

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по безопасности и общим вопросам

Дата подписания: 28.04.2023 12:30:56

Уникальный программный ключ:

d7a26b9e8ca85e98ac3de2ab454b4659d061f749

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»

Рабочая программа дисциплины (модуля)

ДНК бренда

Закреплена за подразделением

Кафедра автоматизированного проектирования и дизайна

Направление подготовки

09.03.03 ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА

Профиль

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

4 ЗЕТ

Часов по учебному плану

144

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

экзамен 6

аудиторные занятия

51

самостоятельная работа

57

часов на контроль

36

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	18			
Неделя	УП	РП	УП	РП
Лекции	17	17	17	17
Практические	34	34	34	34
Итого ауд.	51	51	51	51
Контактная работа	51	51	51	51
Сам. работа	57	57	57	57
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

к.т.н., Доцент, Мокрецова Л.О.; Ассистент, Буланова Е.О.; ст. преп., Материева Елена Васильевна

Рабочая программа

ДНК бренда

Разработана в соответствии с ОС ВО:

Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» по направлению подготовки 09.03.03 ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА (приказ от 02.04.2021 г. № 119 о.в.)

Составлена на основании учебного плана:

09.03.03 ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА, 09.03.03-БПИ-22.plx , утвержденного Ученым советом ФГАОУ ВО НИТУ "МИСиС" в составе соответствующей ОПОП ВО 22.09.2022, протокол № 8-22

Утверждена в составе ОПОП ВО:

09.03.03 ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА, , утвержденной Ученым советом ФГАОУ ВО НИТУ "МИСиС" 22.09.2022, протокол № 8-22

Рабочая программа одобрена на заседании

Кафедра автоматизированного проектирования и дизайна

Протокол от 05.09.2022 г., №1

Руководитель подразделения Коржов Евгений Геннадьевич, к.т.н., доцент

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	- воспитание у студентов художественного вкуса; создании представления о развитии дизайна и философии различных брендов;
1.2	- изучение национальных моделей, концепций и направлений дизайна, их отличительных особенностях, тенденциях в современном промышленном дизайне и маркетинге;
1.3	- дизайнерском осмысление процесса формирования бренда;
1.4	- в изучении принципов формирования классических теорий и концепций в промышленном дизайне для использования их в практической дизайнерской деятельности; получении основ методик дизайн – проектирования в различных областях брэндинга, знакомстве с методами разработки айдентики.

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП:		Б1.В.ДВ.09
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Linux для разработки приложений	
2.1.2	Анализ данных и аналитика в принятии решений	
2.1.3	Веб-дизайн и разработка веб-приложений	
2.1.4	Инженерное 3Д-моделирование, ч.1	
2.1.5	Интеллектуальные подсистемы BIM-технологий	
2.1.6	Композиция	
2.1.7	Математические методы моделирования физических процессов	
2.1.8	Методология дизайн-мышления	
2.1.9	Основы архитектуры и урбанистики	
2.1.10	Основы мобильной разработки	
2.1.11	Основы проектирования продуктов и сервисов будущего	
2.1.12	Основы теории и методы дизайна	
2.1.13	Рисунок и живопись	
2.1.14	Системно-архитектурный подход к управлению IT – проектами	
2.1.15	Системы управления производством (SAP, 1С, Галактика)	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	3Д-моделирование и визуализация для мета-вселенных	
2.2.2	Автоматизация конструкторского проектирования	
2.2.3	Анализ данных	
2.2.4	Анимация	
2.2.5	Инженерное 3Д-моделирование, ч.3	
2.2.6	Интерактивные приложения и виртуальная реальность	
2.2.7	Интерактивные приложения и виртуальная реальность	
2.2.8	Информационные системы управления финансами, бюджетированием и ФХД предприятия	
2.2.9	Моушн-графика и бизнес-презентации	
2.2.10	Основы DevOps	
2.2.11	Роботизация бизнес-процессов (RPA)	
2.2.12	Трехмерное моделирование и анимация	
2.2.13	Управление исполнением бизнес-процессов (BPM)	
2.2.14	Управление человеческими ресурсами (HR), взаимоотношения с клиентами (CRM) и поставщиками (SRM)	
2.2.15	Фотографика	
2.2.16	Инженерное 3Д-моделирование, ч.4	
2.2.17	Инфографика	
2.2.18	Информационные системы управления активами	
2.2.19	Коммуникационные системы зданий и сооружений	
2.2.20	Компьютерное зрение в мобильных приложениях	
2.2.21	Основы VR/AR- проектирования	
2.2.22	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.23	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.24	Психология творчества	

