

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Золотухина Елена Юрьевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 25.06.2025 14:04:13

Уникальный программный ключ:

ed74cad8f1c19aa426b59e780a391b3e6ee2e1026402f1b3f388bce49d1d570e

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский региональный социально-экономический институт»**

**Методические рекомендации
по организации выполнения и защиты дипломного проекта (работы)
по специальности среднего профессионального образования**

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Квалификация: Дизайнер

Форма обучения: очная

Обсуждено и одобрено на заседании
предметно-цикловой комиссии № 5 «Дизайн»
Протокол № 10 от «22» мая 2025 года

Видное 2025

Содержание

1	Общее положение.....	3
2	Организация работы по написанию дипломного проекта (работы)	3
3	Требования к структуре и содержанию дипломного проекта (работы)	5
4.	Требования к оформлению дипломной работы	13
5	Подготовка к защите и защита дипломной работы	17
	Приложение 1	19
	Приложение 2	22
	Приложение 3	23
	Приложение 4.....	31
	Приложение 5.....	32
	Приложение 6.....	35
	Приложение 7.....	36
	Приложение 8.....	38
	Приложение 9.....	39

1 Общее положение

Образовательная программа по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) предусматривает подготовку дипломного проекта (работы) для установления уровня теоретической и практической подготовленности выпускника к решению профессиональных задач.

Дизайнер – это специалист который занимается визуальным оформлением реальных и виртуальных объектов.

Дипломная работа должна быть выполнена автором самостоятельно, содержать ссылки на использованную литературу и другие информационные источники. Содержание дипломного проекта (работы) и уровень ее исполнения должны удовлетворять современным требованиям по присваиваемой квалификации «дизайнер» по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Дипломная работа должна: носить творческий характер с использованием актуальных данных, отвечать требованиям логичного и четкого изложения материала, доказательности и достоверности фактов, отражать умения студента пользоваться рациональными приемами поиска, отбора, обработки и систематизации информации, быть правильно оформлена (четкая структура, завершенность, правильное оформление библиографических ссылок, списка литературы и нормативно-правовых актов, аккуратность выполнения).

Дипломная работа выполняется на основе изучения нормативно - правовых документов, литературных и других источников информации. Необходимым условием работы является использование практических материалов организаций различной направленности, в которых студенты проходят практику.

Дипломная работа оформляется в виде текста с приложением графиков, таблиц, диаграмм, рисунков, схем.

Оптимальный объем дипломного проекта (работы) составляет 50 страниц.

2 Организация работы по написанию дипломного проекта (работы)

Дипломный проект (работа) – самостоятельное творческое исследование. В нем должны быть отражены:

- уровень теоретического мышления выпускника;
- умение применять полученные знания и навыки в реальных условиях;
- степень владения специальной литературой;
- умение решать конкретные задачи, возникающие в практике;
- способность формулировать свою позицию и отстаивать ее;
- способность вносить предложения по совершенствованию деятельности предприятия;
- умение использовать результаты исследования.

В ходе исследования проблемы, написания и защиты дипломного проекта (работы) выпускник выполняет ряд операций, которые выстраиваются в определенную последовательность. Это позволяет рассматривать выполненные операции в качестве взаимосвязанных, но относительно самостоятельных этапов.

Процесс подготовки, выполнения и защиты дипломного проекта (работы) состоит из следующих этапов:

1. Выбор темы.
2. Согласование содержания с руководителем.
3. Подбор нормативно-правовых документов, литературных и других источников информации.
4. Выполнение работы.
5. Изложение материала в соответствии с содержанием.
6. Редактирование материала.
7. Составление списка литературы.
8. Изучение требований к оформлению работы и оформление работы.
9. Подготовка презентации и плана выступления (для защиты работы).
10. Передача выполненной работы руководителю.
11. Разработка доклада для защиты.
12. Защита работы перед членами государственной экзаменационной комиссии.

Тему дипломного проекта (работы) студент выбирает самостоятельно из числа рекомендованных, с учетом специфики будущей профессиональной деятельности и преддипломной практики. Студент выбирает тему, руководствуясь своими научными интересами.

Тема дипломного проекта (работы) должна быть выбрана студентом заранее и утверждена до производственной практики (преддипломной).

Выполнение дипломного проекта (работы) должно вестись в соответствии с графиком и заданием, разработанным руководителем совместно с обучающимся. Задание, отзыв и рецензия на дипломную работу заполняются в соответствии с типовой формой. Отзыв, рецензия и отчет проверки работы с использованием системы «Антиплагиат» хранятся отдельно и прилагаются к дипломной работе. Титульный лист является первым листом дипломного проекта (работы) и заполняется по утвержденной форме. Надписи выполняются на компьютере. Номер страницы на титульном листе не указывают.

Обязанности руководителя:

- разработка задания на подготовку ДР;
- разработка совместно с обучающимися содержания ДР;
- оказание помощи обучающемуся в разработке индивидуального графика работы на весь период выполнения ДР;
- консультирование обучающегося по вопросам содержания и последовательности выполнения ДР;
- оказание помощи обучающемуся в подборе необходимых источников;
- контроль хода выполнения ДР в соответствии с установленным графиком в форме регулярного обсуждения руководителем и обучающимся хода работ;

- оказание помощи (консультирование обучающегося) в подготовке презентации и доклада для защиты ДР;
- проверка ДР на наличие заимствований из открытых источников в сети Интернет и других источников;
- предоставление письменного отзыва на ДР.

