

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 27.05.2024 12:00:17
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5692742735c18b1d6

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Полиграфический институт

УТВЕРЖДАЮ
Директор Полиграфического института
/Нагорнова И.В./
«» _____ 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Графический дизайн рекламных и арт-объектов»

Направление подготовки
29.03.04 «Технология художественной обработки материалов»

Профиль
Дизайн и конструирование рекламных и арт-объектов

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Москва – 2024

Разработчик:

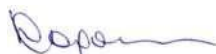
Преподаватель _____/Е.М. Ляпина/

И.о. зав. кафедрой ХТОПШ
канд. искусств.

_____ /Е.А. Подтуркина/

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Технологии
и управление качеством в полиграфическом
и упаковочном производстве», к.т.н.,



/Ф.А. Доронин/

Руководитель образовательной программы
к.т.н.,



/И.В. Нагорнова/

Содержание

Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
Структура и содержание дисциплины	5
3.1. Виды учебной работы и трудоемкость	6
3.2. Тематический план изучения дисциплины	6
3.3. Содержание дисциплины	
3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий	
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение	9
4.1. Нормативная литература	10
4.2. Основная литература	10
4.3. Дополнительная литература	10
4.4. Электронные образовательные ресурсы	11
4.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	11
Материально-техническое обеспечение	11
Методические рекомендации	12
5. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения	
5.1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплин	12
Фонд оценочных средств	14
Методы контроля и оценивания результатов обучения	15
Оценочные средства	16

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

К основным *целям* освоения дисциплины «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» следует отнести:

К **основным целям** освоения дисциплины «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» следует отнести формирование:

- знаний в области графического дизайна рекламных и арт-объектов;
- умения ориентироваться в проблематике конструирования современных рекламных и арт-объектов;
- навыков анализа актуальных проблем графического дизайна рекламных и арт-объектов
- подготовку высококвалифицированных кадров, востребованных в условиях цифровой турбулентности и высоких технологических рисков современной цифровой экономики

К основным *задачам* освоения дисциплины «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» следует отнести:

● основной задачей освоения дисциплины «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» является формирование у обучающихся знаний, необходимых для осуществления профессиональной деятельности дизайнеров в соответствии с компетенциями ФГОС ВО

● формирование у студента требуемого набора компетенций, соответствующих его направлению подготовки и обеспечивающих его конкурентоспособность на рынке труда

Обучение по дисциплине «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций в соответствии с ФГОС 29.03.04

«Технология художественной обработки материалов», утвержденным приказом Минобрнауки России от 26.11.2020 N 1456:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
<p>ПК-1 Способен выполнять трехмерное эскизирование и проектирование художественно-промышленных объектов оформительского, рекламного и шрифтового характера с учетом требований эргономики и эстетики, соответствия цветовых решений назначению объекта</p>	<p>ИПК-1.5. Формулирует текущие и конечные цели и формирует техническое задание дизайн-проекта художественно-промышленных объектов оформительского, рекламного и шрифтового характера, находит оптимальные цифровые, технические и конструкторские способы их достижения и решения ИПК-1.6. Выполняет работы по изучению запросов и анализу потребительских и эргономических характеристик художественно-промышленных объектов;</p>

Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа разработана в 2024 году в соответствии с:

- ФГОС 29.03.04. Технология художественной обработки материалов 26.11.2020 N 1456 2021.
- Академический учебный план по направлению подготовки: 29.03.04 Технология художественной обработки материалов. Профиль: «Дизайн и конструирование рекламных и арт-объектов». Форма обучения – очная. 2024.
- Академический учебный план по направлению подготовки: 29.03.04 Технология художественной обработки материалов. Профиль: «Дизайн и конструирование рекламных и арт-объектов». Форма обучения – очная. 2024.
- Матрица компетенций по направлению подготовки 29.03.04 Технология художественной обработки материалов. Профиль: «Дизайн и конструирование рекламных и арт-объектов». Форма обучения – очная. 2024.
- Матрица компетенций по направлению подготовки 29.03.04 Технология художественной обработки материалов. Профиль: «Дизайн и конструирование рекламных и арт-объектов». Форма обучения – очная. 2024.
- Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 № 642 «Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации».

● Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1.2.1, часть, формируемая участниками образовательных отношений «Технологии полиграфического и упаковочного производства»

Дисциплина «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» логически связана с последующими дисциплинами:

В части, формируемой участниками образовательных отношений:

- Теория композиции
- Концептуальный графический дизайн
- Техническая эстетика и эргономика
- 3D-визуализация рекламных и арт-объектов

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы -144 часа.

