику проектно-художественной деятельности дизайнера на различных объектах. Выявить этапы дизайн-проектирования и основные виды исследовательских работ в процессе проектирования промышленного изделия. | Фронтальный опрос |
| 1.2 | Анализ различных видов деятельности дизайнера: индустриальный дизайн, дизайн архитектурной среды, дизайн одежды и аксессуаров, графический дизайн, веб-дизайн, арт-дизайн и др. | Оформление лабораторной работы. Изучение лекционного материала. | 2 | Осуществить поиск и выбор новой информации в сфере технологических и продуктовых инноваций. Провести анализ методологии создания проектного и художественного образа (структурный, технонаучный, органический, метафорический подходы). | Проверка домашних заданий |
| 2. | Раздел 2. Дизайн в цикле производства и потребления | | | | |

| | | | | | |
|-----|---|---|---|--|---|
| 2.1 | Роль и место дизайна в бизнесе. Функциональный анализ и маркетинг в дизайне. Дизайн в системе продаж. Адресный дизайн: диалог с потребителем. Кастоматизация. Дизайн пользовательского опыта. | Анализ маркетинговой эстетической стратегии (на примерах известных фирм-производителей товаров) 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. | Защита лабораторной работы |
| 2.2 | Мода и стиль в дизайне. Эстетические требования к качеству и ассортименту товаров (услуг, фирм и т.д.). | Оформление лабораторной работы «Эстетические свойства товаров и их оценка». Изучение лекционного и методического материала.. | 2 | Оценить уникальность художественного образа, выявить категории эстетики и показатели эстетических свойств товаров. Провести эстетическую оценку промышленных товаров. | Опрос по вопросам для самопроверки и самостоятельного изучения. |
| 2.3 | Анализ эстетической стратегии. Понятия «бренд» и «фирменный стиль». | Обзор идентификационных элементов (базовых характеристик фирменного стиля) известных отечественных и зарубежных брендов. | 4 | Дать развернутую характеристику элементов эстетической стратегии известных брендов, используя данные брендбука, официального сайта компании или другие источники. Разработать дизайн-программу на примере продвижения собственной торговой марки. Представить материалы в формате презентации. | Защита работы в формате презентации. Лента времени. |
| 3. | Раздел 3. Особенности проектирования объектов дизайна | | | | |

| | | | | | |
|-----|--|---|----|---|--|
| 3.1 | Особенности формообразования объектов дизайна. Методы формообразования. Протодизайн. | Оформление лабораторной работы «Методы формообразования в дизайне». Изучение лекционного материала. | 4 | Привести примеры многофункциональности, миниатюризации, стайлинга, биомеханики, эстетической проработки современных дизайн-конструкций. Выявить первичные элементы формы дизайн-объектов. Провести анализ методов формообразования в дизайне (комбинаторный, трансформация, модульное проектирование, метод деконструкции). | Защита лабораторной работы. Контрольная работа |
| 3.2 | Анализ новых форм и конструкций в дизайне. Дизайн и современные материалы. | Оформление лабораторной работы «Новые материалы и технологии в дизайне». Изучение лекционного материала. | 2 | Привести примеры рационального и неординарного использования научно-технических достижений и инноваций в дизайне. | Защита лабораторной работы |
| 3.3 | Гигиена, экология и дизайн. | Оформление лабораторной работы «Проблемы утилизации товаров и вторичная переработка». Изучение лекционного материала. | 2 | В работе сделать акцент на актуальные проблемы дизайна: противоречия, стратегии, перспективы. | Защита лабораторной работы |
| 3.4 | Основы композиции разнообразных групп товаров с точки зрения эстетики и дизайна. | Экспертная оценка новизны и художественного уровня дизайнерской разработки авторского изделия. | 4 | Провести анализ эстетических требований к качеству и ассортименту товаров (услуг, фирм и т.д.). Выявить приемы гармонизации художественного образа товара, закономерности композиционного построения, сущность средств, свойств и качеств композиции. | Контрольная работа |
| | | Подготовка к зачету | 10 | | |
| 4. | Раздел 4. Эвристические методы в дизайн-проектировании | | | | |
| 4.1 | Приемы интенсификации творческого процесса. | Проектные подходы: постановка задач и | 4 | Использовать базовые эвристические методы для генерации новых дизайнерских решений | Тест. Оценка степени креативности разработки, |