Обязанности студента:

- изучить и соблюдать требования, предъявляемые к дипломной работе и к её оформлению;
- выполнять работы в соответствии с утвержденным планом, графиком;
- соблюдать сроки выполнения работы;
- внимательно изучать источники и литературу и добросовестно прорабатывать материал для дипломного проекта (работы);
- систематически отчитываться перед руководителем о ходе проводимых исследований;
- своевременно исправлять замечания, сделанные руководителем;
- написания, исправления и оформления работы не позднее, чем за две недели до защиты, представить дипломную работу руководителю.

Работа, которую руководитель признал неудовлетворительной, возвращается студенту для переработки с учетом высказанных замечаний.

В отзыве на ДР необходимо охарактеризовать качество работы, отразить следующие моменты:

- актуальность темы;
- новизну темы;
- полноту изучения специальной литературы;
- полноту раскрытия исследуемой темы, поставленных целей и задач;
- обоснованность выводов по каждому разделу и по работе в целом;
- самостоятельность и творческий подход;
- грамотность оформления работы (научная терминология, профессиональная лексика).

3 Требования к структуре и содержанию дипломного проекта (работы)

Дипломная работа представляет собой проект на выбранную тему в области дизайна, объем записки должен составлять 45-50 страниц текста, на которых студент формулирует и исследует проблему, обосновывает и демонстрирует свое проектное решение по избранной теме, включая полный иллюстративный ряд проектного материала. В состав дипломного проекта (работы) входят также: демонстрационные планшеты, макеты, реальная печатная продукция (буклет, бренд-бук, журнал, визитки, конверты, бланки и др.), экранная презентация дипломной работы (видеоролик), портфолио с авторскими творческими работами и комментариями.

Структура и содержание дипломного проекта (работы) определяются выпускающими ПЦК Института в зависимости от профиля специальности.

Структура дипломного проекта (работы) включают в себя задание на диплом, титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, терминологию, список литературы, приложения (при необходимости).

Дипломная записка состоит из следующих обязательных частей:

Титульный лист (Приложение 2)

Содержание

Содержание помещается всегда на 2-м листе работы все листы работы нумеруются (кроме титульного листа). Содержание оформляется следующим образом:

Введение

Глава I. Аналитическая часть

- 1.1. Исходные данные и материалы для проектирования
- 1.2. Маркетинговое исследование
- 1.3. Стратегия и методика проектирования

Глава II. Художественно-концептуальная часть

- 2.1. Эскизы и варианты поисковых решений
- 2.2. Творческая концепция проекта
- 2.3. Способы и методы художественно-творческого решения
- 2.4. Используемые материалы, программные и технические средства
- 2.5. Экономические расчеты

Заключение

Терминология

Список источников и литературы

Приложения

Введение

Во «Введении» дается краткая обобщенная информация о теме и содержании выпускной квалификационной работы, сведения о заказчике, формулировка задания на проектирование, актуальность проекта (социальная, экономическая, культурная, профессиональная (для дизайна), историческая справка.

Кратко характеризуется состав выпускной квалификационной работы и содержание разделов.

Здесь необходимо доказать **актуальность** данной исследовательской работы. Актуальность работы включает в себя интересы со стороны *заказчиков* (возникшая необходимость в проведении данной работы) и исполнителей (в реальности – это заработок, в учебной среде – это своевременный познавательный интерес, необходимость теоретического углубления и апробации на практике полученных знаний)

Далее обозначается **основная цель проекта** (проблема исследования).

Без проблемы, которая требует решения, не существует исследования.

Объект исследования – то, на что направлена познавательная деятельность исследователя. Каждая самостоятельная наука имеет свой объект исследования. Знания об объекте исследования в виде теорий, методических рекомендаций составляют предмет исследования. Например: многостраничное издание.

Предмет исследования – существенные свойства или отношения объекта исследования, познание которых важно для решения теоретических или практических проблем. Предмет исследования определяет границы изучения объекта в конкретном исследовании. Уже конкретное издание, конкретный образец многостраничного издания.

Например, при проектировании многостраничного издания, можно выделить следующие задачи:

1. Успешное типографическое решение издания
2. Правильный выбор технологий верстки
3. Грамотно решенная удобочитаемость издания
4. Профессиональная, продуманная, соответствующая разработка иллюстративного ряда и т.д.

Для последовательного, системного достижения поставленных целей необходимо определить **задачи**, которые вытекают из положений гипотезы. Задачи составляют структуру работы. Задачи являются как бы ступенями на пути достижения цели. Задачами могут являться решения составляющих проекта. Например, при проектировании того же многостраничного издания, можно выделить следующие задачи:

5. Типографическое решение издания
6. Выбор технологий верстки
7. Удобочитаемость издания
8. Разработка иллюстративного ряда и т.д.

Глава I. Аналитическая часть

1.1 Исходные данные и материалы для проектирования

Разработка брифа на проектирование товарного знака. Заказчик, объект и предмет рекламы, целевая группа потребителей, сектор рынка, прототипы, конкуренты, маркетинговая стратегия...