2.2.25	Разработка роботизированных решений
2.2.26	Сетевые модели в инженерных задачах
2.2.27	Системы имитационного моделирования бизнес-процессов

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

ПК-2: Способен проектировать, разрабатывать и оптимизировать компоненты объектов своей профессиональной деятельности при помощи современных информационных средств

Знать:

ПК-2-31 Способы проектировать, разрабатывать и оптимизировать компоненты объектов своей профессиональной деятельности при помощи современных информационных средств

Уметь:

ПК-2-У1 Проектировать, разрабатывать и оптимизировать компоненты объектов своей профессиональной деятельности при помощи современных информационных средств

Владеть:

ПК-2-В1 Способами проектировать, разрабатывать и оптимизировать компоненты объектов своей профессиональной деятельности при помощи современных информационных средств

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Формируемые индикаторы компетенций	Литература и эл. ресурсы	Примечание	КМ	Выполняемые работы
	Раздел 1. Основные понятия: бренд, торговая марка и истоки их формирования.							
1.1	Понятия «фирменный стиль», элементы фирменного стиля, методы создания проекта и методы их реализации. Графическая составляющая проекта, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы методология подготовки к выпуску. /Лек/	6	4	ПК-2-31	Л1.1 Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.9Л3.8 Л3.9 Э1			
1.2	Проведение предпроектного анализа. Способы эскизной разработки объекта дизайна Составление технического задания на основе рекомендаций выявленных из анализа /Ср/	6	9	ПК-2-У1	Л1.2 Л2.2 Л1.4 Л1.1Л2.9Л3.2 Л3.3 Э1			
1.3	Элементы фирменного стиля Графическая составляющая проекта, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы. /Пр/	6	6	ПК-2-У1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3 Л1.4 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л3.4 Л3.5 Э1			

1.4	Освоение способов эскизной разработки объекта дизайна Разработка эскизов объекта дизайна (логотипа) /Пр/	6	6	ПК-2-У1 ПК-2-В1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.8Л3.8 Э1			
1.5	Анализ графической составляющей проекта. Разработка эскизов логотипа. /Ср/	6	9	ПК-2-31 ПК-2-В1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3 Л1.4 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л3.8 Э1			
1.6	Фирменный цвет. Психологическое и физиологическое воздействие цвета Эмоциональные и физические ассоциации цвета Фирменный шрифт. Выбор, история, классификация, основные характеристики шрифтов. Читаемость, уместность, гармоничность, акцентированность шрифтов- /Лек/	6	4	ПК-2-У1 ПК-2-В1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л3.2 Л3.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л1.1 Э1			
1.7	Проведение предпроектного анализа. Выбор фирменного цвета логотипа на основе психологического воздействия /Ср/	6	9	ПК-2-У1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3 Л1.4 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л3.8 Э1			
1.8	Фирменный цвет. Эмоциональные и физические ассоциации цвета, воздействие цвета /Пр/	6	6	ПК-2-У1 ПК-2-В1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3 Л1.4 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л3.8 Э1			
1.9	Разработка концептуального цветового предложения. Интегративное моделирование (создание клаузуры). Поиск вариантов цветового решения на основе реалистичности и реализуемости проекта. /Пр/	6	5	ПК-2-31 ПК-2-У1 ПК-2-В1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л3.8 Э1			
1.10	Графическое оформление объекта дизайна (логотипа) /Ср/	6	6	ПК-2-У1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3 Л1.4 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л3.8 Э1		КМ2,К М1	Р1,Р2,Р 3

1.11	Проработка фирменного шрифта. Читаемость, уместность, гармоничность, акцентированность шрифтов /Ср/	6	9	ПК-2-У1	Л1.1 Л3.2 Л3.3 Л1.4 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л3.8 Э1				
1.12	Графическое оформление фирменного шрифта /Пр/	6	2	ПК-2-У1 ПК-2-В1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3 Л1.4 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л3.8 Э1		КМ2,К М4	Р1,Р2,Р 3	
Раздел 2. Инструменты анализа рынка – Brand capital. Маркетинг.									
2.1	Способы создания логотипа, Редизайн логотипа /Лек/	6	4	ПК-2-31	Л1.1 Л1.1 Л1.3 Л3.2 Л3.3 Л3.8Л2.3 Л3.4 Л2.4 Л2.5 Л2.1 Л2.6 Л2.7Л1.1 Э1				
2.2	Этапы разработки модульной сетки Модульная сетка как способ организации взаимосвязанной информации, /Пр/	6	5	ПК-2-У1 ПК-2-В1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.8Л3.8 Э1				
2.3	Правила проектирование модульной сетки Модульная сетка как способ организации взаимосвязанной информации, /Лек/	6	5	ПК-2-31	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л1.1 Э1				
2.4	Систематизация информации на основе модульной сетки /Пр/	6	4	ПК-2-У1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3 Л1.4 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л3.8 Э1		КМ3	Р3,Р4,Р 5	
2.5	Визитка. Виды визитных карточек. Правила оформления визитных карточек Фирменный бланк. Фирменный бланк как элемент фирменного стиля /Ср/	6	9	ПК-2-У1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3 Л1.4 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л2.1 Л3.8 Э1				