3.1. Виды учебной работы и трудоемкость

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестр 1
1	Аудиторные занятия		
	В том числе:		
11.	Лекции	16	16
12.	Семинарские/практические занятия		
1	Лабораторные занятия	32	32
2	Самостоятельная работа студента	96	96
3	Промежуточная аттестация		
	экзамен	Э	Э
	Итого	144	144

3.2. Тематический план изучения дисциплины

Размещён в приложении 1 к рабочей программе.

Содержание разделов дисциплины

Введение

Предмет, задачи и содержание дисциплины. Основные этапы развития дисциплины. Структура курса, его место и роль в подготовке бакалавра, связь с другими дисциплинами.

Раздел 1. Особенности проектирования дизайн-объектов

Тема 1. Основные принципы проектирования объектов в пространстве

Тема 2. Пространственное мышление

Тема 3. Различия плоскостного и объёмного в графическом дизайне

Раздел 2. Проектирование арт-объектов

Тема 1. Предпроектная подготовка, оценка пространства

Тема 2. Анализ сегмента и конкурентного окружения

Тема 3. Работа по брифу заказчика

Тема 4. Поиск идеи и метафоры

Тема 5. Разработка Big Idea проекта

Тема 6. Подход к эскизированию: как объяснить и визуализировать свою идею

Тема 7. Технические средства и инструменты проектирования

Тема 8. Основные принципы работы с материалами

Тема 9. Предпроизводственная и предпечатная подготовка

Тема 10. Продвижение и популяризация арт-объекта: в социальных медиа, NFT, AR/VR

Раздел 3. Проектирование рекламных объектов

Тема 1. Что такое POSM?

Тема 2. Какую роль POSM играет в рекламе брендов и товаром бренда

Тема 3. Как разработать эффективный POS: идея, KV, макет

Тема 4. Материалы и доступные дизайнеру инструменты

3.3. Тематика практических занятий по дисциплине

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание темы (раздела)
1	Особенности проектирования дизайн-объектов	<p>1. Особенности проектирования дизайн-объектов</p> <p>1.1. Основные принципы проектирования объектов в пространстве</p> <ul style="list-style-type: none"> - Этапы работы над проектом - Виды объектов дизайн-проектирования <p>1.2. Пространственное мышление - принципы размещения объектов в пространстве</p> <p>1.3. Различия плоскостного и объёмного в графическом дизайне</p>
2	Проектирование арт-объектов	<p>2.1. Предпроектная подготовка, оценка пространства</p> <ul style="list-style-type: none"> - Первичный осмотр площадки - Зонирование пространства <p>2.2. Анализ сегмента и конкурентного окружения</p> <p>2.3. Работа по брифу заказчика</p> <p>2.4. Поиск идеи и метафоры</p> <p>2.5. Разработка Big Idea проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> - Цель и задачи арт-объекта <p>2.6. Подход к эскизированию: как объяснить и визуализировать свою идею</p> <ul style="list-style-type: none"> - Первичные эскизы - Детальная проработка эскиза <p>2.7 Технические средства и инструменты проектирования</p> <ul style="list-style-type: none"> - Плоттерная резка - Печать на самоклейке - Печать на ПВХ и МДФ <p>2.8. Основные принципы работы с материалами</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oracal - Виниловая плёнка - Объёмные материалы <p>2.9. Предпроизводственная и предпечатная подготовка</p> <p>2.10. Продвижение и популяризация арт-объекта: в социальных медиа, NFT, AR/VR</p> <ul style="list-style-type: none"> - NFT и блокчейн - AR/VR, примеры проектов
3	Проектирование рекламных объектов	<p>3.1. Что такое POSM?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определение POSM - Основные POSM решения <p>3.2. Какую роль POSM играет в рекламе брендов и товаром бренда</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основные цели и задачи POSM - POSM для торговых точек - POSM для компании - Как правильно выбрать POSM

		- Рекомендации по разработке
--	--	------------------------------

Методика преподавания дисциплины «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» и реализация комплексного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает использование следующих активных и интерактивных форм проведения групповых и индивидуальных аудиторных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков, обучающихся:

- лекции с использованием презентаций;
- семинары и практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы в области теории композиции, выполняются и обсуждаются комплексные учебные задания (КУЗ), а также проводится заслушивание и обсуждение докладов;
- консультации преподавателя;
- самостоятельная работа, закрепляющая знания, умения и навыки, полученные в ходе лекций, семинаров и практических занятий;
- итоговый контроль в форме экзамена.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Нормативные документы и ГОСТы