Приступая к выполнению выпускной квалификационной работы по проектированию знака и других базовых элементов фирменного стиля, необходимо определить тему проектирования и дать рабочее название темы (которое в дальнейшем может уточняться), наметить стратегию и тактику разработки проекта. Обязательно следует решить, с каким заказчиком вы хотите работать: либо это внешняя независимая фирма, либо внутривузовский запрос на проект, либо вы делаете виртуальный авторский проект на тему, которая вас больше всего интересует. В каждом из этих случаев стратегия ведения работы будет разной: жесткое прагматичное

целеполагание в условиях конкуренции (первый вариант), ПЦК заказ на образовательный ресурс (второй вариант), проблема развития креативного мышления в контексте новейших тенденций графического дизайна (третий вариант).

В данном разделе представляется и анализируется бриф на проведение работы. Подробно разбираются задачи работы. Анализируются предоставленные материалы для проектирования (эскизы или пожелания заказчика, критерии соответствия, используемые в работе изображения и данные).

1.2 Маркетинговое исследование

Следующий шаг – опираясь на вышеназванный принцип абстрагирования формы, исследовать и составить подборку визуального ряда прототипов и аналогов в современном актуальном творческом пространстве графического дизайна и рекламы.

Провести, консультируясь со специалистами, предварительную маркетинговую оценку прогнозируемой реакции целевой аудитории, на которую ориентирован проект, а также просчитать его конкурентоспособность и оценить риски.

Все это позволит окончательно скорректировать стратегию проекта и перейти непосредственно к его целенаправленной и обоснованной систематической разработке.

1.3 Стратегия и методика проектирования

Теперь можно, ориентируясь на выбранное направление формообразования знака, создать рабочий сценарий разработки проекта. Дать название фирме, уточнить окончательно тему, согласовать с заказчиком состав проекта. Целеполагание объекта проектирования и предмета разработки следует изложить в общепринятом формате брифа.

Но главная задача этого этапа проектирования и раздела выпускной квалификационной работы – освоить новейшую методологию дизайн-проектирования, а именно, современные методы проектирования систем фирменной идентификации.

Существует огромное количество способов, техник и методик реализации проекта. В этой части следует кратко охарактеризовать различные возможные пути решения задач проекта, указать положительные и отрицательные качества каждого, для того чтобы была возможность произвести профессиональный отбор и прийти к наилучшему варианту.

Глава II. Художественно-концептуальная часть

В данном разделе излагается и визуализируется главная идея, концепция и творческий результат проекта (на примере фирменного стиля).

2.1 Эскизы и варианты поисковых решений

Здесь должны быть представлены эскизы, которые выполнялись в ходе поисковой работы над проектом. Нужно представить несколько вариантов решения проекта, из которых в итоге была выбрана финальная концепция проекта.

Эскизирование (творческий поиск). Этап творческого поиска – центральное звено процесса архитектурного проектирования. Поиск идеи и замысла проектного решения основывается прежде всего на информации, полученной в ходе разработки программы-задания и отбора исходных идей. Творческие процессы не всегда подчиняются общей схеме и основаны на индивидуальных способностях, образовании, остроты мышления, владении средствами выражения идеи.

Ключевыми факторами при разработке эскиз-идеи служат исходные данные для проектирования.

Завершенный эскиз – разработка серии вариантов, из которых каждый последующий является модификацией предыдущего. Уточнения и изменения ведутся в рамках выбранной принципиальной схемы. Цель фазы – добиться совместимости всех учитываемых требований.

2.2 Творческая концепция проекта

Характеристика творческой концепции проекта. Сетка, цвета, шрифты, верстка, иллюстрирование. Здесь необходимо наиболее наглядно продемонстрировать преимущества проекта:

- формулирование и обоснование творческой дизайн-концепции проекта;
- разработка художественной (образно-стилевой, пластической) концепции знака и логотипа;
- разработка эскизного и рабочего проекта фирменного знака, логотипа, фирменного блока и других объектов фирменного стиля.

2.3 Способы и методы художественно-творческого решения

Подробно рассмотреть художественные техники, методики и технологии, применяемые в данном проекте. Описать процесс создания элементов проекта. Рисунок, живопись, монотипия, компьютерная графика, фотографирование и фотообработка и т.д.

Предметный состав проекта

- разработка проектных решений системы фирменной идентификации;
- знак, логотип, дополнительные идентификаторы в форматах: изографика; фотографика; каллиграфика; типографика;
- абстрактная геометрическая пластика; комбинированный формат;
- ахроматические и цветные композиционные решения;
- плоские, объёмные, пространственные композиции;
- стили: модернизм – постмодернизм (конструктивность –

деконструктивность);

- методы средовой трансформации знака-логотипа;
- размещение знака на носителях: композиция бланка (А-4), верстка простого буклета (листовка А-4; А-3);
- проект упаковки: бумажная и графическая пластика
- геометрического объекта (коробки); конструкция упаковки; верстка
- рекламного текста на развертке упаковки.
- состав проекта (знак, логотип, сетка, верстка, плакат, буклет, диск, видеоролик и т.д.)
- демонстрация визуального ряда
- комментарии к визуальному ряду
- Разработать другие малые формы фирменного стиля + рекламная полоса для журнала (или рекламная листовка А-4)

2.4. Используемые материалы, программные и технические средства

Материалы. Подробно рассмотреть материалы, используемые при создании проекта. Обозначить критерии выбора указанных материалов среди возможных вариантов.