| | | | | | |
|-----|--|--|---|---|---|
| | | разработка концепции проекта. Изучение и применение метода эвристики на примере разработки макета упаковки. | | командные методы (мозговой шторм, 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. | дизайн-мышления и творческого интеллекта |
| 4.2 | Эвристические методы художественно-образного проектирования | Техники идейного поиска в рекламе. Сценарное моделирование, ситуация выставки, ситуация музея, перевоплощение, ретроспектива и др. | 6 | Использовать приемы генерации новых идей, креативное мышление при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях. | Деловая игра. Решение ситуационных задач |
| 5. | Раздел 5. Эргономика как основа дизайн-проектирования | | | | |
| 5.1 | Юзабилити, удобство использования. | Оформление лабораторной работы «Достижения эргодизайна». Изучение лекционного материала. | 4 | В ходе работы учитывать основные направления развития эргономики в XX веке и факторы, определяющие эргономический подход к решению задач оптимизации жизнедеятельности человека (социально-психологические, антропометрические, физиологические, психологические, гигиенические). | Защита лабораторной работы |
| 5.2 | Задачи эргономики и методы их решения. | Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании различных групп товаров. | 4 | Привести примеры современных антропометрических исследований в России и за рубежом. | Опрос по вопросам для самопроверки и самостоятельного изучения. |
| 6. | Раздел 6. Цвет в дизайне | | | | |

| | | | | | |
|-----|---|---|----|--|-------------------------|
| 6.1 | Символика цвета. Цветовые теории. Цветовая гамма и цветовая композиция. Психофизиологическое воздействие цвета на человека. | Выполнение 12-ступенчатого цветового круга Иттена. Создание ассоциативных цветовых композиций с учетом психофизиологического воздействия цвета на человека. | 6 | Выполнить в гуаши 12-ступенчатый цветовой круг И. Иттена, используя только 3 основных цвета (красный, желтый, синий), остальные цвета получить путем смешения. Формат листа – А4. Создать ассоциативные цветовые композиции. Объяснить полученный результат с точки зрения природы цветовых ассоциаций и исторического опыта. Оценить возможности оптического воздействия цвета на восприятие формы. | Творческое задание |
| 6.2 | Ассоциации в дизайне и рекламе. Физиология цвета в городской среде. Новые темы и творческие источники для ассоциаций. | Разработка цветовой карты торговых марок (логотипов) выбранной сфер услуг. Презентация на тему «Творческие источники в дизайне». | 4 | Проанализировать функциональную роль цвета в рекламе. Выполнить анализ ассоциативных образов. Проявить умения комплексной интерпретации и практического освоения критериев современной атрибуции дизайна и визуальных коммуникаций в городской среде; учитывать семантические аспекты дизайн-проектирования. | Защита отчёта по работе |
| 7. | Раздел 7. Проектный язык дизайнера | | | | |
| 7.1 | Дизайн-проект и его стадии. Объемно-графические средства моделирования объектов дизайна. Эскизный поиск. Объемные макеты (макетирование). Технические чертежи. Компьютерное проектирование. | Выполнение поисковых рисунков и набросков объектов дизайна по творческому источнику. Сравнительная оценка и анализ проектных решений. | 6 | Организовать работу дизайнерского коллектива в форме деловой игры. 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 |
| | | Подготовка к зачету | 10 | | |