- ФГОС 29.03.04. Технология художественной обработки материалов 26.11.2020 N 1456 2021.
- Академический учебный план по направлению подготовки: 29.03.04 Технология художественной обработки материалов. Профиль: «Дизайн и конструирование рекламных и арт-объектов». Форма обучения – очная. 2024.
- Академический учебный план по направлению подготовки: 29.03.04 Технология художественной обработки материалов. Профиль: «Дизайн и конструирование рекламных и арт-объектов». Форма обучения – очная. 2024.
- Матрица компетенций по направлению подготовки 29.03.04 Технология художественной обработки материалов. Профиль: «Дизайн и конструирование рекламных и арт-объектов». Форма обучения – очная. 2024.
- Матрица компетенций по направлению подготовки 29.03.04 Технология художественной обработки материалов. Профиль: «Дизайн и конструирование рекламных и арт-объектов». Форма обучения – очная. 2024.
- Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 № 642 «Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации».
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

4.1. Основная литература

1. Литература

2. Основная литература по дисциплине:

3. 1. Р. Вильямс «Дизайн, книга для недизайнеров»;
4. 2. П. Рэнд «Дизайн форма и хаос»;
5. 3. Д. Огилви «О рекламе»;
6. 4. Т. Ли Стоун, С. Адамс, А. Мариока «Дизайн Цвета. Практикум»;
7. 5. С. Уейншик «100 главных принципов дизайна. Как удержать внимание»;

4.2. Дополнительная литература

5. 1. Ю. Гордон «Книга про буквы от Аа до Яя»;
6. 2. М. Кумова «Айдентика. Динамика, образ, типографика, цвет, иллюстрация и паттерн»;
7. 3. М. Бейрут «Теперь вы это видите»;
8. 4. Д. Роэм «Визуальное мышление»;
9. 5. М. Микалко «Рисовый штурм»;

10.

11. Электронные ресурсы:

12. 1. Pinterst.com
13. 2. thedieline.com
14. 3. Underconsideration.com
15. 4. Behance.net
16. 5. Adsoftheworld.com
17. 6. Lemanoosh.com
18. 7. Worldbranddesign.com

18.1. Электронные образовательные ресурсы

Проведение занятий и аттестаций возможно в дистанционном формате с применением системы дистанционного обучения университета (СДО-LMS) на основе разработанных кафедрой «ХТОПП» электронных образовательных ресурсов (ЭОР) по всем разделам программы:

Графический дизайн рекламных и арт-объектов	https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=13319
--	---

Разработанные ЭОР включают тренировочные и итоговые тесты.

Порядок проведения работ в дистанционном формате устанавливается отдельными распоряжениями проректора по учебной работе и/или центром учебно-методической работы.

Каждый студент обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной библиотеке Московского Политеха

<https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=7621§ion=1> .

4.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Перечень ресурсов сети Интернет, доступных для освоения дисциплины:

№	Наименование	Ссылка на ресурс	Доступность
Электронно-библиотечные системы			
	Лань	https://e.lanbook.com/	Доступна в сети Интернет без ограничений
	IPR Books	https://www.iprbookshop.ru/	Доступна в сети Интернет без ограничений
Профессиональные базы данных			
	База данных научной электронной библиотеки (eLIBRARY.RU)	http://www.elibrary.ru	Доступно
	Web of Science Core Collection – политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных	http://webofscience.com	Доступно

5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально – техническая база университета обеспечивает проведение всех видов занятий, предусмотренных учебным планом, и соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

6. Методические рекомендации

6.1. Методические рекомендации для преподавателя

В процессе самостоятельного изучения материала необходимо ориентироваться на специальную литературу, интернет-источники и активно посещать художественные музеи, как постоянные экспозиции, так и выставки.

Преподаватель при проведении занятий руководствуется личным профессиональным и творческим опытом в соответствии с учебным планом, графиком учебного процесса и данной программой. Основной целью преподавателя является формирование творческой личности обучающегося, ориентированной на профессиональную деятельность в качестве дизайнера.

Методические указания по выполнению и подготовке устных докладов

Целью доклада является расширение и углубление знаний в области графического дизайн рекламных и арт-объектов. Самостоятельная работа над темой должна привить студенту навыки самостоятельного творческого мышления и суждений; научить аргументированному изложению своих знаний и убеждений в форме презентаций и докладов.

