Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 25.07.2024 18:09:35
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Полиграфический институт

УТВЕРЖДАЮ
Директор Полиграфического института
_____ /Нагорнова И.В./
«__8__» _____ 2024 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Графический дизайн рекламных и арт-объектов»

Направление подготовки
29.03.04 «Технология художественной обработки материалов»

Профиль
Дизайн и конструирование рекламных и арт-объектов

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Москва – 2024

Разработчик:

Преподаватель _____/Е.М. Ляпина/

И.о. зав. кафедрой ХТОПП
канд. искусств. _____/Е.А. Подтуркина/

Согласовано:

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

Руководитель образовательной программы
к.т.н., /И.В. Нагорнова/

Содержание

Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4

Место дисциплины в структуре образовательной программы 5

Структура и содержание дисциплины 5

3.1. Виды учебной работы и трудоемкость 6

3.2. Тематический план изучения дисциплины 6

3.3. Содержание дисциплины

3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение 9

4.1. Нормативная литература 10

4.2. Основная литература 10

4.3. Дополнительная литература 10

4.4. Электронные образовательные ресурсы 11

4.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 11

Материально-техническое обеспечение 11

Методические рекомендации 12

5 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

5.1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплин 12

Фонд оценочных средств 14

Методы контроля и оценивания результатов обучения 15

Оценочные средства 16

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

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

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

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

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

- основной задачей освоения дисциплины «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» является формирование у обучающихся знаний, необходимых для осуществления профессиональной деятельности дизайнеров в соответствии с компетенциями ФГОС ВО
- формирование у студента требуемого набора компетенций, соответствующих его направлению подготовки и обеспечивающих его конкурентоспособность на рынке труда

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

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

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

Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.
Программа разработана в 2024 году в соответствии с:

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

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

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

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

Дисциплина «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» логически связана с последующими дисциплинами:
В части, формируемой участниками образовательных отношений:

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

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы -144 часа.

3.1. Виды учебной работы и трудоемкость

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

3.2. Тематический план изучения дисциплины

Размещён в приложении 1 к рабочей программе.

Содержание разделов дисциплины

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

Раздел 1. Особенности проектирования дизайн-объектов

Тема 1. Основные принципы проектирования объектов в пространстве
Тема 2. Пространственное мышление
Тема 3. Различия плоскостного и объёмного в графическом дизайне

Раздел 2. Проектирование арт-объектов

Тема 1. Предпроектная подготовка, оценка пространства
Тема 2. Анализ сегмента и конкурентного окружения
Тема 3. Работа по брифу заказчика
Тема 4. Поиск идеи и метафоры
Тема 5. Разработка Big Idea проекта
Тема 6. Подход к эскизированию: как объяснить и визуализировать свою идею
Тема 7. Технические средства и инструменты проектирования
Тема 8. Основные принципы работы с материалами
Тема 9. Предпроизводственная и предпечатная подготовка
Тема 10. Продвижение и популяризация арт-объекта: в социальных медиа, NFT, AR/VR

Раздел 3. Проектирование рекламных объектов

Тема 1. Что такое POSM?
Тема 2. Какую роль POSM играет в рекламе брендов и товаром бренда
Тема 3. Как разработать эффективный POS: идея, KV, макет
Тема 4. Материалы и доступные дизайнеру инструменты