Заочная форма обучения

| № п/п | Раздел (тема) дисциплины | Задание | Часы | Методические рекомендации по выполнению задания | Форма контроля |
|-------|---|---|------|---|----------------------------|
| 1 | Раздел 1. Дизайн как проектная деятельность | | | | |
| 1.1 | Дизайн: основные понятия и определения. Цели и задачи дизайна. Формы современной дизайнерской деятельности. | Анализ предпроектной ситуации для проектирования промышленного изделия по литературным источникам или методом опроса. | 4 | Оценить специфику проектно-художественной деятельности дизайнера на различных объектах. Выявить этапы дизайн-проектирования и основные виды исследовательских работ в процессе проектирования промышленного изделия. | Фронтальный опрос |
| 1.2 | Анализ различных видов деятельности дизайнера: индустриальный дизайн, дизайн архитектурной среды, дизайн одежды и аксессуаров, графический дизайн, веб-дизайн, арт-дизайн и др. | Оформление лабораторной 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 (структурный, технонаучный, органический, метафорический подходы). | Проверка домашних заданий |
| 2. | Раздел 2. Дизайн в цикле производства и потребления | | | | |
| 2.1 | Роль и место дизайна в бизнесе. Функциональный анализ и маркетинг в дизайне. Дизайн в системе продаж. Адресный дизайн: диалог с потребителем. Кастоматизация. Дизайн пользовательского опыта. | Анализ маркетинговой эстетической стратегии (на примерах известных фирм-производителей товаров) через элементы чувственного восприятия. | 6 | 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. | Защита лабораторной работы |

| | | | | | |
|-----|---|--|---|--|---|
| 2.2 | Мода и стиль в дизайне. Эстетические требования к качеству и ассортименту товаров (услуг, фирм и т.д.). | Оформление лабораторной работы «Эстетические свойства товаров и их оценка». Изучение лекционного и методического материала.. | 4 | Оценить уникальность художественного образа, выявить категории эстетики и показатели эстетических свойств товаров. Провести эстетическую оценку промышленных товаров. | Опрос по вопросам для самопроверки и самостоятельного изучения. |
| 2.3 | Анализ эстетической стратегии. Понятия «бренд» и «фирменный стиль». | Обзор идентификационных элементов (базовых характеристик фирменного стиля) известных отечественных и зарубежных брендов. | 6 | Дать развернутую характеристику элементов эстетической стратегии известных брендов, используя данные брендбука, официального сайта компании или другие источники. Разработать дизайн-программу на примере продвижения собственной торговой марки. Представить материалы в формате презентации. | Защита работы в формате презентации. Лента времени. |
| 3. | Раздел 3. Особенности проектирования объектов дизайна | | | | |
| 3.1 | Особенности формообразования объектов дизайна. Методы формообразования. Протодизайн. | Оформление лабораторной работы «Методы формообразования в дизайне». Изучение лекционного материала. | 8 | Привести примеры многофункциональности, миниатюризации, стайлинга, биомеханики, эстетической проработки современных дизайн-конструкций. Выявить первичные элементы формы дизайн-объектов. Провести анализ методов формообразования в дизайне (комбинаторный, трансформация, модульное проектирование, метод деконструкции). | Защита лабораторной работы. Контрольная работа |
| 3.2 | Анализ новых форм и конструкций в дизайне. Дизайн и современные материалы. | Оформление лабораторной работы «Новые материалы и технологии в дизайне». Изучение лекционного материала. | 8 | Привести примеры рационального и неординарного использования научно-технических достижений и инноваций в дизайне. | Защита лабораторной работы |