Технические средства. Подробно рассмотреть технические средства, с которыми вы работали для создания проекта.

Программные средства. Рассмотреть программное обеспечение, используемое при выполнении проекта и обозначить критерии выбора среди аналогичных продуктов.

2.5. Экономические расчеты

В данной части нужно представить в виде таблицы, затраченные на проект денежные средства.

Таблица вида (пример):

Смета проекта

Ресурс	Стоимость
бумага офсетная	2x150 р
картридж для принтера	1x1200 р
Итог	1350 рублей

Итоговые затраты на проект

Ресурс	Стоимость
бумага офсетная	2x150 р
картридж для принтера	1x1200 р
Итог	1350 рублей

По итогам затраченных на проект денежных средств можно рассчитать стоимость одного экземпляра продукта/тиража/элементов фирменного стиля.

В оценку стоимости проекта входит: стоимость проектных разработок и ориентировочная стоимость продукта. Она определяется рыночными условиями ценообразования. Важно определить вилку ценообразования по исходному проектному продукту. Для этого проводится мониторинг рынка с анализом цен аналоговой продукции и эмпирическим путем определяется планируемая стоимость изделий.

Далее дается заключение о рентабельности проекта. По результатам экономических расчетов и выведенной стоимости экземпляра продукта можно сделать вывод о конкурентоспособности проекта на рынке.

Заключение

Заключение должно содержать общие выводы, обобщенное изложение основных проблем, авторскую оценку работы с точки зрения решения задач, поставленных в дипломной работе, данные о практической эффективности от внедрения рекомендаций или научной ценности решаемых проблем. Могут быть указаны перспективы дальнейшей разработки темы. Примерный объем заключения 5-10% от общего объема работы.

Терминология

Сформировать список профессиональных терминов, использующихся в работе и профессиональной жизни дизайнера, особое внимание уделить терминам, непосредственно относящимся к данной работе (10-15 основных терминов).

Список источников и литературы

Работа с литературой является неотъемлемой составной частью как научных исследований, так и практических разработок. Поэтому в прилагаемом перечне рекомендованной литературы приведена только часть литературных источников, необходимая для первого ознакомления с исследуемым вопросом, остальную литературу по разрабатываемой теме студент должен подобрать самостоятельно. Следует учесть, что, кроме изучения учебников и монографий по теме дипломного проекта (работы), необходимо изучение материалов по исследуемой теме, публикуемых в периодической печати и в интернете. Подбирая литературу (монографии, брошюры, журнальные статьи и т.п.), необходимо учитывать время ее издания. В первую очередь следует использовать литературу последних лет издания.

Список использованных источников отражает перечень источников, которые использовались при написании дипломного проекта (работы) (не менее 20), составленный в следующем порядке:

- а) нормативно-правовая литература:
 - федеральные законы (в очередности от последнего года принятия к предыдущим);

- указы Президента Российской Федерации (в той же последовательности);
- постановления Правительства Российской Федерации (в той же очередности);
- иные нормативные правовые акты;
- иные официальные материалы (резолюции-рекомендации международных организаций и конференций, официальные доклады, официальные отчеты и др.);
- б) основная литература:
 - монографии, учебники, учебные пособия (в алфавитном порядке) (издания не старше 3-х лет);
- в) дополнительная литература:
 - монографии, учебники, учебные пособия (в алфавитном порядке) (издания старше 3-х лет); – интернет-ресурсы.

Приложения

Приложения помещают после списка используемой литературы в порядке их упоминания в тексте. Каждое приложение следует начинать с нового листа, в правом верхнем углу которого пишется слово «Приложение» и номер, обозначенный арабской цифрой (без знака №). Количество приложений не ограничено.

В приложении должен находиться диск, содержащий все исходные файлы работ (оригинальный документ в формате программы в которой он создан, использованные шрифты и изображения), электронные версии текстовых документов.

Необходимо приложить распечатки практических работ. Объем приложений не ограничивается.

В тексте пояснительной записки рекомендуется чаще применять красную строку, выделяя законченную мысль в самостоятельный абзац. Слишком много цитат в работе приводить не следует, цитирование используется как прием аргументации.

Для наглядности в пояснительную записку обязательно должны быть включены таблицы и графики. Графики выполняются четко, красиво, желательно в цвете, в строгом соответствии с требованиями деловой документации. Нумерация таблиц, графиков (отдельно для таблиц и графиков) должна быть сквозной на протяжении всей работы. Слово «таблица» и ее порядковый номер (без знака №) пишется сверху самой таблицы в правой стороне, затем дается ее название и единица измерения (если она общая для всех граф и строк таблицы).

Формулы расчетов в тексте надо выделять, записывая их более крупным шрифтом и отдельной строкой, давая подробное пояснение каждому символу (когда он встречается впервые). Рекомендуется нумеровать формулы в пределах каждого раздела, особенно, если в тексте приходится на них ссылаться.

Излагать материал в пояснительной записке следует четко, ясно, применяя принятую научную терминологию, избегая повторений и общеизвестных положений, имеющих в учебниках и учебных пособиях. Пояснять надо только малоизвестные или разноречивые понятия, делая ссылку на авторов, высказывающих разные мнения по одному и тому же вопросу.

4. Требования к оформлению дипломной работы

Работа должна быть выполнена в электронном виде, через 1,5 межстрочных интервала общим объемом 45–50 страниц.

