

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
 Институт политехнический
 Кафедра Дизайн



АЙДЕНТИКА В АРХИТЕКТУРНОЙ СРЕДЕ

Учебный модуль по направлению подготовки

07.03.03 – Дизайн архитектурной среды

Профили подготовки - Проектирование городской среды, Проектирование интерьера

Рабочая программа

СОГЛАСОВАНО

Начальник учебного отдела

О.Б. Широколова
12.09. 2017 г.

Разработал

Ст. преподаватель кафедры «Дизайн»

Д.В. Соколова
18.05. 2017 г.

Доцент КДИЗ А.М. Гаврилов

Принято на заседании кафедры

Протокол № 9 от 18.05 2017 г.

Заведующий кафедрой

А.М. Гаврилов
18.05. 2017 г.

1 Цели и задачи учебного модуля

Учебный модуль «Айдентика в архитектурной среде» входит изучается в 9-м семестре. В рамках учебного модуля проводится анализ объектов на основе системного подхода в дизайне, использование системных методик в разработке дизайн-объектов. Также решаются актуальные вопросы объективации творческих решений в средовом графическом дизайне. Раскрываются способы взаимосвязи средств средового графического дизайна, и их принципах их помещения в городскую ткань.

Цель курса

- дать обоснованное представление о взаимосвязи айдентики и функции;
- развитие понимания влияния графического дизайна на городскую ткань.
- поиски новых визуальных языков и развитие, в связи с этим, языка проектной метафоры.

Задачи, решение которых обеспечивает достижение цели:

- поиски новых визуальных языков и развитие языка проектного анализа городской среды;
- формирование навыков владения композиционным языком пластических, визуальных искусств;
- формирование навыков построения стратегии информационного воздействия с точки зрения системного дизайна;

2 Место учебного модуля в структуре ОП направления подготовки

Модуль «Айдентика в архитектурной среде» входит модули по выбору учебного плана направления подготовки 07.03.03 - «Дизайн архитектурной среды профилей «Проектирование городской среды» и «Проектирование интерьера». Модуль «Айдентика в архитектурной среде» неразрывно связан с модулями: «Предметное наполнение архитектурной среды», а так же с модулем «Визуальная культура».

Для освоения модуля «Айдентика в архитектурной среде» студент должен обладать способностью к межличностным и профессиональным коммуникациям. Уметь соотносить получаемые по модулю «Айдентика в архитектурной среде» знания с контекстом модулей профилей.

3 Требования к результатам освоения учебного модуля

Процесс изучения учебного модуля «Айдентика в архитектурной среде» направлен на формирование компетенций:

- **ОПК-1** - способностью к эмоционально-художественной оценке условий существования человека в архитектурной среде и стремлением к совершенствованию её художественных и функциональных характеристик
- **ПК-1** – способность формировать архитектурную среду как синтез предметных (дизайн), пространственных (архитектура), природных (экология) и художественных (визуальная культура) компонентов и обстоятельств жизнедеятельности человека и общества.

В результате освоения УМ студент должен знать, уметь и владеть:

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Знать	Уметь	Владеть
ОПК-1	базовый	-основные методы эмоционально	-применять основные методы эмоционально	- владеть спектром основных методов

		художественной оценки условий существования человека в архитектурной среде	художественной оценки условий существования человека в архитектурной среде	эмоционально художественной оценки условий существования человека в архитектурной среде
ПК – 1	повышенный	-особенности формирования архитектурной среды как синтез предметных (дизайн), пространственных (архитектура), природных (экология) и художественных (визуальная культура) компонентов и обстоятельств жизнедеятельности человека и общества.	- применять методы формирования архитектурной среды как синтез предметных (дизайн), пространственных (архитектура), природных (экология) и художественных (визуальная культура) компонентов и обстоятельств жизнедеятельности человека и общества.	- спектром основных методов формирования архитектурной среды как синтез предметных (дизайн), пространственных (архитектура), природных (экология) и художественных (визуальная культура) компонентов и обстоятельств жизнедеятельности человека и общества.

