МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

Иркутской области

«Ангарский промышленно – экономический техникум»

(ГБПОУ ИО «АПЭТ»)

**Авторская педагогическая разработка**

(комбинаторная)

Требования к оформлению отчета по учебной практике

ПМ 01 Разработка художественно – конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно - пространственных комплексов

по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

(очная форма)

(учебно - методическое пособие)

|  |
| --- |
| Автор – составитель разработки: |
| Кузнецова Наталья Владимировна |
| преподаватель профессионального |
| цикла ГБПОУ ИО «АПЭТ» |
|  |

2022 г.

г. Ангарск

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ОДОБРЕНО  цикловой комиссией |  |  |
| профессионального цикла |  |  |
| по специальностям и профессиям |  |  |
| 29.02.04, 43.02.08, 54.02.01 и 54.01.20 |  |  |
| Председатель / М.А. Дягилева |  |  |
| « » 2022 г. |  |  |
| Методические рекомендациипо учебной практикепрофессионального модуля 01 Разработка художественно – конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно - пространственных комплексов по специальности 54.02.01 Дизайн по отраслям.Методические рекомендации, г. Ангарск, ГБПОУ ИО «АПЭТ» - 30 стр.  **Аннотация.** Методические рекомендации составлены в соответствии с рабочей программой профессионального модуля профессионального модуля 01 Разработка художественно – конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно - пространственных комплексов по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).  Данные рекомендации содержат пояснения по прохождению учебной практики, сообщается последовательность выполнения учебной практики, даны примеры оформления содержания отчета, указана структура отчета и практической части практики. | | |

**Автор-составитель:** Кузнецова Наталья Владимировна, преподаватель ГБПОУ ИО «АПЭТ».

Рассмотрено на заседании методического пособия и рекомендовано к использованию в учебном процессе в ГБПОУ ИО «АПЭТ», протокол №\_\_\_\_\_\_\_от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

# СОДЕРЖАНИЕ

[СОДЕРЖАНИЕ 3](#_Toc120863346)

[ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА 4](#_Toc120863347)

[1. ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ И ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 11](#_Toc120863348)

[1.1 Обязанности студентов во время прохождения практики 11](#_Toc120863349)

[1.2 Обязанности студентов при завершении практики 11](#_Toc120863350)

[2 ЦЕЛИ И ЭТАПЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 12](#_Toc120863351)

[3 СОДЕРЖАНИЕ ЗАДАНИЙ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 13](#_Toc120863352)

[4 ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА ПО РЕЗУЛЬТАТАМ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 19](#_Toc120863353)

[4.1 Виды работ, выполняемых по ходу учебной практики. 19](#_Toc120863354)

[4.2 Объем и содержание отчета по учебной практике 19](#_Toc120863355)

[5 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ОТЧЕТА 34](#_Toc120863356)

[5.1 Общие требования 34](#_Toc120863357)

[5.2 Рубрикация проекта, нумерация страниц, содержание 34](#_Toc120863358)

[5.3. Иллюстрации 34](#_Toc120863359)

[5.4. Таблицы 35](#_Toc120863360)

[5.5. Формулы 35](#_Toc120863361)

[ПРИЛОЖЕНИЕ А 38](#_Toc120863362)

[ПРИЛОЖЕНИЕ Б 39](#_Toc120863363)

[ПРИЛОЖЕНИЕ В 41](#_Toc120863364)

# ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля «Разработка художественно-конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно-пространственных комплексов» (далее - ПМ. 01) специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) проводится в седьмом семестре на четвертом курсе, предусмотрена в объеме 144 часов и является завершающей при изучении профессионального модуля. Данная учебная практика относится к МДК 01.02 Основы проектной и компьютерной графики и нацелена на формирование знаний, умений и навыков по разработке продуктов графического дизайна, а также является основным этапом подготовки студентов к процедуре демонстрационного экзамена.

Учебная практика является составной частью учебного процесса, которая организуется и проводится на основании ФГОС СПО.

Программа практики предназначена для подготовки студентов к выполнению профессиональных задач в объеме должностных обязанностей дизайнера.

Основные задачи практики:

 формирование у студентов знаний, умений и навыков, профессиональных компетенций, профессионально значимых личностных качеств;

 развитие профессионального интереса, формирование мотивационно-целостного отношения к профессиональной деятельности, готовности к выполнению профессиональных задач в соответствии с нормами морали, профессиональной этики и служебного этикета;

 адаптация студентов к профессиональной деятельности.

В процессе практик по профессиональному модулю обучающиеся овладевают следующими видами профессиональных компетенций:

1.1 Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов.

1.2 Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учетом современных тенденций в области дизайна.

1.4 Разрабатывать колористическое решение дизайн-проекта.

1.5 Выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов.

Задания учебной практики направлены на формирование у общих компетенций и достижения личностных результатов по избранной специальности и реализуемых в рамках профессионального цикла:

| **Личностные результаты**  **реализации программы воспитания**  *(дескрипторы)* | **Код личностных результатов реализации программы воспитания** | **Общие компетенции по ФГОС СПО, приведенные к коду личностных результатов программы воспитания** |
| --- | --- | --- |
| Осознающий себя гражданином и защитником великой страны. | **ЛР 1** | ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. |
| Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций. | **ЛР 2** | ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. |
| Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих. | **ЛР 3** | ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. |
| Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа». | **ЛР 4** | ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес  ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. |
| Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России. | **ЛР 5** | ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. |
| Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях. | **ЛР 6** | ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. |
| Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. | **ЛР 7** | ОК 6. Работать в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. |
| Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства. | **ЛР 8** | ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. |
| Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях. | **ЛР 9** | .  ОК 6. Работать в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. |
| Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой. | **ЛР 10** | ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. |
| Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. | **ЛР 11** |
| Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания. | **ЛР 12** |
| **Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности** | | |
| Подготовка пояснительных записок к проектам, их рассмотрение и защита | **ЛР 13** | ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. |
| Проводить сравнительный анализ аналогичной отечественной и зарубежной продукции, оценку их эстетического уровня | **ЛР 14** | ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. |
| Анализировать научно-техническую информацию, необходимую на различных стадиях (этапах) художественного конструирования | **ЛР 15** | ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| **Личностные результаты**  **реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями** | | **ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.** |
| Соответствие личностных качеств профессиональному и должностному статусу | **ЛР 16** | ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. |
| Актуальная квалифицированность (компетенции из профессиональной области, способности продуктивного владения профессиональными технологиями)  Владение несколькими видами профессиональной деятельности в рамках специальности | **ЛР 17** | ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. |
| Профессиональное мышление, профессиональная интуиция, самостоятельность в решении профессиональных проблем | **ЛР 18** | ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.  ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. |
| Стремление к непрерывному профессиональному образованию, повышению квалификации и профессиональной переподготовки, позволяющее гибко реагировать на изменение потребностей национального и глобального рынка труда | **ЛР 19** | ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| Мотивация к инновационной деятельности, изобретательству и техническому творчеству, деятельности, направленной на повышения общественного спроса на российские инновации | **ЛР 20** | ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. |
| Готовность к прохождению процедуры сертификации знаний и компетенций, в том числе полученных путём самообразования | **ЛР 21** | ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. |
| Конкурентоспособность. Эффективная трудовая мобильность | **ЛР 22** | ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.  ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. |
| Трудовая, проектная и предпринимательская активность путём совмещения учебной и трудовой деятельности при помощи практик дуального образования и труда | **ЛР 23** | ОК 2. Организовывать собственную деятель-ность, выбирать типо-вые методы и способы выполнения профессиональных задач, оцени-вать их эффективность и качество. |
| **Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами**  **образовательного процесса** | | |
| Тайм менеджмент: мотивация, планирование, достижение цели, саморазвитие, качество работы | **ЛР 24** | ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. |
| Общественная активность через деятельность общественных объединений, направленных на развитие молодёжного предпринимательства.  Обладание культурой предпринимательства, в том числе у выпускников с ограниченными возможностями здоровья | **ЛР 25** | ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. |
| Позитивное отношение к семье и браку  Позитивное отношение к другим культурам и религиям.  Формирование ответственного отношения к здоровому образу жизни | **ЛР 26** | ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. |
| Творческая установка, профессиональное творчество | **ЛР 27** | ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| Мотивация к профессиональной и личной самореализации | **ЛР 28** | ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.  ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. |

Учебная практика ПМ.01 проводится на базе техникума преподавателем специальных дисциплин профессионального цикла.

Задания практики ПМ.01 являются едиными для обучающихся всех форм обучения.

В период выполнения заданий учебной практики профессионального модуля на студентов распространяются требования охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в техникуме.