Текст печатается с соблюдением следующих размеров полей: левое – 30 мм, правое – 15 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм.

Шрифт Times New Roman, размер 14.

Полной считается страница, содержащая 30 строк.

Список использованных источников и литературы, терминология в объеме дипломной работы не входит. Работа начинается с титульного листа, образец которого утвержден Институтом.

После титульного листа идет содержание, с указанием названия структурных элементов работы, включая введение, заключение, список использованных источников и литературы, терминологии, приложений и номеров страниц расположения их в тексте.

Текст дипломной работы делится на главы и параграфы.

Страницы нумеруются арабскими цифрами, сверху листа от центра. Титульный лист включают в общую нумерацию, но номер на нем не ставится.

В список использованных источников и литературы, приводимый в конце работы, включаются сочинения, которые студент цитирует и на которые ссылается, и те, с авторами которых он полемизирует, – то есть работы, нашедшие то или иное отражение в дипломном исследовании. Необходимо помнить, что на защите дипломной работы члены государственной экзаменационной комиссии вправе выяснить, в какой мере автором использована та или иная работа, приведенная в списке, мнение студента о ней и т. п.

Литература приводится по алфавиту, в следующем порядке: фамилия, инициалы, название работы, место и год издания; для журнальных статей – автор, название статьи, наименование журнала, год издания и его номер; для газетных статей – автор, название статьи, название газеты, год, месяц, дата выхода газеты.

Надлежащим образом оформленная работа сдается научному руководителю для написания отзыва.

Готовая и проверенная научным руководителем дипломная работа, перед сдачей на кафедру, должна быть переплетена типографским способом. Задание на выполнение дипломной работы прилагается отдельно и вкладывается в неё.

Диплом обязательно представляются на бумажном и электронном (диск cd, dvd) носителе. На диске должен быть записан полный пакет файлов,

относящихся к дипломной работе – все исходные файлы практических работ (sdr, psd, ai, max, indd и тд.), а также используемые шрифты и изображения. Диск прикрепляется в разделе приложений.

Электронная версия должна содержать полную версию дипломного проекта (работы) и включать в себя: пояснительную записку; приложение к пояснительной записке; текст доклада выпускника; компьютерную презентацию; цифровую версию художественно-графической части работы; цифровую версию макетной части работы; портфолио (*вся информация предоставляется на дисках – cd или cd-r.*)

Внутри текста могут быть приведены перечисления. Перед каждым перечислением следует ставить тире или, при необходимости ссылаясь в тексте документа на одно из перечислений, строчную букву (за исключением ё, з, й, о, ч, ь, ы, ь), после которой ставится скобка. Для детализации перечислений необходимо использовать арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа.

Пример

- 1) _____
- а) _____
- б) _____
- 2) _____
- а) _____

1. Оформление разделов.

Разделы основной части называются главами и должны иметь порядковые номера в пределах всего документа, обозначенные арабскими цифрами без точки. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номеров раздела и подраздела, разделенных точкой. В конце номера подраздела точка не ставится. Разделы, как и подразделы, могут состоять из одного или нескольких пунктов. Если работа не имеет подразделов, то нумерация пунктов в нем должна быть в пределах каждого раздела, и номер пункта должен состоять из номеров раздела и пункта, разделенных точкой. В конце номера пункта точка не ставится.

Пример:

- Глава 1 Название главы 1
 - 1.1 Название подраздела 1.1
 - 1.2 Название подраздела 1.2
 - 1.3 Название подраздела 1.3
- Глава 2 Название главы 2
 - 2.1 Название подраздела 2.1
 - 2.2 Название подраздела 2.2

2. Оформление иллюстраций, рисунков.

Иллюстрация (чертежи, графики, схемы, компьютерные распечатки,

диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Иллюстрации (фотоснимки) могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе. Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Рисунок обозначается «Рис. 1 Наименование рисунка». Обозначение рисунка располагают посередине строки.

Иллюстрации, при необходимости, могут иметь наименование и пояснительные данные (подрисуночный текст). Слово «Рис.» и наименование помещают после пояснительных данных.

Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами. При ссылках на иллюстрации следует писать «в соответствии с рис. 2».

3. Оформление таблиц.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы обязательно и должно отражать её содержание, быть точным, кратким.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами. Например, «Таблица 1». Заголовки граф и строк таблицы следует не выделять полужирным шрифтом и писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят. Таблицы слева, справа и снизу ограничивают линиями. Допускаются применять размер шрифта в таблице меньший, чем в тексте. Межстрочный интервал в таблице – 1 пт.

Перед таблицей с выравниванием по правому краю помещается слово «Таблица» и ее номер без точки. Название таблицы следует помещать над таблицей по центру. Например:

Таблица 1			
<i>Название таблицы (курсив 12 пт)</i>			
Название графы 1	Название графы 2	Название графы 3	Название графы 4
Название строки 1	10	Текст текст текст	–
Название строки 2	10	То же	–
Название строки 3	15	–	Текст

Таблицу следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в работе. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием её номера.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы название помещают только над первой частью таблицы, нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую таблицу, не проводят. При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица» и номер её указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы, например, «Продолжение таблицы 1». При переносе таблицы на другой лист (страницу) заголовок помещают только над её первой частью.