Студент выбирает тему самостоятельно, с возможностью консультации с преподавателем. Выбор темы должны подсказать личные профессиональные интересы студента. Темы докладов в обязательном порядке согласовываются с преподавателем. Для работы над избранной темой обучающемуся надлежит подобрать и изучить соответствующие источники информации (литературу, интернет-ресурсы и т.п.). Самостоятельность суждений в изложении не исключает точек зрения, почерпнутых из специальных информационных источников.

Доклад-презентацию желательно сопроводить развернутым планом. Вначале составляется предварительный план; затем, когда материал по теме окончательно собран, изучен и продуман, следует приступить к его окончательному варианту. План поможет выработать логическую последовательность мышления и четче выявить поставленные задачи. Структура доклада-презентации определяется в каждом отдельном случае, исходя из характера раскрываемой темы. Желательно, чтобы она включала вступление, основную часть, заключение. Следует продумать пропорциональные соотношения всех частей доклада-презентации в соответствии со значимостью каждой из них в общей структуре работы.

1. Фонд оценочных средств

Оценочными средствами освоения дисциплины и текущего контроля успеваемости являются устный доклад и КУЗ (комплексное учебное задание).

Устный доклад-презентация – средство, позволяющее оценить умение обучающегося самостоятельно систематизировать и анализировать материал, излагать суть поставленной проблемы.

Комплексное учебное задание (КУЗ) – средство, позволяющее развить у обучающихся способность применять на практике полученные в процессе изучения дисциплины знания, умения и навыки.

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Задание (форма отчета)
1	Особенности проектирования дизайн-объектов	КУЗ
2	Проектирование арт-объектов	КУЗ
3	Проектирование рекламных объектов	КУЗ

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра.

Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» на экзамене проводится путём устного опроса с

учетом результатов выполнения КУЗ (10 заданий). Перечень контрольных вопросов к экзамену выдаётся преподавателем заранее (в начале семестра). По итогам промежуточной аттестации по дисциплине «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

Оценка итогов промежуточной аттестации по дисциплине «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» проводится методом балльно-рейтинговой системы; при этом баллы начисляются: за выполнение КУЗ; за ответы на вопросы к экзамену.

Максимальный суммарный балл составляет 100 и складывается из следующих максимальных баллов:

Источник баллов	Максимальный балл
Результаты выполнения КУЗ (10 заданий)	20
Ответы на вопросы к экзамену (80 вопросов)	80

1. Комплексное учебное задание оценивается по следующим критериям:

Шкала оценивания (баллы)	Описание
0-5	Задание не выполнено или выполнено частично, на низком/среднем художественном уровне. Комплексное учебное задание отличается недостаточной креативностью творческой концепции, низким/средним качеством выполнения. Студент демонстрирует низкую/среднюю степень владения художественными и техническими приемами, инструментами и не достаточно свободно выражает свой творческий замысел в материале.
6-10	Задание выполнено в полном объеме на хорошем/высоком художественном уровне. Комплексное учебное задание отличается креативностью творческой концепции, хорошим/отличным качеством выполнения, оригинальностью авторского замысла. Студент демонстрирует хорошую/высокую степень владения художественными и техническими приемами, инструментами и свободно выражает свой творческий замысел в материале.

2. Ответы на вопросы к экзамену (на экзамен сдается тест из 80 вопросов; баллы начисляются за каждый вопрос) оцениваются по следующим критериям:

Шкала оценивания (баллы)	Описание
0-5	Обучающийся демонстрирует неполное владение требуемыми знаниями, умениями, навыками; допускает значительные ошибки; проявляет отсутствие некоторых знаний, умений, навыков; испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями.

6-10	Обучающийся демонстрирует полное владение требуемыми знаниями, умениями, навыками; свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками. При этом могут быть допущены незначительные ошибки и неточности.
------	---

По результатам суммирования баллов (п.п. 1-3) выставляется «зачтено»/«не зачтено», исходя из следующих критериев:

Суммарный балл	Оценка
0-59	Не зачтено
60-100	Зачтено

**Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине
«Графический дизайн рекламных и арт-объектов»**

Таблица 1

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Особенности проектирования дизайн-объектов		КУЗ
2	Проектирование арт-объектов		КУЗ
3	Проектирование рекламных объектов		КУЗ