**Содержание практики по профессиональному модулю**

| **Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК).**  **Содержание практики и виды работ** | **Объем часов** |
| --- | --- |
| **МДК 01.02 Основы проектной графики (Графический дизайн)** | **144** |
| **Виды работ:** |  |
| * ознакомление с заданием, изучение особенностей объекта проектирования | 6 |
| * сбор необходимой информации на заданную тему, материалов и документов | 6 |
| * проведение анализа прототипов | 6 |
| * работа с литературными источниками по данной теме | 6 |
| * изучение особенностей проектируемого объекта | 6 |
| * эргономическая программа проекта | 6 |
| * концептуальное решение проекта: идея, образ, форма | 6 |
| * концептуальное решение проекта: цвет, принципы композиции, являющиеся основой для создания образа стиля фирмы | 6 |
| * проведение общего анализа ситуации | 6 |
| * поисковые работы: эскизы, наброски знака, выполненные вручную | 6 |
| * поисковые работы: эскизы, наброски знака, выполненные вручную | 6 |
| * проработка теоретической части концепции проекта | 6 |
| * поисковые работы: эскизы фирменного блока, декоративных элементов, выполненные вручную | 6 |
| * поисковые работы: эскизы фирменного блока, выполненные на компьютере | 6 |
| * поисковые работы: подбор шрифтов в графическом редакторе | 6 |
| * поисковые работы: декоративных элементов, выполненные на компьютере | 6 |
| * разработка элементов фирменного стиля в соответствии с постановленными задачами (деловая продукция) | 6 |
| * разработка элементов фирменного стиля в соответствии с постановленными задачами (рекламная продукция) | 6 |
| * разработка элементов фирменного стиля в соответствии с постановленными задачами (сувенирная продукция) | 6 |
| * составление краткого брендбука | 6 |
| * оформление работ в портфолио | 6 |
| * композиция всех элементов фирменного стиля | 6 |
| * выполнение презентации для защиты, распечатка презентационного планшета и отчета по практике | 6 |
| * защита отчета по практике | 6 |
| **Всего учебная практика** | **144** |

# 1. ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ И ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

# 1.1 Обязанности студентов во время прохождения практики

Получение у руководителя практики задания на практику и консультации от руководителя практики по всем вопросам прохождения учебной практики, в том числе порядок оформления рабочей документации по практике (требования к оформлению отчета) (см. Приложения).

Ежедневное систематическое накопление материала для оформления отчета по практике.

Несвоевременная явка студента без уважительных причин к назначенному сроку на практику рассматривается как прогул.

На основании программы практики студент обязан составить отчет:

содержание отчёта должно соответствовать программе и раскрывать темы учебной практики;

отчет о практике составляется в соответствии в содержанием, установленным настоящими учебно - методическими рекомендациями;

отчёт должен содержать эскизы, зарисовки, и дизайн-макеты, выполненные вручную или на ПК, которые прилагаются к отчету;

каждый студент составляет отчет самостоятельно, не допускается составление его двумя – тремя и более студентами вместе;

отчет обязательно должен содержать фактический материал;

отчёт составляется студентом в период прохождения учебной практики.

В процессе практики студент должен представлять отчет руководителю практики для проверки.

# 1.2 Обязанности студентов при завершении практики

Защита учебной практики является промежуточной стадией обучения по ПМ 01 «Разработка художественно – конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно - пространственных комплексов» и проводится в форме дифференцированного зачета

На защиту итогов учебной практики студент обязан предоставить:

индивидуальный отчет обучающегося, проходившего практику;

слайдовую презентацию с фотографиями, изображениями и текстом, отражающими основные мероприятия, события практики и разработки или использовать мультимедиа-презентацию;

аттестационный лист практической подготовки в виде учебной практики;

характеристику по освоению профессиональных компетенций;

публичное выступление.

Оценка учебной практики производится по установленным критериям с учетом качества и требующегося количества набросков, эскизов, фор-эскизов, дизайн макетов, сопроводительной документации и таблиц, а также устного отзыва руководителя практики.

Студенты, не представившие в установленный срок отчет по практике, или не защитившие его по неуважительной причине, считаются имеющими академическую задолженность.

# 2 ЦЕЛИ И ЭТАПЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Целью учебной практики является закрепление общих и профессиональных компетенций, определяющих готовность обучающихся к виду профессиональной деятельности **Разработка художественно– конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно-пространственных комплексов.**

Практика делится на 4 основных этапа, скомплектованных по основным показателям оценки результатов.

**1 ЭТАП Подготовительный (аналитический). Заключается в работе с иллюстративным материалом, тенденциями моды, анализе и отборе творческого материла, выполнение набросков и эскизов.**

**2 ЭТАП включает разработку художественной концепции проекта, включая подбор шрифтов и цветовой гаммы.**

**3 ЭТАП включает разработку разработку основных элементов фирменного стиля объекта.**

**4 ЭТАП включает разработка носителей фирменного стиля.**

# 3 СОДЕРЖАНИЕ ЗАДАНИЙ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

**Проектное задание**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Основная задача:** | | Разработать дизайн – макеты фирменной продукции для организации или произвести ребрединг фирменной продукции для организации в соответствии с выданным техническим заданием | | |
| **Краткая характеристика** | | | | главные элементы фирменного стиля; носители фирменного стиля соответствуют требованиям технического задания |
| **Исходные данные:** | | | информация об организации, направления ее деятельности, (при ребрединге- логотип), предпочтения в дизайне | |
| **Задачи** | **1 ЭТАП** – Подготовительный (аналитический). Заключается в работе с иллюстративным материалом, тенденциями моды, анализе и отборе творческого матери-ла, выполнение набросков и эскизов. | | | |
| ознакомление с заданием, изучение особенностей объекта проектирования;  сбор необходимой информации на заданную тему, материалов и документов;  проведение анализа выданных прототипов, проведение поиска дополнительных прототипов;  изучение особенностей проектируемого объекта (культурно-исторические особенности его месторасположения, уникальные достоинства, функциональные особенности, потребности потребителя и пр.);  проведение общего анализа ситуации;  составление полного портрета потребителя, определение его фактических и истинных потребностей: - составление брифа на разработку | | | | |
| **2 ЭТАП**– **разработка художественной концепции проекта, включая подбор шрифтов и цветовой гаммы**  проработка теоретической части концепции проекта;  задействование разных способов художественной выразительности;  выполнение эскизных вариантов дизайн-предложений по основным элементам фирменного стиля;  формулирование финальной концепции проекта | | | | |
| **3 ЭТАП** – **разработка основных элементов фирменного стиля объекта проектирования**  разработка эскизов фирменного знака- карандашный вариант;  разработка эскизов фирменного знака – выполнение в векторной графике в программе;  подбор шрифта для написания логотипа с ориентированием на разработанный фирменный знак;  окончательный выбор цветовой гаммы проекта (основных и дополнительных цветов);  формирование фирменного блока (целостной композиции логотипа и фирменного знака);  формирование дополнительных графических элементов и паттернов;  разработка правил использования основных элементов фирменного стиля (части брендбука) | | | | |
| **4 ЭТАП** – **разработка носителей фирменного стиля**  разработка деловой продукции;  разработка рекламной продукции;  разработка сувенирной продукции  разработка демонстрационного планшета | | | | |

**ПРИМЕРЫ ВЫДАВАЕМЫХ НАЧАЛЬНЫХ ТЕХНИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ НА РАЗРАБОТКУ**

***1 Представление***

***О БРЕНДЕ***

***Группа компаний «СКБ Контур»***

*Контур создает программное обеспечение для бизнеса с 1988 года. Наши продукты помогают тратить меньше времени на рутину, а общение с гос. органами и поставщиками делают проще и прозрачнее. Решениями Контура пользуются 2,2 млн компаний в России и за рубежом. Головной офис «СКБ Контур» находится в Екатеринбурге.*

*В портфеле «Контура» - интернет-отчётность и онлайн-бухгалтерия, сервисы для ЭДО (электронный документооборот) и работы с маркировкой, облачный товаро-учет и онлайн-кассы, проверка контрагентов и электронные подписи для любых задач. Все сложное зашито в алгоритмах сервиса, чтобы директора, бухгалтеры, юристы могли не копаться в законах, а развивать своё дело.*

*Разрабатывает решения для бизнеса, инвестируют в образование, инфраструктуру и IT-сообщество. Ключевые направления бизнеса «СКБ Контур» - ЭДО, бухгалтерия, электронная подпись и онлайн-кассы. Выручка за 2020 год составила 18,1 млрд рублей.*

*В 2020 году к «CKБ Контур» присоединился «Такснет» - оператор ЭДО и один из крупнейших игроков на рынке передачи отчетности Татарстана. И выходя на новый уровень и расширяя спектр областей, «СКБ Контур» сотрудничает с IT-компаниями и стартапами, которые специализируются на платных сервисах для бизнеса, ориентированных на массовую аудиторию, было принято решение о ребрендинге фирменного стиля компании.*

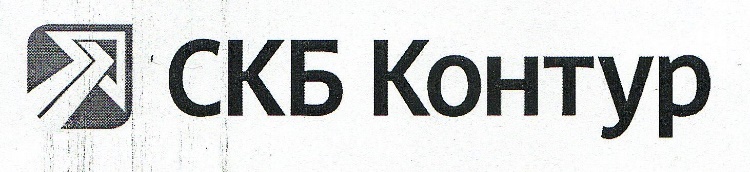
*Целевая аудитория: фирмы с ЭДО, молодые специалисты со стартапами и IT-компании.*

*Ключевые слова: отчётность, информатика, IT-направление, будущее.*

***ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА И ЗАДАЧ***

*Задание: ребрендинг фирменного стиля и его элементов*

*Пример старых фирменных элементов компании*

******

***Направление:***

*Являясь динамичной компанией, мы хотим индивидуальной узнаваемости на рынке предоставляемых услуг. Компания нуждается в уникальном креативном дизайне фирменного стиля. Нам необходимо переработать фирменный стиль компании, начиная с логотипа, включающий текст, а также иконки, которая сможет самостоятельно использоваться на продуктах нашей компании (все основные носители фирменного стиля, включая корпоративную, сувенирную продукцию и т. д.) для успешного продвижения и рекламы компании в сфере услуг.*