Таблицу с большим количеством граф допускается делить на части и помещать одну часть под другой, в пределах одной страницы. Если строки и графы таблицы выходят за формат страницы, то в первом случае в каждой части таблицы повторяется головная строка, во втором случае – боковик.

Если повторяющийся в разных строках графы таблицы текст одинаковый, то после первого написания допускается замена на слова «То же». Цифры, знаки, математические и химические символы, марки заменять не допускается. Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы не приводят, то в ней ставят тире.

Большие таблицы выносятся в приложение.

4. Оформление формул.

Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если уравнение не уместится в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (–), умножения (*), деления (:), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак «Х». Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует проводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Пример – в формуле (1).

5. Оформление ссылок.

В случае необходимости можно излагать чужие мысли своими словами, но в этом варианте необходимо делать ссылку на первоисточник, который должен быть указан в списке используемой литературы. Ссылка делается сразу после окончания цитаты или изложения чужой мысли в тексте в квадратных скобках с указанием номера источника из списка литературы (и страницы) (например: [6, стр. 32] – шестой источник в списке литературы, страница 32).

5 Подготовка к защите и защита дипломной работы

Защита дипломной работы осуществляется в ходе открытого заседания государственной экзаменационной комиссии по расписанию.

В ходе защиты выпускник в течение 10 - 12 минут студент зачитывает либо излагает наизусть содержание своего выступления. При этом для иллюстрации отдельных положений рекомендуется использовать презентацию – заранее подготовленные слайды, плакаты или раздаточные листы, иное.

Портфолио рассматривается как наиболее целесообразная технология, позволяющая получить обобщенный показатель, отражающий динамику изменения в достижениях каждого конкретного студента, продвижение его по индивидуальной образовательной траектории. В частности, технология портфолио позволяет подойти к решению проблемы оценивания сформированности ключевых компетенций обучающихся. Портфолио предназначено для оказания помощи студентам по выработке позитивного отношения к самому себе, формированию устойчивого интереса к развитию ключевых компетенций таких как: работа с профессионально-ориентированной литературой, организация профессиональных коммуникаций, проектирование профессиональной карьеры и осуществление социально-профессионального саморазвития.

Цель создания портфолио – способствовать формированию ценностных ориентаций личности через осознание и анализ своей деятельности, а также формирование умения определять цели, вырабатывать стратегию и находить методы, средства и формы профессионального общения, овладевать навыками построения плана карьерного роста и жизненных планов, оценки собственных возможностей, способностей с точки зрения профессиональных притязаний, овладевать навыками самонаблюдения и самодиагностики, использовать методы самоанализа, самооценки и самокритики.

Задачи создания портфолио: обеспечение отслеживания индивидуального прогресса студента; поддержание высокой учебной и познавательной мотивации студентов; расширение возможности для самореализации и самообучения; развитие навыков рефлексивной и оценочной деятельности; формирование умения ставить цели собственной деятельности; предоставление отчета по саморазвитию; демонстрация собственных способностей; формирование устойчивых навыков использования информационных технологий.

Для презентации портфолио обучающийся создает презентационный ролик, в котором представляет наиболее яркие свои достижения, этапы личностного самосовершенствования и профессионального развития.

В презентации обучающегося могут быть отражены документы и материалы, подтверждающие его индивидуальные достижения и личностный рост по следующим направлениям деятельности:

- лучшие работы по дисциплинам, выполненные в процессе обучения;
- информация об участии в конкурсах и инициативных проектных работах;

- научно-исследовательская деятельность, в том числе участие в предметных олимпиадах, участие в научно-практических конференциях, публикации в журналах, сборниках, заявки на получение научных грантов;
- участие в работе органов студенческого самоуправления и молодежных общественных объединений;
- копии курсовых работ по модулю профессиональных дисциплин за весь период обучения;
- творческие достижения.

После выступления зачитываются отзыв руководителя, а выпускнику предоставляется слово для ответа на содержащиеся замечания и рекомендации.

Далее выпускнику задают вопросы члены экзаменационной комиссии. (Допускается задавать вопросы и прочим присутствующим на защите лицам).

Оценка дипломной работы определяется членами Государственной экзаменационной комиссии в ходе закрытого совещания непосредственно после защиты. Принимая решение, комиссия учитывает:

- ✓ содержание и качество ДР;
- ✓ отзыв руководителя;
- ✓ рецензия от профильной организации;
- ✓ выступление автора на защите;
- ✓ портфолио достижений обучающегося;
- ✓ полноту ответов на вопросы, заданные в процессе защиты.

Окончательные оценки дипломных работ выпускников зачитываются председателем Государственной экзаменационной комиссии.

Перечень тем дипломных проектов (работ) по программе подготовки специалистов среднего звена 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

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

Дизайн многостраничного учебно-методического издания: «Академический рисунок и живопись»

Дизайн многостраничного учебно-методического издания: «История орнамента и шрифта».

Дизайн многостраничного учебно-методического издания: «Технологии полиграфии».

Дизайн многостраничного учебно-методического издания: «Макетирование в графическом дизайне».

Дизайн многостраничного учебно-методического издания: «История искусства».

Дизайн многостраничного учебно-методического издания: «Арт-дизайн».

Дизайн многостраничного учебно-методического издания: «Пропедевтика».