2.6	Основные средства и приёмы типографики в композиции в продуктах графического дизайна. /Ср/	6	4	ПК-2-У1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3 Л1.4 Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л3.8 Э1		КМ2,К М3	Р4,Р5
2.7	Фирменный календарь. Дизайн календарей. Виды календарей (табель календарь, квартальные, плакатные, настенные, перекидные, настольные «домики» и «пирамидки»), карманные) Фирменный плакат. Виды плакатов. Дизайн плаката /Ср/	6	2	ПК-2-В1	Л1.1 Л1.2 Л3.2 Л3.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6Л3.8 Э1		КМ2,К М3	Р3,Р4

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

5.1. Контрольные мероприятия (контрольная работа, тест, коллоквиум, экзамен и т.п), вопросы для самостоятельной подготовки

Код КМ	Контрольное мероприятие	Проверяемые индикаторы компетенций	Вопросы для подготовки
КМ1	Тест 1.	ПК-2-31;ПК-2-У1;ПК-2-В1	Основные понятия: бренд, торговая марка и истоки их формирования. Инструменты анализа рынка – Brand capital. Маркетинг. Национальные модели дизайна и их влияние на формирование бренда. Определение дизайна как формальной деятельности и как составного элемента экономической среды.
КМ2	Тест 2.	ПК-2-31;ПК-2-У1;ПК-2-В1	Айдентика бренда, фирменный стиль, стилизация. Петер Беренс и формирование бренда AEG. Концепция школы промышленного дизайна BAUHAUS. Философия бренда PORSCHE. Влияние личности на формирование и развитие бренда (Вальтер Гропиус, Фердинанд Порше и др.). Философия немецкого дизайна и функционализма, создание «Веркбунда».
КМ3	Тест 3.	ПК-2-В1;ПК-2-У1;ПК-2-31	Философия советского дизайна. Философия конструктивизма и концепция супрематизма. Системный подход в дизайне. Особенности развития отечественного художественного конструирования: организационные формы, системы подготовки дизайнеров, ориентация на региональные отрасли промышленности.
КМ4	Экзамен	ПК-2-31;ПК-2-У1;ПК-2-В1	Основные понятия: бренд, торговая марка и истоки их формирования. Инструменты анализа рынка – Brand capital. Маркетинг. Национальные модели дизайна и их влияние на формирование бренда. Определение дизайна как формальной деятельности и как составного элемента экономической среды. Айдентика бренда, фирменный стиль, стилизация. Петер Беренс и формирование бренда AEG. Концепция школы промышленного дизайна BAUHAUS. Влияние личности на формирование и развитие бренда (Вальтер Гропиус, Фердинанд Порше и др.). Философия советского дизайна. Философия конструктивизма и концепция супрематизма. Системный подход в дизайне. Особенности развития отечественного художественного конструирования: организационные формы, системы подготовки дизайнеров, ориентация на региональные отрасли промышленности.

