

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
 Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
 Дата подписания: 21.06.2024 10:37:27
 Уникальный программный ключ:
 d72783b55b77c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Средства визуальной коммуникации в промышленном дизайне
Краткое содержание	Фирменный стиль как необходимость в рекламной коммуникации. Цвет и форма в системе фирменной символики. Товарный знак, фирменный стиль и бренд как взаимосвязанные явления. Дополнительные элементы фирменного стиля Пакет фирменного стиля Разработка элементов идентификации. Рекламный щит Разработка элементов идентификации. Газосветная установка Разработка элементов идентификации. Указатель проезда, вывеска Разработка элементов идентификации. Система ориентации в интерьерах (пиктограммы) Разработка элементов идентификации. Реклама на транспорте Разработка элементов идентификации. Упаковка, маркировка тары и контейнеров Разработка элементов идентификации. Фирменный пакет Разработка элементов идентификации. Сувенирная продукция объёмный товарный знак, ручка, зажигалка, сервиз и т.д.) Разработка элементов идентификации. Видеофильм (рекламный ролик)
Результаты освоения дисциплины	Знать основы художественного конструирования; основные эргономические требования, предъявляемые к мебели; основные понятия о системном подходе в проектировании; задачи и методы управления качеством продукции, охраны труда и окружающей среды, экономии материалов и трудовых ресурсов, перспективы развития отрасли; материалы, оборудование и технологии из других областей техники, которые могут применяться в мебельном производстве Уметь создавать модели мебели и ее составных частей с помощью графических программ; разработать технологический процесс, выполнить технологические расчеты и подготовить конструкторскую и технологическую документацию, необходимую для производства мебели Владеть навыками экспериментальной исследовательской работы навыками выбора материалов, оборудования и технологии массового производства навыками проектирования и приспособлений для производства, способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проектов.
Трудоемкость, з.е.	4 з.е.
Формы отчетности (в т.ч. по семестрам)	Экзамен - 6 семестр.

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 441 с. — ISBN 978-5-4487-0765-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102235.html 2. Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации : учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород : Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019. — 96 с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/107421.html
Дополнительная литература	1. Марочкина, С.С. Введение в специальность: реклама: учебное пособие / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 239 с.: ил. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01657-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757 2. 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 3. Курбацкая, Т.Б. Эргономика: учебное пособие / Т.Б. Курбацкая; Министерство образования и науки Республики Татарстан, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Набережночелнинский институт (филиал). - Казань: Издательство Казанского университета, 2013. - Ч. 1. Теория. - 172 с.: ил., схем. - Библиогр. в кн.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=353494 4. Бутакова, А.Д. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций / А.Д. Бутакова. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 101 с. - ISBN 978-5-504-00854-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142857 5. Главатских, Л.Ю. Специальное оборудование в интерьере: учебное пособие / Л.Ю. Главатских; Министерство образования и науки Российской Федерации, Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет. - Волгоград: Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет, 2011. - 229 с.: ил., табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-98276-472-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=434820 6. Старов, С.А. Управление брендами: учебник / С.А. Старов; Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа менеджмента. - 2-е изд., испр. - Санкт-Петербург: Высшая школа менеджмента, 2008. - 498 с.: схем., табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9924-0034-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458118