Модуль базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования

4 Структура и содержание учебного модуля

4.1 Трудоемкость учебного модуля

В структуре учебного модуля «Айдентика в архитектурной среде» выделены учебные элементы модуля (УЭМ) в качестве самостоятельных разделов:

Учебная работа (УР)	Всего	Распределение по семестрам	Коды формируемых компетенций
		1	
Трудоемкость модуля в зачетных единицах (ЗЕТ)	33Е	33Е	
Распределение трудоемкости по видам УР в часах:			
- лекции	15	15	ОПК-1;ПК-1
- практические занятия	30	30	
-в т.ч. аудиторная СРС	9	9	
- внеаудиторная СРС	63	63	
Аттестация:			
- зачет		зачет	ОПК-1;ПК-1

4.2 Содержание и структура разделов учебного модуля

Тема 1. Айдентика в современном городе.

Лекция 1 Введение в предмет. Понятие айдентики. Её роль в современном городе. Роль графического дизайна при создании рекламного образа.

Задание 1 Создание знаков городских функций на основе первоформ: круг, квадрат, треугольник с использованием различных графических приёмов.

Лекция 2 Форма и цвет, как средства выражения художественного образа в рекламном дизайне – характеристики, ассоциации, свойства восприятия и основные функции.

Задание 2 Проанализировать торговые знаки основных сетей одной торговой функции в городе: по форме, цвету, шрифту. Сравнить и оценить преимущества и недостатки.

Лекция 3 Логотип – информационная модель рекламного процесса, основные составляющие и функции. Понятия фирменного стиля и бренда, задачи и правила. Основные элементы и носители фирменного стиля.

Задание 3 «Сломай стереотип» - создать новый торговый знак для привычной функции в городе, с учётом обновлений самой функции.

Тема 2. Рекламный бассейн города.

Лекция 4 Рекламный бассейн города. Принципы формирования и распространения рекламного дизайна в городе. Его влияние на городскую среду.

Задание 4 Анализ плана выбранного участка городской среды: условные обозначения видов наружной рекламы, движение пешеходов и автотранспорта, места наибольшего скопления людей и угол зрения с этих мест

Задание 5 Сбор визуальной информации о размещении рекламной информации на участке (зарисовки и фотофиксация)

Лекция 5 Принципы изучения рекламного бассейна города. Основные приёмы исследования рекламного бассейна города.

Задание 6 Анализ рекламной ситуации с позиции обывателя и профессионала (архитектора, дизайнера)

Задание 7 Оформить выводы на основе анализа рекламного бассейна участка городской среды с внесением рациональных предложений (рациональные предложения отразить как в словесной, так и в графической форме)

Тема 3. Визуальная навигация, как современная система коммуникации между человеком и объектами в архитектурной среде.

Лекция 6. Особенности считывания человеком архитектурной среды. Ориентация в городе и интерьере.

Задание 8 Создание сценариев восприятия человеком заданной среды: житель района, горожанин, турист

Тема 4. Принципы изучения архитектурного пространства для создания системы визуальной навигации в нём.

Задание 9 Анализ функций на заданном участке: точки притяжения, поля влияния функций, человеческие транзиты, стихийные дороги. Уровни считывания информации.

Задание 10 Сбор информации о носителях, помогающих в ориентации на данном участке (домовые знаки, указатели, таблички, навигационные карты)

Задание 11 Разработка плана визуальной навигации для заданного участка. Подбор системы знаков для считывания на различных уровнях.

Календарный план, наименование разделов УМ с указанием трудоемкости по видам учебной работы представлены в технологической карте УМ (приложение Б).

4.3 Организация изучения учебного модуля

Методические рекомендации по организации изучения УМ с учетом использования в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий даются в Приложении А.

5 Контроль и оценка качества освоения учебного модуля

Контроль качества освоения студентами УМ и его составляющих осуществляется непрерывно в течение всего периода обучения с использованием бально-рейтинговой системы (БРС), являющейся обязательной к использованию всеми структурными подразделениями университета.

Для оценки качества усвоения курса используются следующие формы контроля:

- **текущий** — контроль выполнения практических аудиторных.
- **семестровый** — контроль осуществляется в конце семестра в виде зачёта. Зачёт проходит в виде итогового просмотра всех выполненных в семестре работ по представленному портфолио всех работ.

Портфолио представляет собой клаузуры, оформленные в альбом формата А2 практические задания. Портфолио должно состоять не менее чем из 10 листов. Ошибки и замечания, указанные преподавателем, должны быть исправлены. Портфолио должно иметь лист содержания.

Параметры оценки портфолио представлены в ФОС по данному модулю.