| | | | | | |
|-----|--|---|-------------|--|--|
| 3.3 | Гигиена, экология и дизайн. | Оформление лабораторной работы «Проблемы утилизации товаров и вторичная переработка». Изучение лекционного материала. | 8 | В работе сделать акцент на актуальные проблемы дизайна: противоречия, стратегии, перспективы. | Защита лабораторной работы |
| 3.4 | Основы композиции разнообразных групп товаров с точки зрения эстетики и дизайна. | Экспертная оценка новизны и художественного уровня дизайнерской разработки авторского изделия. | 8 | Провести анализ эстетических требований к качеству и ассортименту товаров (услуг, фирм и т.д.). Выявить приемы гармонизации художественного образа товара, закономерности композиционного построения, сущность средств, свойств и качеств композиции. | Контрольная работа |
| | | Подготовка к зачету | 4 | | |
| | Итого | | 56+4 | | |
| 4. | Раздел 4. Эвристические методы в дизайн-проектировании | | | | |
| 4.1 | Приемы интенсификации творческого процесса. | Проектные подходы: постановка задач и разработка концепции проекта. Изучение и применение метода эвристики на примере разработки макета упаковки. | 9 | Использовать базовые эвристические методы для генерации новых дизайнерских решений командные методы (мозговой шторм, 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. | Тест. Оценка степени креативности разработки, дизайн-мышления и творческого интеллекта |
| 4.2 | Эвристические методы художественно-образного проектирования | Техники идейного поиска в рекламе. Сценарное моделирование, ситуация выставки, ситуация музея, перевоплощение, | 9 | Использовать приемы генерации новых идей, креативное мышление при создании, развитии и продвижении творческих идей в дизайне, рекламе и маркетинговых коммуникациях. | Деловая игра. Решение ситуационных задач |

| | | | | | |
|-----|--|---|---|--|---|
| | | ретроспектива и др. | | | |
| 5. | Раздел 5. Эргономика как основа дизайн-проектирования | | | | |
| 5.1 | Юзабилити, удобство использования. | Оформление лабораторной работы «Достижения эргодизайна». Изучение лекционного материала. | 9 | В ходе работы учитывать основные направления развития эргономики в XX веке и факторы, определяющие эргономический подход к решению задач оптимизации жизнедеятельности человека (социально-психологические, антропометрические, физиологические, психологические, гигиенические). | Защита лабораторной работы |
| 5.2 | Задачи эргономики и методы их решения. | Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании различных групп товаров. | 9 | Привести примеры современных антропометрических исследований в России и за рубежом. | Опрос по вопросам для самопроверки и самостоятельного изучения. |
| 6. | Раздел 6. Цвет в дизайне | | | | |
| 6.1 | Символика цвета. Цветовые теории. Цветовая гамма и цветовая композиция. Психофизиологическое воздействие цвета на человека. | Выполнение 12-ступенчатого цветового круга Иттена. Создание ассоциативных цветовых композиций с учетом психофизиологического воздействия цвета на человека. | 5 | Выполнить в гуаши 12-ступенчатый цветовой круг И. Иттена, используя только 3 основных цвета (красный, желтый, синий), остальные цвета получить путем смешения. Формат листа – А4. Создать ассоциативные цветовые композиции. Объяснить полученный результат с точки зрения природы цветовых ассоциаций и исторического опыта. Оценить возможности оптического воздействия цвета на восприятие формы. | Творческое задание |
| 6.2 | Ассоциации в дизайне и рекламе. Физиология цвета в городской среде. Новые темы и творческие источники для ассоциаций. | Разработка цветовой карты торговых марок (логотипов) выбранной сфер услуг. Презентация на тему «Творческие источники в дизайне». | 9 | Проанализировать функциональную роль цвета в рекламе. Выполнить анализ ассоциативных образов. Проявить умения комплексной интерпретации и практического освоения критериев современной атрибуции дизайна и визуальных коммуникаций в городской среде; учитывать семантические аспекты дизайн-проектирования. | Защита отчёта по работе |

| | | | | | |
|-----|--|--|-------------|---|--------------|
| 7. | Раздел 7. Проектный язык дизайнера | | | | |
| 7.1 | Дизайн-проект и его стадии. Объемно-графические средства моделирования объектов дизайна. Эскизный поиск. Объемные макеты (макетирование). Технические чертежи. Компьютерное проектирование. | Выполнение поисковых рисунков и набросков объектов дизайна по творческому источнику. Сравнительная оценка и анализ проектных решений. | 6 | Организовать работу дизайнерского коллектива в форме деловой игры. 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 |
| | | Подготовка к зачету | 4 | | |
| | Итого | | 56+4 | | |

6.2. Тематика и задания для лабораторных занятий

1. Анализ предпроектной ситуации для проектирования промышленного изделия.
2. Маркетинговая эстетическая стратегия (на примерах известных фирм-производителей товаров) через элементы чувственного восприятия.
3. Эстетические свойства товаров и их оценка.
4. Обзор идентификационных элементов (базовых характеристик фирменного стиля) известных отечественных и зарубежных брендов.
5. Методы формообразования в дизайне.
6. Новые материалы и технологии в дизайне.
7. Проблемы утилизации товаров и вторичная переработка.
8. Экспертная оценка новизны и художественного уровня дизайнерской разработки авторского изделия.