5.2. Перечень работ, выполняемых по дисциплине (Курсовая работа, Курсовой проект, РГР, Реферат, ЛР, ПР и т.п.)			
Код работы	Название работы	Проверяемые индикаторы компетенций	Содержание работы
P1	ПР1.	ПК-2-31	Написать эссе по теме исследования : Философия ИКЕА и ДНК бренда: эстетика дома, традиционные и новые материалы, лучшее для большинства.
P2	ПР2	ПК-2-31	Написать эссе по теме исследования: Философия ДНК бренда PORSCHE.
P3	ПР3	ПК-2-31	Написать эссе по теме исследования: Философия дизайна США и компании Apple.
P4	ПР4	ПК-2-31	Написать эссе по теме исследования : Философия ДНК бренда TOYOTA и SONY.
P5	ПР5	ПК-2-31	Написать эссе по теме исследования: Философия конструктивизма и концепция супрематизма. Системный подход в дизайне.
5.3. Оценочные материалы, используемые для экзамена (описание билетов, тестов и т.п.)			
<p>Контроль качества освоения дисциплины "ДНК бренда" включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию обучающихся.</p> <p>Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины, промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.</p> <p>Текущий контроль успеваемости включает в себя задания для самостоятельного выполнения и контрольных мероприятий по их проверке.</p> <p>Оценка формируется по бальной системе за текущие контрольные и практические работы.</p> <p>Оценивание работ происходит по следующим данным: В течении семестра студент может набрать максимально - 100 баллов, при этом 60 баллов составляет сумма баллов за текущий контроль знаний, экзамен оценивается - 40 баллов</p> <p>Общая оценка за семестр для дифференцированного зачета:</p> <p>Отлично (5) выставляется при следующих баллах: от 85 баллов до 100 баллов</p> <p>Хорошо (4) выставляется при следующих баллах: от 71 балла до 84 баллов</p> <p>Удовлетворительно (3) выставляется при следующих баллах:от 56 баллов до 70 баллов</p> <p>Неудовлетворительно (2) Менее 55 баллов.</p> <p>По дисциплине предполагается следующая шкала оценок:</p> <p>а) «отлично» – студент показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу;</p> <p>б) «хорошо» – студент показывает твердые и достаточно полные знания в объеме пройденной программы, допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильно действует по применению знаний на практике, четко излагает материал;</p> <p>в) «удовлетворительно» – студент показывает знания в объеме пройденной программы, ответы излагает хотя и с ошибками, но уверенно исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов, правильно действует по применению знаний на практике;</p> <p>г) «неудовлетворительно» – студент допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.</p>			

5.4. Методика оценки освоения дисциплины (модуля, практики. НИР)

Контроль качества освоения дисциплины "ДНК бренда" включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию обучающихся.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины, промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Текущий контроль успеваемости включает в себя задания для самостоятельного выполнения и контрольных мероприятий по их проверке.

Оценка формируется по бальной системе за текущие контрольные и практические работы.

Оценивание работ происходит по следующим данным: В течении семестра студент может набрать максимально - 100 баллов, при этом 60 баллов составляет сумма баллов за текущий контроль знаний, экзамен оценивается - 40 баллов

Общая оценка за семестр для дифференцированного зачета:

Отлично (5) выставляется при следующих баллах: от 85 баллов до 100 баллов

Хорошо (4) выставляется при следующих баллах: от 71 балла до 84 баллов

Удовлетворительно (3) выставляется при следующих баллах: от 56 баллов до 70 баллов

Неудовлетворительно (2) Менее 55 баллов.

По дисциплине предполагается следующая шкала оценок:

а) «отлично» – студент показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу;

б) «хорошо» – студент показывает твердые и достаточно полные знания в объеме пройденной программы, допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильно действует по применению знаний на практике, четко излагает материал;

в) «удовлетворительно» – студент показывает знания в объеме пройденной программы, ответы излагает хотя и с ошибками, но уверенно исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов, правильно действует по применению знаний на практике;

г) «неудовлетворительно» – студент допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л1.1	Овчинникова Р. Ю., Дмитриева Л. М.	Дизайн в рекламе: основы графического проектирования: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва: Юнити, 2015
Л1.2	Кашевский П. А.	Шрифты: учебное пособие	Электронная библиотека	Минск: Літаратура і Мастацтва, 2012
Л1.3	Веселова Ю. В., Семёнов О. Г.	Графический дизайн рекламы. Плакат: учебное пособие	Электронная библиотека	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012
Л1.4	Смирнова Л. Э.	История и теория дизайна: учебное пособие	Электронная библиотека	Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2014

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л2.1	Иерусалимский А. М.	Художественные шрифты и их построение: практическое пособие	Электронная библиотека	Харьков: Универсальное Научное Издательство „УНИЗДАТ“, 1930
Л2.2	Омельяненко Е. В.	Основы цветоведения и колористики: учебное пособие	Электронная библиотека	Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2010
Л2.3	Жердев Е. В., Чепурова О. Б., Шлеюк С. Г., Мазурина Т. А.	Формальная композиция: Творческий практикум по основам дизайна: учебное пособие	Электронная библиотека	Оренбург: Университет, 2014
Л2.4	Колпащиков Л. С.	Дизайн: три методики проектирования: учебно- методическое пособие	Электронная библиотека	Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2013