**П1.2 Описание оценочных средств по дисциплине
«Графический дизайн рекламных и арт-объектов»**

***П1.2.1 Перечень оценочных средств
по дисциплине «Графический дизайн рекламных и арт-объектов»***

Таблица 2

№ ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС

1	Устный доклад	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой выступление по определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной теме. Целью доклада является расширение и углубление знаний в области теории композиции. Самостоятельная работа над темой должна привить студенту навыки творческого мышления и суждений; научить аргументированному изложению своих знаний и убеждений в устной форме.	Темы докладов
2	Комплексное учебное задание (КУЗ)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой художественное произведение на заданную тему. Целью КУЗ является развитие у обучающихся способности применять на практике полученные в процессе изучения теории композиции знания, умения и навыки.	Темы КУЗ

Темы комплексных учебных заданий (КУЗ)

Задание 1. Сбор кейсов музейных экспозиций (презентация)

Проведите исследование минимум 5 кейсов музейных экспозиций (зарубежных или отечественных). Соберите исследование в презентацию.

Разбейте визуальное исследование на следующие категории:

1. Интересные примеры входных групп в музей/на выставку
2. Интересные примеры таймлайнов
3. Интересные примеры отдельных инсталляций/арт-объектов

Обоснуйте свой выбор письменно или устно

Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.1. Предпроектная подготовка (презентация)

Проведите исследование минимум 3-х музеев Москвы или МО.

Посетите выбранные музеи. Обратите внимание на следующие факторы:

- 1) Как выглядит входная группа музея (снаружи и внутри)
- 2) Какие особенности экспозиции вы можете выделить
- 3) Есть ли у музея сувенирный магазин, какой у него ассортимент
- 4) Обратите внимание на внутримuzeйную навигацию
- 5) Обратите внимание какие способы коммуникации использует музей (вывески, наружная реклама, афиши)
- 6) Подумайте, каких объектов не хватает в музее, предложите концептуальные варианты

Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.2. Анализ сегмента

Провести исследование конкурентов согласно методологии в рамках предложенного проекта: исследовать конкурентов М. Звягинцевой (личный бренд), исследовать конкурентное окружение Музея "Гараж".

- 1) Изучите тренды сегмента (искусство, паблик арт, стрит арт)
- 2) Изучите творчество М. Звягинцевой
- 3) Определите от 3 до 5 конкурентов: кратко опишите каждого конкурента (общая информация, позиционирование, работы)
- 4) Определите от 3 до 5 конкурентных игроков Музея "Гараж": кратко опишите каждого конкурента (общая информация, позиционирование, особенности)

Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.3. Разбор брифа и носителей

После разбора брифа у вас появился список носителей, необходимых для проектирования:

1. Вывеска музея
2. Входная группа в музей/на выставку
3. Афиша к выставке или постоянной экспозиции (для экстерьера и интерьера музея)
4. Арт-объект для выставки, включающий графику и световые/аудио/видео эффекты на выбор

Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.4. Поиск идеи

На основе ваших исследований из предыдущего задания выберете один для разработки (после консультации с преподавателем). Предложите 3 концепции качественных изменений для выбранного музея. Оформите концепции в презентацию.

Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.5. Презентация идеи

Определить ключевую идею в предложенных проектах:

- <https://artmarin.ru/public-art/stairs>
- <https://artmarin.ru/public-art/water>
- <https://daily.afisha.ru/news/39775-hudozhnik-tima-radya-szheg-buduschee-v-svoem-art-obekte-future/>

Для определения центральной идеи важно понять позиционирование проекта, целевую аудиторию и коммуникационную суть.

Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.6. Эскизы

На основе выбранной ранее концепции подготовьте эскизы и визуализируйте их в интерьере музея.

Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.7. Проектирование объектов

Сделайте чистовые эскизы ваших объектов и визуализации к ним.

Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.8. Подбор материалов

Разберите свою идею с технической точки зрения. Добавьте в существующую презентацию технические характеристики своих объектов, перечислите материалы, которые вы бы использовали в реализации проекта. Создайте чертёж-эскиз вашего проекта для производства.

Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 3.1. Найти примеры креативных онлайн и офлайн POSM

Найти примеры креативных онлайн и офлайн POSM: бенчмарк исследование креативных решений в области индор (внутренней рекламы) и аутдор (наружной рекламы). Прикрепить ссылки креативных решений и короткое описание.

Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 3.2. Создание стенда продукции для супермаркета

Создание стенда продукции для супермаркета/ ритейла: подобрать форм-фактор и креативное решение в виде индор POSM для вашего любимого бренда категории FMCG.

Для выполнения задания следует определить целевой бренд категории FMCG, выбрать подходящий под продукцию POSM, разработать конструктивное решение и дизайн.

Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