6.3. Тематика и задания для практических занятий

1. Проектные подходы: постановка задач и разработка концепции проекта. Изучение и применение метода эвристики на примере разработки макета упаковки.
2. Эвристические методы художественно-образного проектирования: сценарное моделирование, ситуация выставки, ситуация музея, перевоплощение, ретроспектива и др.
3. Техники идейного поиска в рекламе.
4. Достижения эргодизайна.
5. Анализ эргономических нормативов в дизайн-проектировании различных групп товаров.
6. Выполнение 12-ступенчатого цветового круга Иттена.
7. Создание ассоциативных цветовых композиций с учетом психофизиологического воздействия цвета на человека.

8. Разработка цветовой карты торговых марок (логотипов) выбранной сфер услуг.
9. Презентация на тему «Творческие источники в дизайне».
10. Выполнение поисковых рисунков и набросков объектов дизайна по творческому источнику. Сравнительная оценка и анализ проектных решений.

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

Курс «Фирменный стиль, эстетика и дизайн интерьера и продукции» относится к вариативной части учебного плана (блок Б1.В.ДВ, дисциплины по выбору) и предполагает творческий подход к обучению. Студентам необходимо осознанно понимать важность теоретических и практических основ дизайна и композиции в формировании квалифицированного товароведа, деятельность которого основана на комплексном анализе потребительского спроса и рынка товаров – всевозможных объектов дизайна.

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

- систематически посещать и конспектировать лекции;
- регулярно присутствовать на лабораторных работах, так как основные сведения и наглядное представление о тематике практических и лабораторных работ, приемах и методах их выполнения можно получить непосредственно из пояснений преподавателя в рамках аудиторных занятий;
- выполнять творческие задания планомерно, в соответствии с пояснениями преподавателя в рамках аудиторных занятий (самостоятельная работа зачастую является продолжением аудиторной);
- самостоятельно изучать специализированную литературу и интернет-ресурсы по заданной теме с целью расширения области познания 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, рекламном и маркетингово-коммуникационном бизнесе;
- выполнять поисковые рисунки, наброски, макеты для более наглядного раскрытия своих творческих идей;
- при защите практических и лабораторных работ использовать формат презентации, наглядные иллюстративные материалы, коллажи и пр.;
- умело воплощать свои творческие замыслы в графические эскизы с использованием различных изобразительных средств и современных компьютерных технологий;
- использовать специализированную терминологию при раскрытии и обосновании своих творческих идей;
- для выполнения творческих заданий иметь следующие материалы: тонкая и плотная бумага (формат А4), заточенные карандаши (простые и цветные), кисти разных размеров, ручки, фломастеры, акварельные краски, гуашь, тушь и другие изобразительные средства, мягкая эластичная резинка, ножницы, клей;
- бережно хранить творческие работы в течение семестра и в полном объеме представить их на зачет.

При оценке практических и лабораторных 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.

Все работы подписываются в нижнем углу (ФИО, № группы). Преподаватель имеет право отбора лучших студенческих работ для обновления фонда. К зачету допускаются студенты, выполнившие лабораторные работы, практические 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 Эллиен. Графический дизайн от идеи до воплощения Санкт-Петербург [и др.]: Питер, | 5 |

| | | |
|----|--|----|
| | 2014. - с. 185. | |
| 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 Искусство и культура Тара и упаковка Маркетинг: идеи и технологии Бренд-менеджмент Теория моды: одежда, тело, культура. Дом и интерьер Архитектура и время | |
| | Учебно-методическая | |
| | Курсовое проектирование по направлению подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания» : учебно-методическое пособие / Т. А. Денисенко, О. В. Румянцева, Л. Л. Чагина [и др.]. – Электронные текстовые, граф. дан. – Кострома : Изд-во Костром. гос. ун-та, 2017 | ЭБ |

