


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА»
(ВГУЭС)**

УТВЕРЖДАЮ

Директор
колледжа сервиса и дизайна ВГУЭС


_____ Д.В. Кузнецов

**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации**

«Брендинг-визуальная коммуникация»

СОГЛАСОВАНО

Руководитель программы



Е.О. Субботина

Составитель программы



Е.О. Субботина

Рег. № КД-ДППК-БВК-20

2020

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. Цель:

совершенствование и (или) получение новой компетенции необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации специалистов, осуществляющих деятельность в области работы с изображениями.

Задачи:

1. Получить системное представление о языке изобразительной рекламы и других видов визуальных коммуникаций.
2. Научиться оценивать графическую информацию, используя в качестве инструментария художественно-выразительные средства, с помощью определенной системы критериев – содержательных и формальных.
3. Научиться применять метод оценки графической информации на практике, то есть приобрести умение четко формулировать задание, контролировать его исполнение и профессионально оценивать результат.

2. Категории обучающихся

Лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование, а также педагогические работники образовательных организаций.

3. Планируемые результаты обучения

В результате изучения курса слушатель должен знать:

1. Принципы и технологии применения графического оформления в различных случаях.
2. Различные процессы печати, присущие им ограничения и методики применения.
3. Композиционные правила оформления текста, графики, их обработки и внедрения в макет
4. Форматы файлов и способы сохранения файлов.
5. Программный функционал для выполнения автоматизации процесса.

В результате изучения курса слушатель должен уметь:

1. Основные требования, предъявляемые к разработке товарного знака, логотипа и другим носителям фирменного стиля, алгоритм создания художественного изобразительного произведения, основы издательских технологий.
2. Осуществлять самостоятельный подбор, поиск и анализ информации по заданной теме исследования.
3. Осуществлять выбор форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового оформления, определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание.
4. Организовать разработку плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контролировать их качество, обеспечить наглядность, доступность и адресность рекламы, соблюдение норм общественной морали и этики, не нарушая правил конкурентной работы.
5. Понимать и оперировать с основными терминами, имеющими отношение к созданию фирменного стиля, рекламной иллюстрации.
6. Навыки работы с графическими редакторами.

4. Сфера применения слушателями полученных/усовершенствованных компетенций (профессиональных компетенций):

Данная программа ориентирована на подготовку специалистов в сфере визуальных коммуникаций и брендинговых технологий.

5. Объем программы: 42 часа трудоемкости, в том числе **30** ауд. часов.

6. Календарный учебный график

График обучения Форма обучения	Ауд. часов в день	Дней в неделю	Общая продолжительность программы, месяцев (дней, недель)
с отрывом от работы (очная)			
с частичным отрывом (очно-заочная) с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (ДОТ)	4	2	6 недель
без отрыва от работы (заочная)			

7. Документ, выдаваемый после завершения обучения

удостоверение о повышении квалификации установленного образца

8. Организационно-педагогические условия

8.1 Материально-технические условия реализации программы

Для реализации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации (далее-ДПП) предусмотрена Мастерская по компетенции «Графический дизайн», которая оснащена современной материально-технической базой, соответствующей требованиям инфраструктурного листа WorldSkills Russia по компетенции Графический дизайн.

Оснащение мастерской «Графический дизайн»:

Учебно-лабораторное оборудование: Графические станции Lenovo ThinkStation P330 i7-9700T/32Гб/1 Tb SSD/ Quadro P1000/27"/Kb/M/Win 10Pro, Ноутбуки Lenovo IdeaPad L340-15IRH. Диагональ экрана 15,6», разрешение экрана 1920x1080 пикс., ОЗУ 8Гб, HDD 1 Тб, Windows 10 Pro, процессор Intel-9750 2.6 ГГц, МФУ А4 черн Xerox WorkCentre 3345. Формат А4, тип лазерный монохромный принтер/сканер/копир/факс, разрешение печати 1200x600 dpi, максимальная нагрузка в месяц 50000 стр., скорость печати 40 стр/мин, Сервер с монитором в сборе с процессором и комплектация, Проектор Casio XJ-F210WN. Яркость 3500 люмен, срок службы источника света 20000 часов, разрешение 1280x800 пикс., тип гибридный лазерно-светодиодный, ширина экрана 180 см, рабочее место преподавателя, доска маркерная.