Оценка качества освоения УМ осуществляется с использованием фонда оценочных средств, разработанного для данного модуля, по всем формам контроля в соответствии с положением от 25.06.2013 «Положение о фонде оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации студентов и итоговой аттестации».

Содержание видов контроля и их график отражены в технологической карте учебного модуля (Приложение Б).

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного модуля

Учебно – методическое и информационное обеспечение УМ, представлено картой учебно-методического обеспечения (Приложение В)

7 Материально-техническое обеспечение учебного модуля

Для осуществления образовательного процесса по УМ организован специализированный проектный класс, имеющий методически-выставочный фонд (ауд. 5502, 5504). Для проведения занятий используется аудитория с учебной мебелью (столы, стулья), соответствующей количеству студентов.

Приложения (обязательные):

А – Методические рекомендации по организации изучения учебного модуля

Б – Технологическая карта

В - Карта учебно-методического обеспечения учебного модуля

Приложение А

(обязательное)

**Методические рекомендации по организации изучения учебного модуля
«Айдентика в архитектурной среде».**

Практические занятия учебного модуля представлены в виде клаузур.

Темы клаузур разработаны в соответствии с содержанием практических занятий в рабочей программе учебной дисциплины (раздел 4.2)

«Клазура» – упражнение, графическая или проектная композиция. Имеет короткий срок исполнения, требует применения простых и эффективных графических приемов. Каждое задание выполняется автором по воображению, без предварительного эскизирования, в аудитории. (ведущий преподаватель дисциплины имеет право вносить изменения в тематику заданий рабочей программы).

Темы практических работ

ПР-1 — Клазура. Создание знаков городских функций на основе первоформ: круг, квадрат, треугольник с использованием различных графических приёмов.

ПР-2 — Клазура. Сравнительный анализ торговых знаков основных сетей одной торговой функции в городе: по форме, цвету, шрифту. Сравнить и оценить преимущества и недостатки.

ПР-3 — Клазура. «Сломай стереотип» - создать новый торговый знак для привычной функции в городе, с учётом обновлений самой функции.

ПР-4 — Клазура. Анализ плана выбранного участка городской среды: условные обозначения видов наружной рекламы, движение пешеходов и автотранспорта, места наибольшего скопления людей и угол зрения с этих мест

ПР-5 — Клазура. Анализ рекламной ситуации с позиции обывателя и профессионала (архитектора, дизайнера)

ПР-6 — Презентация. Оформить выводы на основе анализа рекламного бассейна участка городской среды с внесением рациональных предложений (рациональные предложения отразить как в словесной, так и в графической форме)

ПР-7 — Клазура. Создание сценариев восприятия человеком заданной среды : житель района, горожанин, турист

ПР-8 — Клазура. Анализ функций на заданном участке: точки притяжения, поля влияния функций, человеческие транзиты, стихийные дороги. Уровни считывания информации.

ПР-9 — Клазура. Разработка плана визуальной навигации для заданного участка. Подбор системы знаков для считывания на различных уровнях.

Домашние задания по УМ в основном заключаются в доработке отдельных клаузур. Отдельно выполняется блок сбора визуальной информации о количестве и качестве рекламного дизайна на заданном участке городской среды. Также отдельно выполняется сбор визуальной информации о присутствии на заданном участке элементов навигации на текущее состояние.

Темы домашних заданий

ДЗ-1 - Сбор визуальной информации о размещении рекламной информации на участке (зарисовки графическими материалами 7-10 листов формата А5 и фотофиксация 10 фото А5)

ДЗ-2 - Презентация. Оформить выводы на основе проведенного анализа рекламного бассейна участка городской среды с внесением рациональных предложений (рациональные предложения отразить как в словесной, так и в графической форме)

ДЗ-3 - Сбор информации о носителях, помогающих в ориентации на данном участке (домовые знаки, указатели, таблички, навигационные карты)

ДЗ-4 - Оформление портфолио итоговых клаузур к зачёту.

Требования к выполнению графических практических работ:

- Работы выполняются в аудитории
- Работы выполняются на формате А2;
- Новизна идеи;
- Раскрытие темы;
- Художественная выразительность;
- Качество графического исполнения;
- Сроки сдачи работы.