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л2.5	Алдонин Г. М., Желудько С. П.	Основы эргономики и дизайна радиоэлектронных средств бытового назначения: учебное пособие	Электронная библиотека	Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2014
Л2.6	Шмалько И. С., Цыганков В. А.	Основы композиции в графическом дизайне	Электронная библиотека	Москва: ООО "Сам Полиграфист", 2013
Л2.7	Нартя В. И., Суиндииков Е. Т.	Основы конструирования объектов дизайна: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2019
Л2.8	Дементьев В. М., Королева А. В., Павлов Ю. А.	Дизайн. Основы технической эстетики: учеб. пособие	Библиотека МИСиС	М.: Изд-во МГТУ, 2008
Л2.9	Кривонос А. В.	Живопись и цветоведение: учеб. пособие для студ. спец. 261001	Электронная библиотека	М.: Изд-во МГТУ, 2010

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л3.1	Головко С. Б.	Дизайн деловых периодических изданий: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва: Юнити, 2015
Л3.2	Муртазина С. А., Хамматова В. В.	История графического дизайна и рекламы: учебное пособие	Электронная библиотека	Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2013
Л3.3	Тарасова О. П.	Организация проектной деятельности дизайнера: учебное пособие	Электронная библиотека	Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2013
Л3.4	Смекалов И. В., Шлеюк С. Г.	Изучение классических произведений живописи дизайнерами: учебно-методическое пособие	Электронная библиотека	Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2014
Л3.5	Босых И. Б.	Проектирование конкурентной упаковки: методическое пособие для преподавателя по дисциплине «Дизайн-проектирование»: практическое пособие	Электронная библиотека	Екатеринбург: Архитектон, 2014
Л3.6	Казарина Т. Ю.	Цветоведение и колористика: практикум	Электронная библиотека	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2017
Л3.7	Алексеев А. Г.	Проектирование: предметный дизайн: учебное наглядное пособие	Электронная библиотека	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2017
Л3.8	Мокрецова Л. О., Головкина В. Б., Дохновская И. В., Чиченева О. Н.	Деловая и презентационная графика: метод. указания к практ. занятиям	Электронная библиотека	М.: Изд-во МИСиС, 2009
Л3.9	Павлов Ю. А.	Компьютерная графика и дизайн	Библиотека МИСиС	М.: Изд-во МГТУ, 2002

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Э1	Разработка фирменного стиля	lms.kanvas
----	-----------------------------	------------

6.3 Перечень программного обеспечения

П.1	Лицензии ПО Windows Server CAL ALNG LicSAPk MVL DvcCAL, ПО WinEDUA3 ALNG SubsVL MVL PerUsr и PerUsr
П.2	КОМПАС-3D v17
П.3	Microsoft Visio 2016
П.4	Microsoft Visual Studio 2015

П.5	LMS Canvas
П.6	Microsoft Office
П.7	MS Teams
П.8	3ds Max
П.9	CorelDRAW Graphics Suite X4
П.10	Autodesk Revit
6.4. Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных	

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Ауд.	Назначение	Оснащение
Г-525	Компьютерный класс	комплект учебной мебели, 30 рабочих мест, оборудованных персональными компьютерами с подключением к сети «Интернет» (25 шт.) и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета, сетевой принтер
Г-530	Аудитория для самостоятельной работы	комплект учебной мебели на 10 рабочих мест, рабочее место преподавателя с персональным компьютером, без доступа к ИТС «Интернет»
Г-510	Учебная аудитория	комплект учебной мебели на 36 рабочих мест, монитор
Г-510а	Компьютерный класс	38 рабочих мест (ПК 20 шт.), пакет лицензионных программ MS Office, набор демонстрационного оборудования в том числе: доска учебная, мультимедийный проектор, экран проекционный, комплект учебной мебели

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Чтение лекций осуществляется с использованием компьютерных презентаций. В ходе лекционных и практических занятий используется мультимедийное оборудование (компьютер, интерактивная доска и проектор).

Практические занятия направлены на углубление научно-теоретических знаний и овладение определенными методами самостоятельной работы, которое формирует практические умения. Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу.

В процессе обучения широко используются такие активные и интерактивные формы занятий, как тематические дискуссии, мозговая атака, презентации, ситуативные симуляции, ролевые игры. Предусмотрены мастер-классы с практикующими специалистами.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет порядка 50 %.

Контроль качества освоения дисциплины "ДНК бренда" включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию обучающихся.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины, промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.