Учебно – производственное оборудование: Графический планшет Wacom Cintiq 16. Диагональ экрана 15,6», разрешение экрана 1920x1080 пикс., распознаваемое количество степеней нажима 8192 и комплектация, МФУ А3 цвет Xerox VersaLink C7020 формат А3, количество цветов 4, объем печати в месяц 85000 отпечатков, полноцветный копир/сканер/принтер, разрешение печати 1200*1200 dpi, скорость печати 11 стр/мин (цветная А3), Макетный стол

ПО: Microsoft Office 2019, Пакет Adobe CC 2019

8.2. Требования к кадровым условиям

Реализацию образовательного процесса обеспечивают:

— преподаватели, имеющие профильное образование;

— специалисты-практики, имеющие опыт работы в области профессиональной деятельности, соответствующей направленности дополнительной профессиональной программе.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА»
(ВГУЭС)

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы повышения квалификации
«Брендинг-визуальная коммуникация»

№ п/п	Наименование модулей (дисциплин)	Трудоемкость в часах:					Самостоя тельная работа	Формы контроля	
		Всего	аудиторные занятия, в т.ч.			всего			в т.ч. выездные
			Всего	лек ции	Практические, лабораторные, семинарские занятия, тренинги и др.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	Тема 1. Зрительное восприятие формы и пространства	4	2	2	-	-	2	Анализ практических работ	
2	Тема 2. Визуально – графическая информация	6	4	2	2	-	2	Анализ практических работ	
3	Тема 3. Сущность товарного знака	6	4	2	2	-	2	Анализ практических работ	
4	Тема 4. Композиция товарного знака	8	6	2	4	-	2	Анализ практических работ	
5	Тема 5. Фирменный стиль	8	6	2	4	-	2	Анализ практических работ	
6	Тема 6. Графический дизайн для бизнеса	8	6	2	4	-	2	Анализ практических работ	
	Итоговая аттестация	2	2		2			Зачет	
	Итого:	42	30	12	18	-	12		

Руководитель программы

Е.О. Субботина преподаватель

(Ф.И.О.)

(ученая степень, звание, должность)

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА»
(ВГУЭС)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дополнительной профессиональной программы повышения квалификации
«Брендинг-визуальная коммуникация»

Разработчик\составитель программы:

Е.О. Субботина

преподаватель

(Ф.И.О.)

(ученая степень, звание, должность)

1. Тема 1. Зрительное восприятие формы и пространства» (2 часа)

(наименование)

Содержание Темы 1 (2 часа):

Свойства зрительного восприятия. Избирательность. Запоминаемость. Целостность восприятия. Иллюзорность при восприятии графики. Иллюзия движения. Перспектива. Ассоциативность и образность. Морис Эшер.

2. Тема 2. Визуально – графическая информация (2 часа):

(наименование)

Содержание Темы 2 (2 часа):

Классификация видов визуально-графической информации. Световая надпись на здании. Таблички. Плакат. Витрина. Элементы предметно-пространственной среды. Пиктограммы. Основные требования. Современные источники, каналы и средства информации.

3. Тема 3. Сущность товарного знака (2 часа):

(наименование)

Содержание Темы 3 (2 часа):

Цели и задачи товарных знаков. Товарные знаки в современном мире. Регулирования в сфере рекламы и товарных знаков. Международные соглашения по товарным знакам.

Понятия и сущность товарного знака. Требования к разработке товарного знака. Восприятие товарного знака. Культурные традиции и дизайн товарных знаков. Марки производителей. Общие марки. Частные марки. Групповые товарные знаки. Комбинированные марочные знаки. Разница между фирменным наименованием и товарным знаком, словесным товарным знаком и логотипом. Правила применения товарного знака.

Виды товарных знаков и их преимущества. Классификация товарных знаков по форме выражения. Словесные ТЗ. Разнообразие и развитие словесных ТЗ. Изобразительные ТЗ. Задачи изобразительных знаков. Объемные товарные знаки. Комбинированные знаки. Обычные ТЗ. Общеизвестные ТЗ. Символы как способ кодирования информации. Эксплуатационные знаки. Экслибрис. Монограмма. Основные функции товарного знака. Стратегия создания рекламоспособного товарного знака.

4. Тема 4. Композиция товарного знака (2 часа):

(наименование)

Содержание Темы 4 (2 часа):

Основные символы на логотипах и товарных знаках. Пути создания композиции графического знака. Знак – индекс как частный случай формальной композиции. Открытая и

закрытая форма. Абстракция и смысловая нагрузка. Ориентация. Стилизация объекта по собственному или заданному свойству. Знак на основе шрифтовых элементов.