***ПРЕДПОЧТЕНИЕ ПО ЦВЕТУ***

*Используйте цвета, которые ассоциируются с деятельность компании. Недопустимы оттенки красного.*

***2 Представление***

***О БРЕНДЕ***

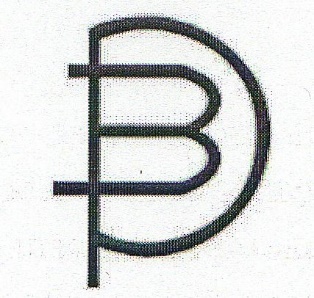
*АО «172 Центральный автомобильный ремонтный завод» (АО «172 ЦАРЗ») специализируется на ремонте автомобильной техники, техники военного и специального назначения, автомобильных узлов и агрегатов, изготовлении продукции общего машиностроения. Предприятием освоены технологии ремонта всего модельного ряда марок ГАЗ, КамАЗ, БАЗ, ЗиЛ, гусеничного тягача МТ-ЛБ и его модификаций, инженерной техники, топливозаправщиков. Завод также проводит ремонт узлов и агрегатов автомобильной и гусеничной техники. Современное оборудование и высококвалифицированные кадры позволяют дать вторую жизнь двигателям, коробкам передач, элементам рулевого управления, электрооборудованию, деталям подвески и ходовой части.*

*Целевая аудитория: Вооруженные силы России, компании, имеющие на учёте автомобильную технику, технику военного и специального назначения.*

*Ключевые слона: оборона, сила, военные, техника, автомобили.*

***ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА И ЗАДАЧ:*** *Ребрендинг фирменного стиля*

*Пример старой эмблемы/иконки организации*

**

***Направление:***

*В данный период времени компания переходит на новый уровень и берет заказы на производство новой оборонной техники для Вооруженных сил России и им необходим уникальный дизайн фирменного стиля, который будет показывать мощь и неуязвимость оборонной промышленности в стране. Нам необходимо переработать фирменный стиль компании, начиная с логотипа, включающий текст, а также иконку, которая сможет самостоятельно использоваться па продуктах нашей компании (все основные носители фирменного стиля, включая корпоративную, рекламную продукцию и т. д.) для успешного продвижения и рекламы компании в сфере оборонной промышленности.*

***ПРЕДПОЧТЕНИЕ ПО ЦВЕТУ***

*Используйте цвета, которые ассоциируются с деятельность компании. Недопустимы оттенки зеленого.*

***3 Представление***

***О БРЕНДЕ***

*Гильдия адвокатов «Равновесие» -  это команда опытных правозащитников с блестящей деловой репутацией.  Мы всегда готовы оказать квалифицированную юридическую помощь, предложить оптимальное решение или дать совет. Десятки специалистов работают с клиентами ежедневно, активно используя возможности современных средств коммуникации. Анализируя судебную практику, изучая научные труды лучших юристов России и Запада, правозащитники оттачивают мастерство, чтобы вновь и вновь отстаивать Ваши интересы!*

*Закон – наша сила! Знание – инструмент!*

*Ежедневно в коллегию обращаются за помощью десятки россиян. Каждое выигранное дело – это маленькая победа, приближающая нас к главной цели – справедливому и развитому обществу. Наши адвокаты и юристы обладают учеными степенями и многолетней судебной практикой. Их квалификация подтверждена дипломами государственного образца, а также множеством грамот и благодарных отзывов.*

*Целевая аудитория: работающая часть населения страны со средним достатком.*

***ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА И ЗАДАЧ:*** *Разработка фирменного стиля и его элементов*

***Направление:***

*Россияне должны быть уверены в непоколебимости предоставленных им прав. Мы считаем обеспечение интересов предпринимателей, компаний, обычных граждан главной своей задачей. Ответственность, качество и своевременность – таковы принципы юридической помощи.*

*Логотип должен быть создан в строгом стиле.*

*Мы хотим получить логотип с иконкой, который гармонично включён в типографическую композицию и отражает деятельность компании.*

***ПРЕДПОЧТЕНИЕ ПО ЦВЕТУ***

*Используйте ассоциативные цвета, которые связаны с надёжностью, стабильностью. Категорически запрещаются оттенки красного цвета.*

***4 Представление***

***О БРЕНДЕ***

*Гостиница «Gustav» - пятизвездочная гостиница с прекрасным видом на реку Преголя и является частью великолепного архитектурного ансамбля, примыкающего к острову Иммануила Канта. На территории гостиницы есть фитнес центр с бассейном и 4 видами саун, SPA-салон и бар-ресторан на 50 посадочных мест. Спокойная живая музыка дневного Gustav сменяются на ритмы ночной жизни в клубе, находящимся на 1 этаже гостиницы.*

*Гостиница названа в честь яркого представителя венского модерна Густава Климта. Весь интерьер насыщен как ранними работами художника, так и репродукциями известных картин. Ежегодно на день рождение Густава Климта гостиница Gustav привозит шедевр мировой живописи – знаменитый «Поцелуй» Климта. В этот день картину могут лицезреть только гости гостиницы. Проход на территорию гостиницы всем кроме гостей Gustav закрыт.*

*Целевая аудитория: мужчины и женщины с высоким уровнем достатка, топ-менеджмент, директора и учредители фирм. Мужчины и женщины в равной пропорции.*

*Ключевые слова: красота, удобство, комфорт, элитарность, отдых.*

***ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА И ЗАДАЧ:*** *Разработка фирменного стиля и его элементов*

***Направление:***

*Мы хотим, чтобы фирменный стиль выделялся на фоне стиля других гостиниц, где зачастую логотип и иконка – это дублирование названия/первых букв гостиницы, которые тиражируются направо и налево, а элитарность передается только задействованием позолоты и засечек в тексте. Нам нужно что-то необычное, запоминающиеся и креативное, под стать Густаву Климту, но в то же время, не слишком нагруженное в деталях и обилию цветов. Так же мы не хотим, чтобы стиль нашей гостиницы путали с стилем художественной мастерской или магазином канцелярских товаров.*

*Мы хотим получить логотип с иконкой, который гармонично включён в типографическую композицию и отражает деятельность компании и ее сильные/необычные стороны.*

***ПРЕДПОЧТЕНИЕ ПО ЦВЕТУ***

*Используйте ассоциативные цвета, которые связаны с элитарностью, необычностью, креативом, спокойствием, вдохновением, комфортом и удобством.*

***5 Представление***

***О БРЕНДЕ***

*«Милле» - Качество продуктов, Качество жизни.*

*Раскрывая пользу продуктов, мы повышаем качество жизни каждого – сегодня и для будущих поколений. Это наша цель.*

*«Милле» – Качество продуктов, Качество жизни. Мы верим, что качественные продукты могут сделать жизнь лучше. Вкусная и полезная еда насыщает и приносит удовольствие. Она помогает расти здоровыми детям, развиваться домашним питомцам, хорошо себя чувствовать нашим родителям, и всем нам жить полной жизнью. Вкусная и полезная еда объединяет нас. Качественные продукты – это также уважение к нашей планете и сохранение ресурсов для будущих поколений.*

*Целевая аудитория: Семьи с детьми дошкольного и школьного возраста, следящие за своим здоровьем и здоровьем своих детей.*

*Ключевые слова: Здоровье, вода, хранение, забота, жизненная сила, источник живого*

***ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА И ЗАДАЧ:*** *Разработка фирменного стиля и его элементов*

***Направление:***

*Наша компания постоянно проводит различные исследования, стремясь расширить границы возможного в области производства продуктов питания, напитков и лечебного питания, чтобы повышать качество жизни и вносить вклад в здоровое будущее. Мы направляем наши энергию и ресурсы на разработку и продвижение продуктов, которые могут помочь людям изменить свою жизнь и жизнь их домашних питомцев к лучшему, защитить и улучшить окружающую среду и принести пользу нашим акционерам, а также другим заинтересованным сторонам. В линейку нашей продукции входит более 2000 брендов – от легендарных и известных во всем мире до популярных локальных торговых марок. Мы ведем бизнес в 187 странах мира.*

*Мы выделили три наиболее приоритетных направления на период до 2030 года, которые определяют нашу деятельность и способствуют реализации Целей ООН по устойчивому развитию. Руководствуясь нашими ценностями, основанными на уважении, мы стремимся внести свой вклад в формирование здорового будущего. Мы любим интересные задачи!*

***ПРЕДПОЧТЕНИЕ ПО ЦВЕТУ***

*Используйте ассоциативные цвета, неброскую, спокойную, возможно нежную палитру, которая будет создавать ощущения семьи, защищенности, здоровья, экологичности и гармонии с природой.*

# 4 ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА ПО РЕЗУЛЬТАТАМ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

# 4.1 Виды работ, выполняемых по ходу учебной практики.

Ознакомление с организацией/предполагаемым заказчиком (характеристика, позиционирование на рынке, философия) – проработка технического задания и оформление брифа, проработка аналогов/конкурентов, проведение анализа рынка на данный момент;

разработка фирменного стиля компании и его отдельных элементов;

разработка правил использования фирменного стиля и его элементов (разработка одного основного раздела брендбука/краткого брендбука);

разработка актуальных носителей фирменного стиля компании в области:

деловой продукции;

рекламной продукции;

сувенирной продукции;

разработка презентации и оформление презентационного планшета;

оформление отчета;

защита разработки.