Разработка рекламно-графический комплекс для выставки-конкурса дизайнерской книги «Книжный ритм»

Разработка фирменного стиля международного барабанного фестиваля Drumsfest Russia

Разработка фирменного стиля компьютерного сервиса

"КомпНадзор"

Разработка фирменного стиля магазина одежды «MiaWo»

Создание фирменного стиля муниципального бюджетного учреждения культуры «Районный историко-культурный центр».

Создание фирменного стиля семейного театра «Золотой театр». Дизайн методического пособия «Основы композиции в графическом дизайне».

Дизайн сборника рассказов к 170-летию со дня рождения Дмитрия Наркисовича Мамина-Сибиряка

Разработка рекламно-графического комплекса для некоммерческого театрального коллектива «БЫ»

Разработка рекламно-графического комплекса для семейного кафе «Феличэ»

Разработка многостраничного издания Андрея Дёмина «Воришка снов»

Создание рекламно-графического комплекса для производителя собачьих поводков «Rush»

Рекламно-графическое оформление Всероссийского фестиваля "Модная сказка Деда Мороза" города Великий Устюг

Разработка рекламно-графического комплекса для ПопУтка - Азиатское бистро в городе Домодедово

Разработка многостраничного издания для Елены Хоружной "Кухонные истории"

Разработка рекламно-графического комплекса для GASTROFISH - Сети ресторанов Грильвич

ПМ.02 Техническое исполнение художественно-конструкторских (дизайнерских) проектов в материале

Разработка серии упаковок кофейной студии «Barabanza Moscow based Coffee Roastery»

Дизайн методического пособия «Цветоведение и колористика».

Дизайн журнала «Студенты МРСЭИ».

Создание каталога работ стрит фотографа Ольги Козловой

Графическое оформление международного фестиваля книжной иллюстрации и визуальной литературы «Морс»

Разработка каталога работ к 95 летию со дня рождения народного художника Майя Митурича

Разработка фирменного стиля кофейни – пекарни «Чай и тортик».

Разработка детской книжной продукции «Бусь». Дошкольный возраст.

Разработка фирменного стиля рок- группы Roven/s Hart.

Разработка фирменного стиля магазина стройматериалов.

Разработка молодежной коллекции одежды в стиле футуризм с элементами спортивного шика.

Серия плакатов к 150-летию со дня рождения Владимира Ленина. Журнал «КД» выпуск №4.

Фирменный стиль для международного барабанного фестиваля Drumsfest Russia

Разработка серии упаковок для кофейной студии «Barabanza Moscow based Coffee Roastery»

Разработка серии подарочных календарей для международного образовательного проекта «Creative way»

Фирменный стиль для компьютерного сервиса "КомпНадзор"

Фирменный стиль для магазина одежды MiaWo

Разработка серии информационных плакатов для МБУК Межпоселковой библиотеки Ленинского округа Московской области

Фирменный стиль для клуба туристической ходьбы «Wildnorthrun»

Создание комикса для «Московского многопрофильного центра паллиативной помощи, филиала хосписа Бутово»

Разработка персонажа для автономной некоммерческой организации "Центра улучшения качества жизни "Другое измерение"

ПМ.03 контроль за изготовлением изделий на производстве в части соответствия их авторскому образцу

Дизайн методического пособия «Техника графики».

Дизайн книги «Рисунки на полях. По страницам рукописей известных писателей».

Дизайн журнала по материалам научно-практической конференции студентов «Женщина в отражении».

Дизайн методического пособия «Теория и методология проектирования среды».

Дизайн методического пособия «Декоративная живопись»

Дизайн книги по материалам научно-практической конференции студентов «Женщина в отражении»

Разработка лукбука для дизайнера одежды Виктории Терры коллекция "Руки бабушки

Разработка многостраничного издания альбома творческих работ фотографа Прониной Натальи

ПМ.04 Организация работы коллектива исполнителей

Совершенствование структуры управления предприятием (на примере организации по выбору студента).

Совершенствование управление персоналом (на примере организации по выбору студента).

Управление персоналом и его влияние на эффективность деятельности организации (на примере организации по выбору студента).

Разработка мероприятий по управлению производительностью труда в организации на основе мотивации (на примере организации по выбору студента).

Разработка бизнес - план нового предприятия (на примере организации по выбору студента).

Мотивация и стимулирование трудовой деятельности на предприятии (на примере организации по выбору студента).

Совершенствование системы мотивации персонала предприятия (на примере организации по выбору студента).

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Дизайн сборника студенческой научно-практической конференции «Психология и реклама».

Создание серия информационных плакатов для МБУК «Межпоселенческой библиотеки Ленинского округа Московской области»

Создание серии рекламных плакатов культурного центра «Новослободский»

Создание серии плакатов к 350-летию со дня рождения Петра I

Создание серии плакатов ко дню города Видное

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский региональный социально-экономический институт»

(Шрифт № 14)

Утверждаю:
Председатель ПЦК

Иванов Иван Иванович
4КД39О-26

Дипломный проект (работа)

(Шрифт № 16)

специальность: 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

**Создание серии рекламных плакатов культурного центра
«Новослободский»**

Квалификация – Дизайнер

Руководитель:

(подпись)

Видное – 202_

Терминология

АРАБЕСКА – сложный восточный (арабский) орнамент, состоящий из геометрических и растительных элементов. Может содержать арабский шрифт.