5. Фирменный стиль (2 часа):

(наименование)

Содержание Темы 5 (2 часа):

Структурные компоненты успешного бренда. Основные, эпохальные стили, характерные черты и особенности, причины, вызвавшие их изменения. Стилиевая классификация. Многообразие понятия стиля. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Основные принципы создания фирменного стиля. Элементы фирменного стиля и их функции, требования, классификация. Зависимость дизайна от стиля. Носители фирменного стиля. Разработка фирменного стиля. Психологический дизайн фирменного стиля. Основные правила фирменного стиля и его элементов. Задачи и принципы создания руководства к фирменному стилю. Целевая аудитория. Структура и объем брендбука. Основная система и система применения. Фирменный формат и дизайн. Колонтитулы и колонцифры. Бриф.

6. Тема 6. Графический дизайн для бизнеса (2 часа):

(наименование)

Содержание Темы 6 (2 часа):

Деловая корреспонденция. Единообразное оформление рабочих документов. Макет системы канцелярских бумаг. Новые тенденции в оформлении резюме. Рекламные буклеты и брошюры. Средства обратной связи. Стандартные ошибки дизайна. Эстетика минимализма. Деловая типографика.

Тематика и описание практических занятий по программе

Тема 2. Визуально – графическая информация (2 часа):

Сбор и анализ информации о визуально - графической информации торгово-развлекательного учреждения, вокзала, аэропорта, культурно – досугового учреждения (на выбор).

Тема 3. Сущность товарного знака (2 часа):

Создать в Corel DRAW текстовые строки (название учреждения) с графическими эффектами; эффекты тени несколькими способами, эффект перспективы, зеркальное отображение, текст вдоль кривой или ломаной линии, эффект выпуклой строки, редакция контура букв: Поместить текст внутри контура, разместить фотографию или рисунок в контур букв (слово), создать рельефный текст, использование функций комбинирование и исключение.

Тема 4. Композиция товарного знака (4 часа):

Используя различные стилеобразующие создать в Corel DRAW товарный знак учреждения. Выбрать один наиболее удачный для последующей работы.

Тема 5. Фирменный стиль (4 часа):

Используя инструмент «миллиметровка» и «размерная линия» программы Corel DRAW разместить на ней, указать размеры и технологию построение фирменного знака, фирменного блока. Чертеж снабдить поясняющей информацией.

Создать в Corel DRAW несколько образцов визиток личной и корпоративной, используя различные инструменты и эффекты программы.

Тема 6. Графический дизайн для бизнеса (4 часа):

Создать в программе Corel DRAW поздравительную корпоративную открытку, для дизайна можно выбрать любой государственный праздник или праздник фирмы.

Тематика и содержание самостоятельной работы слушателей по программе

Тема 1. Зрительное восприятие формы и пространства (2 часа):

Собрать информацию и иллюстративный материал, содержащий применение иллюзию движения, соотносительности восприятия, восприятия величины и формы.

Тема 2. Визуально – графическая информация(2 часа):

Составить и проработать перечень графической информации, необходимый для разработки торгово-развлекательного центра.

Тема 3. Сущность товарного знака (2 часа):

Создать свою монограмму и лигатуру.

Тема 4. Композиция товарного знака (2 часа):

В Corel DRAW создать многостраничный файл, который должен содержать: позитивное и негативное изображение товарного знака, монохромное изображение знака, цветовое решение товарного знака (не менее 10 вариантов), изображение товарного знака на цветном фоне (не менее 10 вариантов).

Тема 5. Фирменный стиль (2 часа):

Отдельно прорисовать почтовую марку, можно создать фирменную марку.

Тема 6. Графический дизайн для бизнеса (2 часа):

Разработать указатели, таблички и другую опознавательную, ориентационную информацию.

Формы и методы контроля знаний слушателей по программе

Выполнение индивидуальных заданий и представление их результатов для коллективного обсуждения.

Форма и методы итоговой аттестации слушателей по программе

Форма проведения итоговой аттестации - зачет (итоговая практическая работа).

Примерная тематика для проведения итоговой практической работы:

1. Создание брифов.
2. Методики творческого поиска.
3. Работа с референсами.
4. Создание визуальной айдентики.

Список рекомендуемой литературы и других информационных ресурсов по программе

1. Боресков, А. В. Основы компьютерной графики: учебник и практикум для вузов / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13196-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449497>
2. Шафрай, А.В. Графические редакторы дизайнера: учебное пособие: [16+] / А.В. Шафрай; Кемеровский государственный университет. — Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2019. — 102 с.: ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600400> — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-8353-2423-1. — Текст : электронный.
3. Шульдова, С.Г. Компьютерная графика: учебное пособие / С.Г. Шульдова. — Минск: РИПО, 2020. — 301 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599804> — Библиогр. в кн. — ISBN 978-985-503-987-8. — Текст : электронный.