4.2 Объем и содержание отчета по учебной практике

для МДК 01.02 Основы проектной и компьютерной графики представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Объем и содержание отчета по учебной практике

| **Наименование разделов и подразделов отчета** | **Рекомендуемый объем** | |
| --- | --- | --- |
| **Пояснительная**  **записка, стр.**  **отчета** | **Графическая часть, лист**  **отчета** |
| **ВВЕДЕНИЕ** | **1** |  |
| **1 НАУЧНО – ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ РАЗДЕЛ** | **9-13** |  |
| 1.1 Анализ выданного технического задания | 1-2 | Приложение А |
| 1.2 Анализ приложенных к техническому заданию элементов фирменного стиля | 1-2 |  |
| 1.3 Проведение анализа рынка и существующих конкурентов | 3-4 |  |
| 1.4 Формирование брифа на разработку | 4-5 |  |
| **2 ПРОЕКТНО – КОМПОЗИЦИОННЫЙ РАЗДЕЛ** | **7-10** |  |
| 2.1 Концепция дизайна. Цветовое решение. Типографика | 1-2 |  |
| 2.2 Разработка элементов фирменного стиля | 3-4 | Приложение Б |
| 2.3 Формирование правил использования элементов фирменного стиля (базовый брендбук) | 3-4 | Приложение Б |
| **3 КОНСТРУКТОРСКО – ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ** | **7-11** |  |
| 3.1 Разработка деловой продукции | 3-4 | Приложение В |
| 3.2 Разработка рекламной продукции | 2-3 | Приложение В |
| 3.3 Разработка сувенирной продукции | 1-2 | Приложение В |
| 3.4 Разработка демонстрационного планшета | 1-2 | ГЧ А2, Приложение Г (А4) |
| **ВЫВОДЫ** | **1** |  |
| **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК** | **2-3** |  |
| **ПРИЛОЖЕНИЯ** |  |  |
| **ИТОГО:** | **27-39** |  |

**Требования к оформлению**

Объем пояснительной записки отчета по учебной практике не должен превышать 39 страниц (без учета страниц приложений) печатного текста.

Требования к оформлению титульного листа представлены в Приложении А.

Пояснительная записка содержит эскизы фирменного стиля, печатной рекламной продукции, деловой продукции, сувенирной продукции, выдержек брендбука и материалы описательного характера. Пояснения должны быть краткими, технически обоснованными и ясными. Для построения дизайн - макетов и продуктов графического дизайна задействуются средства компьютерной графики. Пояснительная записка содержит фотографии, рисунки, копии материалы описательного характера. Пояснения должны быть краткими, технически обоснованными и ясными.

Расположение материала в ПЗ следует выполнять с учетом последовательности, представленной в Таблице 1 настоящих указаний.

Графическая часть отчета включает:

Итоговая работа в формате А-2 (594 х 420 мм) с изображением основных элементов фирменного стиля и базовых носителей фирменного стиля – демонстрационный планшет.

Все проектные работы фиксируются фото – или видео – аппаратурой и включаются в отчет по учебной практике.

**Защита отчета по практике**

По результатам учебной практики обучающийся представляет отчет, презентацию и планшет.

**01 Разработка художественно-конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно-пространственных комплексов**

В кратком докладе студент излагает основное содержание учебной практики (5-7 мин), особо останавливаясь на новых разработках и замечаниях, сделанных руководителем практики во время ее выполнения.

Доклад обязательно сопровождается мультимедийной презентацией.

Оценка учебной практики производится по установленным критериям с учетом практической ценности проекта и качества разработанных продуктов.

**Содержание отчета по практике и описание предшествующих к этому этапов проектирования**

**ВВЕДЕНИЕ**

Введение – это короткий обзор, в котором излагается цель и актуальность учебной практики. В качестве цели указывается первостепенная задача практики (разработка), а также несколько индивидуальных целей (не более трех) которые обучающийся желает достигнуть по завершению или в процессе прохождения практики.

Целями могут быть:

- отработка определенных навыков (или получение новых) в анализе, поиске информации или владении программ;

- выработка своих подходов и алгоритмов в планировании и реализации этапов проектирования;

- получение более углубленных знаний по проектированию определенных дизайн-макетов и т.д.

Актуальность проектирования прописывается с ориентировкой на текущий момент времени. В конце введения обязательно прописываются объекты и дизайн-макеты, которые должны быть разработаны в ходе практики, а также указываются этапы проектирования, через которые обучающемуся придется пройти в процессе разработки дизайн-макетов.

**1 НАУЧНО – ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ РАЗДЕЛ**

Данный раздел является исследовательской базой, от результатов которого будет идти дальнейшая разработка проекта, ведь дизайн-проектирование, это не только разработка графической части проекта, но и большая аналитическая работа. Формирование данного раздела поможет максимально понять, что хочет заказчик от результатов проектирования, какую мысль и идею он хочет вложить в концепцию фирменного стиля организации и какими способами это можно достичь. Полученная информация поможет сделать первые этапы разработки более направленными, исключающими перебирание множества эскизных решений «в слепую», что может занять большее количество времени, чем это отведено на период учебной практики. Потому к данному разделу стоит подходить максимально ответственно, как это было бы при работе с реальным заказчиком.

Все разделы отчета включают в себя несколько глав, каждая из которых имеют свои вступление и вывод. Данная структура будет способствовать систематизации проектной информации.

**1.1 Анализ выданного технического задания**

На данном этапе формируется одна из отправных точек разработки фирменного стиля.

В данном разделе необходимо представить основные выдержки из графы «О бренде», которые были предоставлены заказчиком в начальном техническом задании.

Анализ необходимо произвести в следующей последовательности:

- выявление основных и второстепенных характеристик организации, которые можно будет задействовать при формировании визуальной части проекта/ фирменного стиля при помощи использования разных средств художественной выразительности: цвета, графики, характера рисунка, толщин линий, текстур и т.д.;

- прямые пожелания от заказчика, которые должны содержать в себе указания о предпочтительной цветовой гамме проекта, о видах и стилях используемого шрифта, о впечатлениях, которые должен вызывать стиль организации и т.д. Конкретика в пожеланиях заказчика – является обязательной к исполнению и имеет первостепенное значение.

Текст исходного технического задания вкладывается ПРИЛОЖЕНИЕ А, а все выдержки и умозаключения, которые делаются в процессе проведения технического задания ссылаются непосредственно на него с указанием его расположения в отчете.

**1.2 Анализ приложенных к техническому заданию элементов фирменного стиля**

В данной главе проводится анализ приложенных к первичному заданию готовых вариантов элементов фирменного стиля/ фирменного блока (совмещенного фирменного знака/иконки и логотипа/текстового написания), которые заказчик выделил как «интересные», «привлекательные», «выразительные»: тем самым он задал определенную визуальную отправную точку проекта, исходя из своего вкуса и симпатий. При проведении анализа данного материала стоит уделить внимание рассмотрению схожих и отличительных черт каждого предоставленного «аналога» в общем и частном порядке – данная информация пойдет в вывод к главе.

В ходе проведения анализа образцов фирменного стиля заполняется Таблица 1 - Разбор элементов фирменного стиля, предложенных заказчиком.

Таблица 1 – Разбор элементов фирменного стиля, предложенных заказчиком

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Образец фирменного стиля | Цветовая палитра и ее характеристики | Разбор графики |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Таблица заполняется следующим образом:

В первый столбец (Образец фирменного стиля) вставляется сам образец (картинкой) и приписывается расшифровка названия организации. Картинка должна вставляться в ячейку и не выходить за ее рамки, перекрывая видимые границы. Если первоначальное изображение не подходит для комфортной вставки в таблицу и имеет большое количество белых полей – изображение можно подрезать в конструкторе изображений, но графическая часть, при этом, должна остаться нетронутой;

В второй столбец (Цветовая палитра и ее характеристики) вставляется изображение используемых цветов в виде набора «кубиков», выстроенных в один-два ряда. Словесное наименование цветов не указывается. В качестве характеристики цветов используется следующая информация: используемый вид цветовой гармонии (контраст, триада, тетраэдра и т.д.), какое впечатление складывается у зрителя, когда он смотрит на данное сочетание цветов и почему;

В третий столбец вставляется разбор графической части исполнения элементов фирменного стиля, т.е. сам визуал и рисунок. В данном столбце имеет место быть разбор характера рисунка: стиль, используемые линии/плашки, толщина элементов, общая композиция элементов, соотношение размеров текста и рисунка, детальность и проработанность элементов, способы создание общей гармонии, акцента и т.д. Также студенту стоит прописать свою ассоциативно-эмоциональную характеристику графической части образца.

После заполнения таблицы прописывается общий анализ, исходя из информации, представленной в таблице. Весь анализ должен свестись к одной мысли: есть ли схожие черты у всех образцов, приложенных заказчиком к техническому заданию, которые можно будет воплотить в разработке проектной части практики, или же подбор образцов проводился заказчиком по «размытым» критериям, которые будет затруднительно четко реализовать при разработке фирменного стиля? Если в подборе была «системность», то ее необходимо четко прописать в выводе к главе и задействовать в дальнейшем.

**1.3 Проведение анализа рынка и существующих конкурентов**

В данной главе проводится анализ фирменного стиля схожих по направленности организаций (т.е. аналогов). Данные аналоги проектировщик подбирает самостоятельно.

Подбор аналогов должен учитывать:

территориальные особенности размещения организаций;

спектр оказываемых услуг организаций;

потенциальная целевая аудитории.