3.3. Тематика практических занятий по дисциплине

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание темы (раздела)
1	Особенности проектирования дизайн-объектов	1. Особенности проектирования дизайн-объектов 1.1. Основные принципы проектирования объектов в пространстве - Этапы работы над проектом - Виды объектов дизайн-проектирования 1.2. Пространственное мышление - принципы размещения объектов в пространстве 1.3. Различия плоскостного и объёмного в графическом дизайне
2	Проектирование арт-объектов	2.1. Предпроектная подготовка, оценка пространства - Первичный осмотр площадки - Зонирование пространства 2.2. Анализ сегмента и конкурентного окружения 2.3. Работа по брифу заказчика 2.4. Поиск идеи и метафоры 2.5. Разработка Big Idea проекта - Цель и задачи арт-объекта 2.6. Подход к эскизированию: как объяснить и визуализировать свою идею - Первичные эскизы - Детальная проработка эскиза 2.7 Технические средства и инструменты проектирования - Плоттерная резка - Печать на самоклейке - Печать на ПВХ и МДФ 2.8. Основные принципы работы с материалами - Oracal - Виниловая плёнка - Объемные материалы 2.9. Предпроизводственная и предпечатная подготовка 2.10. Продвижение и популяризация арт-объекта: в социальных медиа, NFT, AR/VR - NFT и блокчейн - AR/VR, примеры проектов
3	Проектирование рекламных объектов	3.1. Что такое POSM? - Определение POSM - Основные POSM решения 3.2. Какую роль POSM играет в рекламе брендов и товаром бренда - Основные цели и задачи POSM - POSM для торговых точек - POSM для компании - Как правильно выбрать POSM

		- Рекомендации по разработке

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

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

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Нормативные документы и ГОСТы

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

4.1. Основная литература

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

4.2. Дополнительная литература

5. 1. Ю. Гордон «Книга про буквы от Аа до Яя»;
6. 2. М. Кумова «Айдентика. Динамика, образ, типографика, цвет, иллюстрация и паттерн»;
7. 3. М. Бейрут «Теперь вы это видите»;
8. 4. Д. Роэм «Визуальное мышление»;
9. 5. М. Микалко «Рисовый штурм»;
10.
11. **Электронные ресурсы:**
12. 1. Pinterst.com
13. 2. thedieline.com
14. 3. Underconsideration.com
15. 4. Behance.net
16. 5. Adsoftheworld.com
17. 6. Lemanoosh.com
18. 7. Worldbranddesign.com

18.1. Электронные образовательные ресурсы

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

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

Разработанные ЭОР включают тренировочные и итоговые тесты.
Порядок проведения работ в дистанционном формате устанавливается отдельными распоряжениями проректора по учебной работе и/или центром учебно-методической работы.

Каждый студент обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной библиотеке Московского Политеха
https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=7621&section=1 .
.

4.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Перечень ресурсов сети Интернет, доступных для освоения дисциплины:

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

5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

6. Методические рекомендации

6.1. Методические рекомендации для преподавателя

В процессе самостоятельного изучения материала необходимо ориентироваться на специальную литературу, интернет-источники и активно посещать художественные музеи, как постоянные экспозиции, так и выставки.
Преподаватель при проведении занятий руководствуется личным профессиональным и творческим опытом в соответствии с учебным планом, графиком учебного процесса и данной программой. Основной целью преподавателя является формирование творческой личности обучающегося, ориентированной на профессиональную деятельность в качестве дизайнера.

Методические указания по выполнению и подготовке устных докладов

Целью доклада является расширение и углубление знаний в области графического дизайн рекламных и арт-объектов. Самостоятельная работа над темой должна привить студенту навыки самостоятельного творческого мышления и суждений; научить аргументированному изложению своих знаний и убеждений в форме презентаций и докладов.
Студент выбирает тему самостоятельно, с возможностью консультации с преподавателем. Выбор темы должны подсказать личные профессиональные интересы студента. Темы докладов в обязательном порядке согласовываются с преподавателем. Для работы над избранной темой обучающемуся надлежит подобрать и изучить соответствующие источники информации (литературу, интернет-ресурсы и т.п.). Самостоятельность суждений в изложении не исключает точек зрения, почерпнутых из специальных информационных источников.
Доклад-презентацию желательно сопроводить развернутым планом. Вначале составляется предварительный план; затем, когда материал по теме окончательно собран, изучен и продуман, следует приступить к его окончательному варианту. План поможет выработать логическую последовательность мышления и четче выявить поставленные задачи. Структура доклада-презентации определяется в каждом отдельном случае, исходя из характера раскрываемой темы. Желательно, чтобы она включала вступление, основную часть, заключение. Следует продумать пропорциональные соотношения всех частей доклада-презентации в соответствии со значимостью каждой из них в общей структуре работы.