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

1. <https://bangbangeducation.ru> Онлайн-образование в области дизайна
2. <http://kak.ru> Все о мировом дизайне
3. <http://www.designstory.ru> Информационный портал об искусстве создания интерьеров
4. behance.net Портфолио художников, дизайнеров и людей искусства со всего мира
5. <https://www.marketing.spb.ru> Энциклопедия маркетинга
6. logopond.com Все о логотипах
7. logodesignlove.com Регулярные новости и ресурсы о логотипах
8. sxc.hu Фотобанк изображений
9. colourlovers.com Коллекции цветовых сочетаний
10. hypebeast.com Модный журнал о дизайне и культуре
11. <http://timeline.knightlab.com> Лента времени
12. <http://www.design-union.ru> Союз дизайнеров России
13. <http://www.rdh.ru> Архитектурное сообщество. Дизайнерские ресурсы
14. <http://www.plakaty.ru> Электронный музей отечественного плаката
15. <http://www.designonstop.com> О дизайне без остановок

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Университетская библиотека online»
2. ЭБС «Znanium»

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 | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|--|--|---|
| Гл-403 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11) | Портативное видеопрезентационное оборудование: Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830 (Intel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/; Проектор Aser P-series в комплекте с экраном ELITE SCREENS и кабелем VGA Konoos HD 15M/15M Pro (20.0 м) для подключения+комплект колонок SVEN SPS-70. Переносной экран, рабочая доска. Столы, стулья для обучающихся (посадочные места на 36 студента); стол, стул для преподавателя; доска. | Windows 7 Professional по лицензии OEM Software (поставщик ООО «Системный интегратор», договор № 22 ГК от 16.12.2016 г.) Свободно распространяемое программное обеспечение: LibreOffice (тип лицензии - GNU LGPL v3+). Антивирус Касперского Лицензия 1c06-141124-064441 |
| Гл-331 учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11) | Столы, стулья для обучающихся; стол, стул для преподавателя; доска, переносной мультимедиа центр. | |
| Гл – 208 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11) | Портативное видеопрезентационное оборудование: Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830 (Intel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/; Проектор Aser P-series в комплекте с экраном ELITE SCREENS и кабелем VGA Konoos HD 15M/15M Pro (20.0 м) для подключения+комплект колонок SVEN SPS-70. Переносной экран, рабочая доска. Столы, стулья для обучающихся (посадочные места на 36 студентов); стол, стул для преподавателя; доска. | |
| Б1-202 - помещение для самостоятельной работы (156000, г. Кострома, ул. Пятницкая, д. 2/18) | Читальный зал на 128 индивидуальных рабочих мест, копировальный аппарат - 1шт.; экран и мультимедийный проектор - 1шт. Электронный читальный зал: Рабочие места, оснащенные ПК, объединенными локальной сетью с выходом в интернет - 25шт.; демонстрационная LCD-панель - 1шт.; аудио 2.1 - 1шт.; принтеры в т.ч. большеформатный и цветной - 4шт.; сканеры (A2 и A4) - 2шт.; web-камеры - 3шт. микрофоны - 2шт. | АИБС МаркSQL - 3шт. Windows XP SP3 -10шт. лицензия. Windows 7 Pro лицензия 00180-912-906-507 постоянная-1шт.; Windows 8 Pro лицензия 01802000875623 постоянная 1-шт.; ABBYY FineReader 11,12 Pro - box лицензия -2шт.; АИБС МаркSQL - 25шт. лицензия. Антивирус Касперского |

| | | |
|---|---|--|
| | | Лицензия 1с06-141124-064441 |
| Гл-401 - помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (156005, Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11) | Шкафы, кронштейны, стол, стеллажи для хранения материалов и фондов работ, хранение курсовых проектов и контрольных работ. | Специальное лицензионное ПО не требуется |