При проведении анализа необходимо выделить схожие и отличительные черты фирменного стиля рассматриваемых организаций.

Это поможет сориентироваться дизайнера в разработке элементов фирменного стиля при абсолютно разных условиях проектирования: «если заказчик желает, чтоб стиль организации был нестандартный и выделялся среди остальных, и он готов пойти на некоторый риск» или же «если заказчик желает более стандартизированный фирменный стиль, который будет смотреться среди аналогов «середнячком и своим парнем»: т.е. «беспроигрышный вариант» с минимумом рисков».

В конце главы прописываются и обобщаются схожие и отличительные черты аналогов, указываются схожие характеристики аналогов с элементами фирменных стилей, которые были непосредственно предоставлены заказчиком в техническом задании (подраздел 1.2).

Для анализа подбирается 10 локальных организаций (в пределах России/региона расположения заказчика) и 10 иностранных организаций, схожих по направленности, тематике и списку оказываемых услуг. Чем более разными по исполнению визуальной части и используемой цветовой гаммы будут подобраны аналоги -тем лучше.

Основной разбор представляется в Таблице 2 «Разбор элементов фирменного стиля организаций-конкурентов».

Таблица 2 – Разбор элементов фирменного стиля организаций-конкурентов

| Элементы фирменного стиля | Техническая информация о организации | Разбор характеристик визуальной части |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Таблица 2 «Разбор элементов фирменного стиля организаций-конкурентов» заполняется следующим образом:

В первый столбец (Элементы фирменного стиля) вставляются образцы-аналоги фирменного стиля в виде изображений. Рекомендуется вставлять не только готовые фирменные блоки (текстовое написание и иконка/фирменный знак), но и их отдельные элементы, если в данном фирменном стиле допустимо их использование отдельно друг от друга (т.е. иконка/фирменный знак и логотип/текстовое наименование могут использоваться отдельно друг от друга, например, как фирменный знак «M» может использоваться отдельно от названия «McDonald’s»). Все изображения должны вставляться в ячейку и не выходить за ее рамки, перекрывая видимые границы. Если первоначальное изображение не подходит для комфортной вставки в таблицу и имеет большое количество белых полей – изображение можно подрезать в конструкторе изображений, но графическая часть, не должна потерять свою целостность;

Во второй столбец (Техническая информация о организации) вставляется краткая информация, отвечающая на следующие вопросы: «Кто? (полное наименование организации)», «Где? (территориальное размещение)», «Какие размеры у этой компании? (только 1 головной офис или же это целая сеть, которая действует на большой территории?)», «Какие услуги предоставляются?», «Какая основная целевая аудитория/основной потребитель продуктов и услуг данной организации?», «Какова политика и философия организации?» «Каковы цели организации (сейчас/в обозримом будущем)? – без учета получения финансовой выгоды»;

В третий столбец (Разбор характеристик визуальной части) вставляется разбор графической части исполнения элементов фирменного стиля, т.е. сам визуал и рисунок. В данном столбце имеет место быть разбор характера рисунка: стиль, используемые линии/плашки, толщина элементов, общая композиция элементов, соотношение размеров текста и рисунка, детальность и проработанность элементов, способы создание общей гармонии, акцента и т.д., а также текстовой составляющей фирменного блока. Далее происходит анализ рисунка и текста, как единой композиции, а не отдельных элементов. Также студенту стоит прописать свою ассоциативно-эмоциональную характеристику графической части аналогов и провести логические цепочки о том, как часть технической информации о организации находит свое воплощение в визуальной части (т.е. найти связь между вторым и третьим столбцом таблицы).

**1.4 Формирование брифа на разработку**

На основе глав 1.1 – 1.3 формируется таблица 3- Бриф на разработку фирменного стиля и его носителей, которая дает систематизировать полученную информацию и позволит приступить к непосредственной разработке фирменного стиля и его носителей. Бриф заверяется подписью заказчика и является полноценным документом. Заверенный подписью бриф не позволит заказчику или дизайнеру менять установленные и оговоренные условия, выдвинутые к разработке. Бриф – является Абсолютом, конечной формой технического задания, разложенного по пунктам в формате письменного диалога заказчика с дизайнером, который не подразумевает двойного толкования.

*Обратите внимание, что в таблице 3 присутствуют «Дата заверения» и «Подпись» - они даются на заполнение руководителю практики (потенциальному заказчику) по окончанию заполнения соответствующих таблиц брифа.*

|  |  |
| --- | --- |
| Таблица №3 - Бриф на разработку фирменного стиля и его носителей | |
| Информация о компании | |
| Название компании |  |
| Контактная информация:  Адрес (головного офиса)  Контактный телефон  Электронная почта/факс |  |
| Род деятельности компании |  |
| Продукция/предоставляемые услуги |  |
| Размещение/географическое положение (с учетом филиалов) |  |
| Возраст компании |  |
| Целевая аудитория/возраст потребителей продуктов и услуг, предоставляемых компанией |  |
| Ближайшие конкуренты на рынке |  |
| Информация о дизайнере-исполнителе | |
| ФИО |  |
| Контакты для связи  -телефон  -электронная почта |  |
| Дата заверения\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Подпись \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 3.  Информация к разработке | |
| Чистовые дизайн-макеты к разработке, с указанием количества и полного наименования | |
| Фирменный стиль и его элементы/ части брендбука |  |
| Деловая продукция |  |
| Рекламная продукция |  |
| Сувенирная продукция |  |
| Другое (если предполагается) |  |
| **1.Разработка фирменного стиля и его элементов/частей брендбука** | |
| Политика/философия компании |  |
| Характеристика/основные черты компании (выделить первостепенные и второстепенные по значимости для компании и дизайнера) |  |
| Цвет (запретная цветовая гамма, предпочтительная цветовая гамма) |  |
| Шрифты (характер, предпочтения, рисунок) |  |
| Чувственная составляющая: какие ощущения должен вызывать уже разработанный фирменный стиль, какую идею должен содержать, черты |  |
| Планируемых объем декоративных элементов/дополнительных графических элементов |  |
| Наличие выданных примеров реализованных элементов фирменного стиля (референсов) - вставить картинкой при наличии |  |
| Количество установленных эскизов/фор. эскизов, черновых поисковых работ и набросков |  |
| Брендбук: планируемые разделы и информация к нему |  |
| Формат брендбука (развороты и т.д.) |  |
| Дата заверения\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| **2. Разработка носителей фирменного стиля** | |
| Деловая продукция | |
| **Визитка** | |
| Общие требования к носителю |  |
| Базовые размеры |  |
| Корпоративная  Обязательные элементы |  |
| Индивидуальная  Обязательные элементы |  |
| **Деловая бумага/фирменный бланк** | |
| Общие требования к носителю |  |
| Планируемое исполнение по цвету |  |
| Обязательные элементы и блоки |  |
| Рекламная продукция | |
| **Рекламная вывеска** | |
| Исходные данные (тип, приблизительный размер) |  |
| **Рекламный баннер** | |
| Размещение/формат полотна |  |
| Направленность/цель данной рекламы |  |
| **Флаер/Буклет** | |
| Формат, размеры |  |
| Направленность |  |
| Обязательная информация, обязательные блоки |  |
| Графика, планируемое наличие фотоизображений, объем текста, роль разных сторон листа |  |
| Сувенирная продукция | |
| Наименование планируемых разработок (с прописыванием пользователей и актуальности) |  |
|  |  |
| Дата заверения\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

После таблицы прописываются все требования к разработке (в одном месте), выявленные в процессе проведения анализа материалов и составления брифа: - таким образом формируется общий вывод всего 1 Научно-исследовательского раздела.

**2 ПРОЕКТНО – КОМПОЗИЦИОННЫЙ РАЗДЕЛ**

В данном разделе, на основе информации из первого раздела производится формирование концепции проекта, подбор цветовой гаммы проекта (основной и дополнительной), создаются эскизы элементов фирменного стиля сначала вручную, а затем – на ПК. После окончательного формирования основы фирменного стиля компании: для ее элементов создаются правила по использованию, которые являются базовой информацией брендбука.

**2.1 Концепция дизайна. Цветовое решение. Типографика**

На данном этапе прохождения практики и формирования отчета, происходит разработка основного базового концепта, возложенного в основу фирменного стиля, который будет комбинироваться с несколькими дополнительными для создания большей оригинальности наработок будущего фирменного стиля. Здесь же производится подбор цветовой гаммы проекта (основных и дополнительных цветов, которые будут использоваться в проекте). Следует сразу же выдвинуть не менее трех предложений концепций и цветов, которые дизайнер мог бы предложить на выбор реального заказчика. Этапы формирования концепции и цветового решения с логическими обоснованиями прописываются в данной главе.

**2.2 Разработка элементов фирменного стиля**

На данном этапе создаются рукописные наработки фирменного стиля по заданным данным, которые позже выльются в одно/несколько конкретных предложений, которые будут реализованы в программе.

На основе полученных данных из Раздела 1, а также главы 2.1 второго раздела, разрабатывается 25 фор-эскизов с наработками фирменного знака/ иконки (допустимо единовременное проектирование фирменного знака вместе с логотипом (текстовым написанием наименования организации-заказчика). Фор-эскизы размещаются в Приложении Б.

Из 25 фор-эскизов заказчик выбирает 5 наиболее понравившихся и отвечающих требованиям к разработке, которые обучающийся продолжает прорабатывать. Позже из нескольких вариантов выбирается 1 вариант, наиболее полно отвечающий следующим критериям: удобство использования на разных носителях(компактность), выразительность, информативность, концептуальная целостность и оригинальность.