Самостоятельная работа студентов включает:

а) самостоятельную проработку полученных на занятиях теоретических знаний с использованием дополнительной литературы (справочники, журналы, методические пособия и т. д.);

б) сбор необходимой визуальной информации по заданному участку в городской среде (натурные зарисовки графическими материалами 7-10 листов формата А5, фотофиксация места – 10 фото А5)

в) монтаж итоговой презентации

г) завершение и оформление аудиторных тем и заданий

Для подготовки к практическим занятиям рекомендуется следующую литературу:

Список основной литературы представлен в рабочей программе в Карте учебно-методического обеспечения учебного модуля «Айдентика в архитектурной среде» Приложение В

Дополнительная литература

1. Минервин Г.Б., и др. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник. Учебное пособие.- М.: «Архитектура-С», 2004 -453 с., ил.
2. Минервин Г.Б., Ефимов А.В., Ермолаев А.П. и др. Дизайн архитектурной среды. Учебник.- М.: «Архитектура-С», 2004, 2005, 2006.- 503 с., ил.
3. Ермолаев А.В., Очерки реальности профессии архитектор-дизайнер. Учебное пособие.- М.: «Архитектура-С», 2004.- 405 с., ил.
4. Ефимов А.В. Колористика города. -М.: Стройиздат, 1990.-272 с., ил.
5. Девид Огилви и др. О рекламе. Тайны рекламного двора. Советы старого рекламиста. – М.: 1999.
6. Кричевский В. Строка, сошедшая с горизонтали. №1. – М.: Реклама, 1991.
7. Леонтьев Д. Образ, который никто не видит. №8. – М.: Рекламный мир, 1997.
8. «Сатурн» почти не виден, или как делают дизайн-программы в США. №7. Тех. эстетика, 19

Приложение Б
(обязательное)

**Технологическая карта Учебного модуля «Айдентика в архитектурной среде»
семестр 9 (15 недель), ЗЕТ 3, вид аттестации ЗАЧ, всего часов 108, баллов рейтинга 150**

Модуль, раздел (тема), КП/КР	№ недели	Трудоемкость, час				Форма текущего контроля успе- в. (в соотв. с паспортом ФОС)	Максим. кол-во баллов рейтинга
		Аудиторные занятия			СРС		
		ЛЕК	ПЗ	АСРС			
Тема 1. Айдентика в современном городе.							
Лекция 1 Введение в предмет. Понятие айдентики. Её роль в современном городе. Роль графического дизайна при создании рекламного образа.	1-2	2					
Задание 1 Создание знаков городских функций на основе первоформ: круг, квадрат, треугольник с использованием различных графических приёмов.			4			ПР-1	10
Лекция 2 Форма и цвет, как средства выражения художественного образа в рекламном дизайне – характеристики, ассоциации, свойства восприятия и основные функции.	3-4	2					
Задание 2 Сравнительный анализ торговых знаков основных сетей одной торговой функции в городе: по форме, цвету, шрифту. Сравнить и оценить преимущества и недостатки.			4			ПР-2	10
Лекция 3 Логотип – информационная модель рекламного процесса, основные составляющие и функции. Понятия фирменного стиля и бренда, задачи и правила. Основные элементы и носители фирменного стиля.	5-6	2					
Задание 3. «Сломай стереотип» - создать новый торговый знак для привычной функции в городе, с учётом обновлений самой функции.			4	1		ПР-3	10
Тема 2. Рекламный бассейн города.							
Лекция 4 Рекламный бассейн города. Принципы формирования и распространения рекламного дизайна в городе. Его влияние на городскую среду.	7-8	3					

Задание 4. Анализ плана выбранного участка городской среды: условные обозначения видов наружной рекламы, движение пешеходов и автотранспорта, места наибольшего скопления людей и угол зрения с этих мест			3		10	ПР-4 ДЗ-1	10 10
Задание 5. Анализ рекламной ситуации с позиции обывателя и профессионала (архитектора, дизайнера)	9		3	3	5	ПР-5	20
Тема 3. Визуальная навигация, как современная система коммуникации между человеком и объектами в архитектурной среде.							
Лекция 5 Принципы изучения рекламного бассейна города. Основные приёмы исследования рекламного бассейна города.	10-11	3					
Задание 6. Презентация. Оформить выводы на основе анализа рекламного бассейна участка городской среды с внесением рациональных предложений			3		10	ПР-6 ДЗ-2	10 10
Задание 7. Создание сценариев восприятия человеком заданной среды : житель района, горожанин, турист	12		3	3	5	ПР-7	10
Тема 4. Принципы изучения архитектурного пространства для создания системы визуальной навигации в нём.							
Лекция 6. Особенности считывания человеком архитектурной среды. Ориентация в городе и интерьере.	13-14	3					
Задание 8. Анализ функций на заданном участке: точки притяжения, поля влияния функций, человеческие транзиты, стихийные дороги. Уровни считывания информации.			3		10	ПР-8 ДЗ-3	10 10
Задание 9. Разработка плана визуальной навигации для заданного участка. Подбор системы знаков для считывания на различных уровнях.	15		3	2	20	ПР-9	10
Задание 10. Оформление портфолио итоговых клаузур к зачёту.					3	ДЗ-4 портфолио	5 15
Аттестация-зачёт							
Итого	1-15	15	30	9	63		150

