

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
«Айдентика (фирменный стиль)»

По направлению подготовки: 54.03.01 «Дизайн»

По профилю: «Графический дизайн»

Квалификация выпускника: Бакалавр

Выпускающая кафедра: Дизайн

Кафедра- разработчик рабочей программы: «Дизайн»

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Айдентика (фирменный стиль)» является:

- приобретение студентами общекультурных представлений, профессиональных теоретических знаний в области истории айдентики;
- понимание процесса формирования знаково-символических систем в истории искусства и культуры;
- понимание генезиса айдентики и выявление причин возникновения и востребованности уникальных знаково-символических систем на разных этапах мировой истории;
- понимание истории айдентики в контексте развития стилистических моделей в истории графического дизайна;
- представлять типологию айдентики, иметь представление о характере носителей айдентики;
- умение анализировать образцы айдентики с точки зрения образно-графических, формально-стилевых, историко-культурных позиций, выявлять идею и проектные задачи, оценивать результаты;
- умение осознавать композиционную структуру, процесс соподчинения отдельных элементов айдентики;
- умение выделять отличительные особенности айдентики в зависимости от ее принадлежности к той или иной проектной модели, образно-графической концепции (модернизм, постмодернизм, «визуальный язык» современности);
- понимание взаимосвязи стилистических особенностей продуктов айдентики и других форм графического дизайна в контексте определенной стилистической модели;
- понимание коммуникативной роли айдентики в рамках визуальной культуры;
- понимание профессиональной роли и ответственности дизайнера-графика в формировании визуальной среды, знакомство с творчеством выдающихся мастеров графического дизайна.

2. Содержание дисциплины «Визуальные коммуникации»:

Айдентика. Генезис жанра. Возникновение знаково-символических систем, их формирование и становление в процессе социального и культурного развития общества

Проектные модели. Модернистская концепция

Проектные модели. Постмодернистская концепция. «Игра без правил»

Визуальные языки современности

Типология айдентики. Специфика проектирования в рамках различных систем коммуникации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- определение айдентики, основные этапы ее исторического развития;
- возможности и виды рекламной коммуникации;

- критерии оценки айдентики;
- стилистические особенности айдентики в рамках важнейших направлений в графическом дизайне (концепций формообразования);

2) Уметь:

- разрабатывать брифы и планировать рекламные акции;
- работать в коллективе рекламного агентства среди других специалистов в области айдентики, находить общий язык с ними;
- пользоваться историко-культурным материалом для поиска наиболее адекватного проектно-художественного решения.
- уметь анализировать примеры айдентики, выделяя отдельные композиционные элементы (цвет, шрифт, характер формы и фактуры) и проектную идею;
- разбираться в современных трендах графического дизайна.

3) Владеть:

- методикой разработки дизайнерских концепций, проектирования брендов;
- методикой проектирования айдентики, осуществлять контроль за процессом проектирования;
- применением в рамках концептуального подхода к проектированию знаний новейших стилистических тенденций и направлений;
- грамотным применением знаний по истории айдентики в проектировании и навыками поиска информации;.

Зав.каф. Дизайн



В.В.Хамматова