Выбранный вариант дорабатывается до категории «чистового эскиза». Далее к визуальной части делается подбор шрифта для использования в написании логотипа (не менее 15 вариаций из которых будет выбран 1 вариант, наиболее подходящий по рисунку написания и идеи). После определяется общая композиция (размещение фирменного знака и логотипа относительно друг друга, а также возможной приписки о организации). При размещении стоит заранее попробовать нанести сформированные вариации фирменного блока на базовые носители фирменного стиля (визитка, вывеска) и посмотреть – какой вариант более выигрышно смотрится, с каким вариантом будет проще организовывать размещение текста и дополнительной графики.

После разработки основных элементов фирменного стиля разрабатываются дополнительные элементы графики: паттерны и дополнительные декоративные элементы, которые будут нести больше украшательский характер.

Паттерн должен быть выполнен в трех вариациях для дальнейшего использования на носителях фирменного стиля. Паттерны для данной учебной практики формируются следующим образом:

1) использование иконки (фирменного знака), как основы;

2) использование логотипа, как основы;

3) произвольный, в котором могут быть задействованы комбинации из иконки и декоративной графики или же просто элементов декоративной графики.

Использование цельного фирменного блока в формирование паттерна – запрещается в виду большой визуальной нагрузки и нецелесообразности.

В текст отчета должна войти вся информация, этапы и разработка продуктов, которая была проделана обучающимся, с сохранением причинно-следственных связей и обоснования тех или иных поисковых работ и действий. Вся выполненная в этом разделе работа размещается в ПРИЛОЖЕНИИ Б отчета.

**2.3 Формирование правил использования элементов фирменного стиля (базовый брендбук)**

Брендбук – разработанный дизайнером нормативный документ по эксплуатации фирменного стиля и его элементов. Может включать себя большое количество подробной и частной информации о том, как фирменный блок и стиль в целом может себя вести в зависимости от той или иной ситуации, на слайдах презентации, на деловой, рекламной, сувенирной продукции (в общем или на конкретных макетах с конкретными размерами), как оформляются офисные помещения и иные объемно-пространственные конструкции и т.д. : все это может указываться в брендбуке, но основная и главная информация, которая входит в основу брендбука: название, философия и концепция организации (которая легла в основу фирменного стиля), представлены и продемонстрированы общие правила использования основных элементов фирменного стиля, какие цвета, шрифты используются в формировании фирменного стиля, что нельзя делать с фирменным стилем. Брендбук может быть сверстан как одно цельное изображение, либо же как один документ с настроенной нумерацией листов. Брендбук оформляется согласно фирменному стилю организации, для которой он делается.

При формировании отчета дается описание фирменного стиля/брендбука в следующей последовательности:

что представляют собой правила использования логотипа и сам брендбук (стандартные понятия);

как обычно оформляется брендбук и что в себе содержит, в каком виде и форматах существует и как используется.

Далее подводим мысль к тому, что логотип и правила его использования – это костяк, на котором строится все остальное: сделаешь их, а остальная информация и разработка может дополняться в течение времени другими дизайнерами.

В отчет вставляется вся информация о брендбуке и ходе его разработки. Часть изображений о ходе формирования брендбука и созданий правил по использованию фирменного стиля могут вставляться прямо в главу, но сам готовый брендбук вставляется в ПРИЛОЖЕНИЕ Б.

**3 КОНСТРУКТОРСКО – ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

В данный раздел входит разработка носителей фирменного стиля организации. В раздел входит создание: деловой, рекламной, сувенирной продукции, а также формирование итогового презентационного планшета с разработанными материалами. Данный раздел являются завершающим этапом проектирования.

**3.1 Разработка деловой продукции**

В данной учебной практике запланирована разработка двух типов деловой продукции: визитки и деловой бумаги/делового бланка (лучше оформить разработку каждого в виде подглав 3.1.1 Визитка и 3.1.2 Деловая бумага соответственно).

**3.1.1 Разработка визитки**

Визитка благодаря своему назначению относится и к информационной, и к деловой продукции. Бывают визитки корпоративные (которые «принадлежат» самой организации) и есть индивидуальные – которые принадлежат определенному должностному лицу компании.

Визитка имеет стандартный размер (95\*55) и может быть, как односторонней, так и двусторонней. Визитка состоит из обязательных блоков: элементы фирменного стиля и блоки информации.

В каждой визитке, в первую очередь, всегда определяется количество текста, которое будет размещено на ней, а также иерархия текста по значению для заказчика и потребителя.

Далее определяется фирменная графика, которая будет использоваться на макетах визитки и ее размещение относительно текста.

При формировании непосредственно макета визитки в программе, в первую очередь, настраивается размер визитки и отступы от края/безопасные поля, а потом уже идет размещение блоков с текстом и графическими элементами. Графика и текст не должны находить друг на друга (если только в качестве графики не является паттерн) и на установленные отступы. Текст должен быть виден и хорошо читаем потенциальным потребителем. Не рекомендуется полное заполнение сторон визиток – лучше оставить «воздух» между разными блоками.

На данной практике задается следующая установка по созданию дизайн - макета двух типов визитки, (корпоративной и индивидуальной), которые обучающемуся необходимо разработать в обязательном порядке:

- в разработку корпоративной визитки обязательно берутся обе рабочие стороны визитки;

- для разработки индивидуальной визитки допустима разработка только одной стороны с основной информацией и контактными данными.

**3.1.2 Разработка деловой бумаги/делового бланка.**

Деловая бумага – это визуальный дизайн-макет оформления документации организации, потому **всегда** разрабатывается и полноцветный вариант решения дизайна макета деловой бумаги. и черно-белый вариант дизайн-макета. Деловую бумага визуально можно поделить на 2-3 части: шапка, область под основной текст документа, область под подпись и печать с контактными данными (иногда контактные данные уже входят в шапку). В деловой бумаге **первостепенную роль имеет именно текст**, содержащийся в ней, а так же элементы заверенности (роспись и печать), потому, при размещении графики и разных текстовых блоков стоит отталкиваться от нескольких стандартных условий: учитывать иерархию блоков текста при подборе стиля шрифтов и их размеров, учитывать полную наполненность листа текстовой информацией и отступы от краев, графика не должна быть излишне крупной и броской, не должна переманивать все внимание на себя, если графика является частью фона– текст документа должен оставаться легко читаемым на ней.

В текст отчета должна войти вся информация, этапы и разработка дизайн-макетов, которая была проделана обучающимся, с сохранением причинно-следственных связей и обоснования тех или иных поисковых работ и действий.

Описывается следующая информация:

формат, заданный для макета;

как и на сколько выстраивались отступы от края и между блоками;

подбор шрифта и его размер;

отделение заголовков от простого текста (создание иерархии);

выбор цвета и графических элементов, используемых в макетах;

обоснование размещения графики и текста на заданных местах дизайн-макета.

Все разработки вставляются в ПРИЛОЖЕНИЕ В: не только готовые дизайн макеты, но и визуальный разбор модульной сетки изделия (условно это поблочный разбор композиции вашего изделия, в котором отражаются размещения блоков текста, графики и картинок).

В конце главы подводится общий итог по проектированию дизайн-макетов деловой продукции.

**3.2 Разработка рекламной продукции**

В данной учебной практике запланирована разработка нескольких типов рекламной продукции: вывеска, рекламный баннер и флаер/евробуклет (лучше оформить разработку каждого в виде подглав 3.2.1 Вывеска и 3.2.2 Рекламный баннер, 3.2.3 флаер/буклет соответственно).

**3.2.1 (Рекламная) вывеска:**

**П**редставляет собой конструкцию, устанавливаемую как на фасад здания, непосредственно перед входом, так и внутри помещения. В рамках данной учебной практики разрабатывается вывеска для наружного применения. При создании вывески стоит помнить, что конструкция может быть объемной, плоской, определенной формы и с встроенным внутренним освещением, а также она может быть фигурной. При создании вывески стоит принять во внимание финансовую сторону реализации данного дизайн-макета. Не стоит бездумно воплощать фигурное исполнение целого фирменного блока с подсветкой и в объеме. Перед разработкой вывески необходимо подобрать место, где будет располагаться крыльцо организации, а уже потом создавать дизайн-макет и высчитывать его параметры.

В конце данной подглавы обязательно ведется финансовый подсчет реализации и монтажа разработанной вывески, а дизайн макет, как и вариант размещения дизайн макета у входной группы/крыльца – оба вставляются в соответствующее приложение.

**3.2.2 Рекламный баннер**

В первую очередь нужно определиться с его форматом и размещением, ведь баннер для размещения около автострады и баннер на фасад здания будут иметь разные исходные данные. Далее стоит определиться с тематикой: для чего существует данный баннер, какую информацию он должен донести до мимо проходящего человека, мимо проезжающего водителя авто и сколько времени наблюдать имеет для возможности считывания информации. Далее построение иерархии текстовых и графических блоков, а также непосредственное их размещение на макете баннера.

**3.2.3 Флаер/буклет**

Учебная практика подразумевает разработку макетов рекламного раздаточного материала, коими может являться флаер или буклет (тип макета выбирается студентом). При создании макета задействуются обе его стороны. При формировании обоих видов раздаточного материала стоит учитывать следующие моменты: какую информацию мы хотим донести до читающего, как сделать так, чтоб у читающего не появилось ежесекундного желания выкинуть флаер/буклет, как только он был вручен в его руки, как разместить блоки текста и графики так, чтоб они формировали единую композицию, как сохранить читаемость текста и т.д.