Критерии оценки качества освоения студентами учебного модуля.

- «удовлетворительно» – 75-104 баллов
- «хорошо» – 105-134 баллов
- «отлично» – 135-150 баллов

Приложение В

(обязательное)

Карта учебно-методического обеспечения Учебного модуля «Айдентика в архитектурной среде»»

Направление подготовки: 07.03.03. – Дизайн архитектурной среды

Формы обучения: очная

Курс 5 Семестр 9

Часов: трудоемкость — **3 ЗЕ**, Лек – **15**, ПР – **30**, СРС и виды индивидуальной работы – **72, зачёт**

Обеспечивающая кафедра «Дизайн»

Таблица 1- Обеспечение учебного модуля учебными изданиями

Библиографическое описание* издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Учебники и учебные пособия		
1. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations : 215 примеров, 130 учеб. задач и 18 практ. прил. Ч. 1 / Система проф. разработчиков, консультантов и преп. ТРИЗ-ШАНС. - 5-е изд., доп. - СПб. : Бизнес-пресса, 2001. - 254с. : ил	12	
2. Волкова В.В. Дизайн рекламы : учеб. пособие. - М.; Ростов н/Д : Книжный дом "Университет": Феникс, 1999. - 142с.	2	
3. Голубева О. Л. Основы композиции : учеб. для высш. и сред. худож. образования / О. Л. Голубева. - 2-е изд. - М. : Искусство, 2004. - 119, [1] с. : ил	15	
4. Ромат Е. В. Реклама : учеб. для вузов. - 7-е изд. - СПб. : Питер, 2008. - 506, [1] с. : ил.	2	
5. Основы рекламы : учеб. для вузов / Под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ, 2007. - 350, [2] с. : ил.	2	
6. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учеб. пособие для вузов. - М. : ЮНИТИ, 2009. - 238, [1] с. : ил	3	
Учебно-методические издания		
1. Рабочая программа «Айдентика в архитектурной среде» [Электронный ресурс] / Авт. сост. Д.В. Соколова; НовГУ им. Ярослава Мудрого. - В. Новгород, 2017. - 12с. - Режим доступа: www.novsu.ru/study/umk		

Таблица 2. Информационное обеспечение учебного модуля

Название программного продукта, интернет-ресурса	Электронный адрес	Примечание
-		

Таблица 3 — дополнительная литература

Библиографическое описание* издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Учебники и учебные пособия		
1. Эйри Дэвид. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера = Logo Design Love. A Guide to Creating Iconic Brand Identities / Дэвид Эйри. - СПб. : Питер, 2011. - 202, [1] с. : ил.	1	
2. Мудров А. Н. Основы рекламы : учебник / А. Н. Мудров. - М. : Экономистъ, 2006. - 318, [2] с	7	
3. Кафтанджиев Христо. Гармония в рекламной коммуникации / Пер.с болгар.С.Кировой. - М. : Эксмо, 2005. - 366с. : ил.	1	
4. Щепилова Г. Г. Основы рекламы : учеб. для вузов (бакалавриат) / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. - М. : Юрайт, 2012. - 521, [1] с. : ил	2	
5. Васильев Г. А. Основы рекламы : учеб. пособие для вузов / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М. : Вузовский учеб. : Инфра-М, 2014. - 405, [2] с. : ил.	2	

Действительно для учебного года 2017-2018

Зав. кафедрой _____ А.М. Гаврилов
 18.05. 2017 г.

СОГЛАСОВАНО

НБ НовГУ: Гл. библиотекарь _____

Новгородский государственный
 университет им. Ярослава Мудрого
 Научная библиотека
 Сектор учета

Н.А. Калинина