1. Фонд оценочных средств

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

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

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

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

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра.
Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» **на экзамене** проводится путём устного опроса с

учетом результатов выполнения КУЗ (10 заданий). Перечень контрольных вопросов к экзамену выдаётся преподавателем заранее (в начале семестра). По итогам промежуточной аттестации по дисциплине «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».
Оценка итогов промежуточной аттестации по дисциплине «Графический дизайн рекламных и арт-объектов» проводится методом балльно-рейтинговой системы; при этом баллы начисляются: за выполнение КУЗ; за ответы на вопросы к экзамену.
Максимальный суммарный балл составляет 100 и складывается из следующих максимальных баллов:

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

1. Комплексное учебное задание оценивается по следующим критериям:

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

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

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

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

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

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

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

Таблица 1

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

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

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

Таблица 2

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

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

Темы комплексных учебных заданий (КУЗ)

Задание 1. Сбор кейсов музейных экспозиций (презентация)
Проведите исследование минимум 5 кейсов музейных экспозиций (зарубежных или отечественных). Соберите исследование в презентацию.
Разбейте визуальное исследование на следующие категории:
1. Интересные примеры входных групп в музей/на выставку
2. Интересные примеры таймлайнов
3. Интересные примеры отдельных инсталяций/арт-объектов
Обоснуйте свой выбор письмнно или устно
Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.1. Предпроектная подготовка (презентация)
Проведите исследование минимум 3-х музеев Москвы или МО.

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

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

Задание 2.2. Анализ сегмента
Провести исследование конкурентов согласно методологии в рамках предложенного проекта: исследовать конкурентов М. Звягинцевой (личный бренд), исследовать конкурентное окружение Музея "Гараж".

1) Изучите тренды сегмента (искусство, паблик арт, стрит арт)
2) Изучите творчество М. Звягинцевой
3) Определите от 3 до 5 конкурентов: коротко опишите каждого конкурента (общая информация, позиционирование, работы)
4) Определите от 3 до 5 конкурентных игроков Музея “Гараж”: коротко опишите каждого конкурента (общая информация, позиционирование, особенности)
Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.3. Разбор брифа и носителей
После разбора брифа у вас появился список носителей, необходимых для проектирования:

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

Задание 2.4. Поиск идеи

На основе ваших исследований из предыдущего задания выберете один для разработки (после консультации с преподавателем). Предложите 3 концепции качественных изменений для выбранного музея. Оформите концепции в презентацию.
Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.5. Презентация идеи

Определить ключевую идею в предложенных проектах:
- https://artmarin.ru/public-art/stairs
- https://artmarin.ru/public-art/water
- https://daily.afisha.ru/news/39775-hudozhnik-tima-radya-szheg-buduschee-v-svoem-art-obekte-future/

Для определения центральной идеи важно понять позиционирование проекта, целевую аудиторию и коммуникационную суть.
Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.6. Эскизы

На основе выбранной ранее концепции подготовьте эскизы и визуализируйте их в интерьере музея.
Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.7. Проектирование объектов

Сделайте чистовые эскизы ваших объектов и визуализации к ним.
Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 2.8. Подбор материалов

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

Задание 3.1. Найти примеры креативных онлайн и офлайн POSM

Найти примеры креативных онлайн и офлайн POSM: бенчмарк исследование креативных решений в области индор (внутренней рекламы) и аутдор (наружной рекламы). Прикрепить ссылки креативных решений и короткое описание.
Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.

Задание 3.2. Создание стенда продукции для супермаркета

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

Для выполнения задания следует определить целевой бренд категории FMCG, выбрать подходящий под продукцию POSM, разработать конструктивное решение и дизайн.
Инструменты: программы для создания презентаций, Figma, Adode Illustrator.