В текст отчета должна войти вся информация, этапы и разработка дизайн-макетов, которая была проделана обучающимся, с сохранением причинно-следственных связей и обоснования тех или иных поисковых работ и действий.

Описывается следующая информация:

формат, заданный для макета;

подбор шрифта и его размер;

отделение заголовков от простого текста (создание иерархии);

выбор цвета и графических элементов, используемых в макетах;

обоснование размещения графики и текста на заданных местах дизайн-макета.

Все разработки вставляются в ПРИЛОЖЕНИЕ В: не только готовые дизайн макеты, но и визуальный разбор модульной сетки изделия (условно это поблочный разбор композиции вашего изделия, в котором отражаются размещения блоков текста, графики и картинок), а также дополнительные разработки или презентационные демонстрации макетов по требованию (рекламная вывеска).

**3.3 Разработка сувенирной продукции**

В данной учебной практике запланирована разработка двух макетов сувенирной продукции, которые обучающийся должен выполнить исходя из их актуальности и надобности для заданной организации и заказчика, например, для кузнечной мастерской нет смысла разрабатывать ручки или кружки, а для кондитерской будет мало смысла от разработанной бейсболки.

В отчете к данной главе обучающийся прописывает актуальность выбранных на разработку дизайн - макетов, их габариты, основную целевую аудиторию, которая в них заинтересована (могу быть как покупатели, так и сами сотрудники) и как формировались дизайн - макеты и их визуальная часть. Все разработки вставляются в ПРИЛОЖЕНИЕ В: не только готовые дизайн макеты, но и визуальный разбор модульной сетки изделия (условно это поблочный разбор композиции вашего изделия, в котором отражаются размещения блоков текста, графики и картинок).

**3.4 Разработка демонстрационного планшета**

Демонстрационный планшет – это обычно презентационная часть проекта, созданная для демонстрации заказчику (для показа целостности и гармоничности разработки фирменного стиля и его носителей), демонстрационный планшет не является нормативной документацией. Демонстрационный планшет (его композиция из разных блоков) формируется по принципам логичности и иерархии тех или иных разработок, а также по принципу считывания информации слева направо.

В рамках данной практики на планшете обязательно представляются разработанные элементы фирменного стиля (в полном объеме) и разработки носителей фирменного стиля. Информация по правилам использования элементов фирменного стиля (которые идут в брендбук) – не используется на демонстрационном планшете (за исключением ситуаций, когда заказчик прямо это просит, но обычно достаточно брендбука и вставок в презентацию), не обязательно размещение абсолютно всех разработанных носителей фирменного стиля на демонстрационном планшете, часть элементов, которые не «влезли» можно вставить в презентацию или же они могут быть распечатаны как отдельный демонстрационный материал/макет. При демонстрации разработанных дизайн макетов на демонстрационном планшете допускается использование мокапов. На демонстрационном планшете **обязательно указывается наименование специальности/профессии, полное наименование практики, ФИО студента и руководителя, а также год создания.**

В отчете прописывается, по каким критериям шло формирование и пространственная организация разных по смыслу блоков на планшете, какая информация попала на планшет, какой была сопроводительная информация к дизайн-макетам и где она размещалась относительно оных. Помимо печати готового макета демонстрационного планшета дополнительно подразумевается вставка его в ПРИЛОЖЕНИЕ В, или же отдельное распечатывание без штампа и рамки и подшивание его в самом конце всех приложений отчета.

**ВЫВОДЫ**

Выводы – это короткий обзор, в котором подчеркивается достижение поставленных перед учебной практикой целей.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ**

Список используемых источников составляется в алфавитном порядке. Если он содержит произведения на разных языках, то первыми упоминаются те, которые имеют к и р и л и ч н о е написание, тогда следующим блоком перечисляются произведения, прописанные буквами л а т и н с к о г о алфавита. Если в работе использовано большое количество периодических изданий, то в списке их следует подавать отдельным блоком.

**Внимание!** Нумерация в списке литературных источников обязательно должна быть сквозной. Тогда в тексте при ссылке на определенный литературный источник не возникнет путаницы.

Цитируя в тексте мысль из определенного литературного источника, следует в квадратных скобках сделать ссылку на Список литературы. В скобках следует указать номер позиции этого источника в списке, также, если уместно, номера страниц, с которых приведены цитаты. Например, [1; с.2, 5-7. 2; с.15] – это ссылки на позиции 1 и 2 в Списке литературы с указанием соответствующих страниц.

**ПРИЛОЖЕНИЕ**

Нумерация в приложении должна быть сквозной (буквенной)

# 5 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ОТЧЕТА

Отчет по учебной практике оформляется в соответствии с требованиями данного методического руководства и ГОСТ.

# 5.1 Общие требования

Отчет печатается на компьютере текстовым редактором MSWord шрифтом TimesNewRoman, стиль «Обычный», размер шрифта 14 через 1,5 интервала на стандартных листах бумаги (297х210). На одном листе должно быть 20-25 строк текста. Объем проекта (листов без приложений) не должен превышать 30 страниц. Страницы работы должны иметь поля: верхнее -10мм, и нижнее - не менее 15 мм, левое –30 мм, правое - не менее 10 мм.

# 5.2 Рубрикация проекта, нумерация страниц, содержание

Главы отчета разделяются на разделы и пункты. Параграфы следует нумеровать арабскими цифрами в пределах каждой главы (знак § не ставится). Номер параграфа должен состоять из номера главы и номера параграфа, разделенных точкой. В конце номера параграфа точку не ставят.

Пункты нумеруются арабскими цифрами в пределах каждого параграфа, размер шрифта 14. Номер пункта должен состоять из номера главы, параграфа и пункта, разделенных точками. В конце номера пункта точку не ставят,

например: «2.1.3 (третий пункт первого параграфа второй главы)».

Заголовки глав пишутся прописными буквами, размер шрифта 16. Заголовки параграфов - строчными буквами (кроме первой - прописной), размер шрифта 16. Переносить слова в заголовках не допускается.

Нумерация страниц отчета должна быть сквозной, включая графики, таблицы и т. п. Первой страницей является титульный лист, но на нем номер не ставится.

Номер страницы проставляют арабскими цифрами в штампе в правом нижнем углу, начиная с листа «Содержание».

Названия глав параграфов, пунктов, подпунктов следует начинать с абзацного отступа 1,25 см.

Подчеркивания, выделение жирным шрифтом наименований глав, параграфов и др. не допускаются. Расстояние между заголовками глав, параграфов и последующим текстом должно составлять на 6 пт.

Названия глав, параграфов должны соответствовать их наименованию, указанному в оглавлении (содержании).

Рисунки и таблицы, если они располагаются на отдельных страницах, необходимо включить в общую нумерацию. Приложения и список литературы необходимо включить в сквозную нумерацию.

В содержании (оглавлении) последовательно перечисляют заголовки глав, параграфов и приложений и указывают номера страниц, на которых они помещены. Содержание должно включать все заголовки, имеющиеся в отчете.

# 5.3. Иллюстрации

Количество иллюстраций, помещенных в отчете, определяется его содержанием и должно быть достаточным для того, чтобы передать излагаемому тексту ясность и конкретность. Все иллюстрации (фотографии, схемы, чертежи т. п.) именуют рисунками. Нумереция рисунков должна быть сквозной в пределах всего документа, например: «Рисунок 1 – Название рисунка».

При ссылке на рисунок следует указывать его номер, например: «Рисунок 1».

Рисунки должны размещаться сразу после ссылки на них в тексте проекта.

# 5.4. Таблицы

Цифровой материал, помещенный в отчет, рекомендуется оформлять в виде таблиц. Каждая таблица должна иметь содержательное название. Название помещают под словом «Таблица» над соответствующей таблицей. Слово «Таблица» и заголовок начинают с прописной буквы.

Таблицу следует помещать после первого упоминания о ней в тексте. При переносе таблицы на следующую страницу головку таблицы следует повторить. Если головка таблицы громоздка, допускается ее не повторять; в этом случае пронумеровывают графы и повторяют их нумерацию на следующей странице.

Нумерация таблиц сквозная - арабскими цифрами. Над правым верхним углом таблицы помещают надпись «Таблица» с указанием порядкового номера таблицы, например: «Таблица 7 – Название таблицы». При ссылке на таблицу указывают ее номер и слово «Таблица» пишут в сокращенном виде, например: «(табл. 7)».

Если в отчете одна таблица, то ее не нумеруют и слово «Таблица» не пишут.

# 5.5. Формулы

Значения символов и числовых коэффициентов должны приводиться в экспликации (разъяснении) непосредственно под формулой в той последовательности, в какой они даны в формуле.

Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку экспликации начинают со слова «где», двоеточие после него не ставят.

Размерность одного и того же параметра в пределах проекта должна быть постоянной.

Нумерация формул сквозная арабскими цифрами. Номер формулы следует заключать в скобки и помещать на правом поле, на уровне нижней строки формулы, к которой они относятся. При ссылке в тексте на формулу необходимо указывать ее номер в скобках, например: «В формуле (4)».

**6. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТЧЕТОВ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ**

**Матрица оценок по результатам экспертного наблюдения и оценки решения обучающимся задач в процессе прохождения практики, и теоретического экзамена по завершению практики**

| **Профессиональные компетенции (код и наименование)** | **Основные показатели оценки результата** | **Оценка выполнения работ (количество положительных отметок)** | | **Интегральная оценка** | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Защиты итогов практики | Во время выполнения практики | ОПОР | ПК (положительная -1, отрицательная – 0) |
| ПК 1.1 Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов | ОПОР 1 | «5 отлично» - у студента высокий уровень усвоения материала, отчет выполнен в полном объеме и качественно в соответствии с критериями. Студент принимает замечания, ведет диалог при защите грамотно, принимает критику и способен к самостоятельному исправлению замечаний, качество готового изделия соответствует требованиям, задание выполнено в срок в соответствии с графиком. Показатели выполнения от 31 до 35 баллов.  «4 – хорошо»- у студента хороший уровень усвоения материала, но допущена неточность при оформлении отчета, качество готового изделия соответствует требованиям частично. Студент принимает замечания, но отвечает на вопросы экспертов сбивчиво, дает не полный ответ, принимает критику и способен к частичному самостоятельному исправлению замечаний, задание выполнено в срок в соответствии с графиком. Показатели выполнения от 26 до 30 баллов.  «3- удовлетворительно» - у студента средний уровень усвоения материала, в отчете по учебной практике есть большие неточности, при защите отчета ответы осуществляется по наводящим вопросам экспертов. Студент замечания принимает, но не способен к самостоятельному их исправлению, качество готового изделия соответствует требованиям частично, задания по практике защищается не в срок. Показатели выполнения от 21 до 25 баллов.  «2- неудовлетворительно» - у студента слабый уровень усвоения материала по данным вопросам, отчет выполнен не в полном объеме или не выполнен вообще, качество изделия не соответствует требованиям, преподаватель оказывает значительную помощь в изготовлении изделия. Показатели выполнения 20 баллов и ниже. | «5 отлично» - у студента высокий уровень усвоения материала, свободное владение основными понятиями проектирования, эскизной и компьютерной графики, понятиями «проектирование и ведение анализа». Студент самостоятельно (или при частичном консультировании преподавателя) осуществляет задачи, поставленные в ходе учебной практики, замечания принимает и способен их к самостоятельному исправлению, качество готового изделия соответствует требованиям, задания выполняются в срок в соответствии с графиком. Показатели выполнения от 32 до 36 баллов.  «4 – хорошо»- у студента хороший уровень усвоения материала, но допущена неточность при выполнении заданий учебной практики, консультирование преподавателем осуществляется регулярно, качество готового изделия соответствует требованиям частично, задания выполняются с частичным опозданием. Показатели выполнения от 27 до 31 балла.  «3- удовлетворительно» - у студента средний уровень усвоения материала, по решению заданий учебной практики допущена ошибка, решение осуществляется по наводящим вопросам преподавателя. Студент требует постоянного консультирования преподавателя, замечания принимает, но не способен к самостоятельному их исправлению, качество готового изделия соответствует требованиям частично, задания выполняются со значительным опозданием сроков. Показатели выполнения от 22 до 26 баллов.  «2- неудовлетворительно» - у студента слабый уровень усвоения материала по данным вопросам, не владеет основными приемами дизайн-проектирования, ведения анализа и воплощения дизайн-макетов в программе, значительно отстает от графика или вообще не укладывается в период практики, качество изделия не соответствует требованиям, преподаватель оказывает значительную помощь в изготовлении изделия. Показатели выполнения 21 балл и ниже. | Средняя оценка -4,5-5 баллов –«5-отлично», средняя оценка 3,5-4,4 балла – «4- хорошо», 2,5-3,4 балла – «3 – удовлетворительно», ниже 2,4 – «2 – неудовлетворительно» | 0/1 |
| ПК 1.2 Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учетом современных тенденций в области дизайна; | ОПОР 2 |
| ПК 1.4 Разрабатывать колористическое решение дизайн-проекта;  ПК 1.5 Выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов | ОПОР 4 |

# ПРИЛОЖЕНИЕ А

Министерство образования Иркутской области

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

Иркутской области

**«Ангарский промышленно-экономический техникум»**

(ГБПОУ ИО «АПЭТ»)

**ОТЧЁТ**

учебной практики ПМ. 01 Разработка художественно – конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно - пространственных комплексов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по профессии | 54.02.01 Дизайн (по отраслям) | | | |
|  |  | | | |
| обучающегося | 4 курса | группы | Д - 10 |  |
|  |  | | | |
|  | | | | |

фамилия, имя, отчество

|  |  |
| --- | --- |
| Место прохождения практики: |  |
|  |  |
|  |  |
| Руководитель практики: |  |
|  | ФИО руководителя, должность |

г. Ангарск

20\_\_-20\_\_ уч. год

# ПРИЛОЖЕНИЕ Б

**аттестационный лист**

**ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ВИДЕ УЧЕБНОЙ практики**

|  |  |
| --- | --- |
| Обучающийся |  |

фамилия, имя, отчество

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| прошел практическую подготовку в виде учебной практики  профессионального модуля  ПМ 01 Разработка художественно - конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно - пространственных комплексов | | | | |  |
| в объеме | 144 | час. | в период |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| с | *« »* |  | 20 |  | г. по | *« »* |  | 20 |  | г. |

**Виды и качество выполнения работ**

| **Виды и объем работ, выполненные обучающимся во время практики** | **Объем времени, ч.** | **Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика (соответствует/ не соответствует)** |
| --- | --- | --- |
| ознакомление с заданием, изучение особенностей объекта проектирования | 6 |  |
| сбор необходимой информации на заданную тему, материалов и документов | 6 |  |
| проведение анализа прототипов | 6 |  |
| работа с литературными источниками по данной теме | 6 |  |
| изучение особенностей проектируемого объекта | 6 |  |
| эргономическая программа проекта | 6 |  |
| концептуальное решение проекта: идея, образ, форма | 6 |  |
| концептуальное решение проекта: цвет, принципы композиции, являющиеся основой для создания образа стиля фирмы | 6 |  |
| проведение общего анализа ситуации | 6 |  |
| поисковые работы: эскизы, наброски знака, выполненные вручную | 6 |  |
| поисковые работы: эскизы, наброски знака, выполненные вручную | 6 |  |
| проработка теоретической части концепции проекта | 6 |  |
| поисковые работы: эскизы фирменного блока, декоративных элементов, выполненные вручную | 6 |  |
| поисковые работы: эскизы фирменного блока, выполненные на компьютере | 6 |  |
| поисковые работы: подбор шрифтов в графическом редакторе | 6 |  |
| поисковые работы: декоративных элементов, выполненные на компьютере | 6 |  |
| разработка элементов фирменного стиля в соответствии с постановленными задачами (деловая продукция) | 6 |  |
| разработка элементов фирменного стиля в соответствии с постановленными задачами (рекламная продукция) | 6 |  |
| разработка элементов фирменного стиля в соответствии с постановленными задачами (сувенирная продукция) | 6 |  |
| составление краткого брендбука | 6 |  |
| оформление работ в портфолио | 6 |  |
| композиция всех элементов фирменного стиля | 6 |  |
| выполнение презентации для защиты, распечатка презентационного планшета и отчета по практике | 6 |  |
| защита отчета по практике | 6 |  |
| **Всего учебная практика** | 144 |  |

Заключение:

при выполнении указанных работ приобретен / не приобретен практический опыт:

(ненужное зачеркнуть)

разработки дизайнерских проектов

В период прохождения практической подготовки в виде учебной практики обучающимся освоены / не освоены профессиональные компетенции:

(ненужное зачеркнуть)

ПК 1.1 Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов.

ПК 1.2 Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учетом современных тенденций в области дизайна.

ПК 1.4 Разрабатывать колористическое решение дизайн-проекта.

ПК 1.5 Выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов.

|  |  |
| --- | --- |
| Итоговая оценка по практической подготовке в виде учебной практики |  |

Руководитель по практической

подготовке от ГБПОУ ИО «АПЭТ» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

( подпись, расшифровка подписи)

# ПРИЛОЖЕНИЕ В

**характеристика**

**по освоению профессиональных компетенций**

|  |  |
| --- | --- |
| Обучающийся |  |

фамилия, имя, отчество

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| прошел практическую подготовку в виде учебной практики профессионального модуля  ПМ 01 Разработка художественно - конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно - пространственных комплексов | | | | |
| в объеме | 144 | час. | в период |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| с | *« »* |  | 20 |  | г. по | *« »* |  | 20 |  | г. |

Заключение:

при выполнении указанных работ приобретен / не приобретен практический опыт

(ненужное зачеркнуть)

по следующим профессиональным компетенциям:

ПК 1.1 Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов.

ПК 1.2 Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учетом современных тенденций в области дизайна.

ПК 1.4 Разрабатывать колористическое решение дизайн-проекта.

ПК 1.5 Выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов.

В период прохождения практической подготовки в виде учебной практики обучающийся подтвердил/ не подтвердил освоение следующих общих компетенций:

(ненужное зачеркнуть)

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 5. Использовать информационно – коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

фамилия, имя, отчество

|  |  |
| --- | --- |
| Обучающийся |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| показал |  | профессиональную подготовку |
|  | (отличную, хорошую, удовлетворительную, неудовлетворительную) |  |

Руководитель по практической

подготовке от ГБПОУ ИО «АПЭТ» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /

( подпись, расшифровка подписи)