АРТ-ДИЗАЙН – разновидность современного дизайна с явным приоритетом эстетического начала. Иными словами – элитный, концептуальный дизайн, основанный на принципах «высокого» искусства. Произведения арт-дизайна в большинстве случаев не рассчитаны на практическое использование. Они служат для эпатажа зрителей, самоутверждения авторов-дизайнеров, стремящихся к новизне и оригинальности идей любыми средствами.

АРТ-ДИРЕКТОР – основное лицо дизайнерской студии или рекламного агентства. Он осуществляет надзор над созданием дизайна полиграфической, рекламной и другой продукции.

АССЮРЕ (от франц. Assurer – страховать) – линейка, состоящая из нескольких прямых или волнистых линий, служащая для защиты от подделки вписанного в документ текста (например, суммы денег или фамилии). Применяется в бланках документов денежной отчетности (например, приходно-кассовых ордеров).

АСТЕРИСК (от греч. asteriskos – звезда) – знак в виде звездочки в тексте для обозначения сноски или примечания.

АФИША (от греч. afficher – объявлять) – вид печатной рекламы на бумаге или картоне. В отличие от ПЛАКАТА является средством оповещения широкой аудитории о каком-либо предстоящем событии.

БАННЕР (от англ. banner – флаг, транспарант, растяжка) – статическое или анимированное изображение с рекламной информацией. Основное применение – наружная реклама и интернет. Обычно это тканевое или виниловое полотно прямоугольной формы информационного или рекламного содержания для щита, билборда или растяжки.

БАРКОД – товарный код по стандарту Международной ассоциации товарной нумерации, содержащий закодированную информацию о продукции и ее изготовителе. Представляет собой чередование темных и светлых полос (штрихов) разной ширины с нанесенными под ними цифрами. То же, что и ШТРИХ-КОД.

БЕЛИЗНА – одно из оптических свойств бумаги, которое показывает, насколько цвет бумаги близок к белому. Зависит от компонентов бумажной массы. Наиболее распространены две системы измерения белизны бумаги. Первая – это система измерения в процентах, где 100% означает идеальный белый цвет. Вторая – система CIE.

БИГ – одно или несколько параллельных углублений в виде прямых линий на картоне или бумаге в месте будущего сгиба.

БИГОВКА – наметка сгибов, один из этапов послепечатной подготовки. Во время этой операции на листах плотной бумаги или картона

по линиям будущих сгибов продавливаются бороздки (биги). После этого сгибы получаются ровные, аккуратные, без заломов. В условиях производства биговка делается на специальных биговочных машинах с помощью дисковых ножей.

БИЛБОРД (от англ. billboard – рекламный щит) – рекламная конструкция для наружной рекламы. Представляет собой крупноформатный (обычно 6 на 3 метра) рекламный щит, устанавливаемый на опоре вдоль трасс, улиц. Бывает односторонним или двухсторонним.

БЛИНТОВОЕ ТИСНЕНИЕ – тиснение штампом без краски и фольги с нагревом или без него. Штамп выглаживает материал, углубляя его в месте тиснения и меняя его фактуру. Применяется при изготовлении визиток, открыток, буклетов, упаковок.

БОРДЮР (от франц. bordure – край) – орнамент в виде полосы, состоящей из повторяющихся элементов. Используется в качестве украшения по краям страницы.

БРЕНД (от англ. brand – клеймо) – название компании или товара, торговый знак, торговая марка, которые идентифицируют конкретную продукцию или конкретного продавца с целью выделения их среди конкурентов.

БРЕНДБУК – положение о фирменном стиле, документ, содержащий ряд инструкций и рекомендаций по позиционированию компании и её самоидентификации. Может существовать в электронном или печатном варианте.

БРЕНДИНГ – наука, занимающаяся вопросами создания, поддержания и продвижения бренда на рынке с помощью креативных, маркетинговых и социальных исследований, рекламы и других форм продвижения товара.

БАННЕР – рекламный носитель в Интернет в виде информационного блока определенного размера. Обычно баннер является ссылкой на ресурс рекламодателя.

БИЛЛБОРД (англ. Billboard, рекламный щит) – термин используется для описания вида наружной рекламы, устанавливаемой вдоль трасс, улиц. Щит представляет собой раму, обитую листами оцинкованной стали или фанеры, покрытую атмосфероустойчивыми составами, закреплённую на опоре. Появился этот термин в США, когда ряд компаний начали вывешивать свои рекламные плакаты «биллы» на деревянных конструкциях.

БРЕНД (англ. brand – клеймо) дизайн, разработанный для определённого товара в стиле, отличающимся и выделяющим его на рынке сбыта, посредством упаковки, графических знаков, логотипов и мультимедиа технологий. Следуя из определения можно выявить очень важный аспект: бренд создаётся с целью разграничения нового продукта, от товаров заменителей. Это основная задача бренда. Название товара или бренда – это название, с помощью которого, потребитель отличает данный товар или группу товаров от товаров заменителей. Для названий брендов существуют некоторые правила, следование которым определяет успешность товара на

рынке: 1. легкость произношения и запоминаемость 2. индивидуальность 3. говорящее о качестве и предназначении товара 4. соответствие требованиям регистрации юридической защиты **БРЕНД (по Ф. И. Шаркову, В. А. Ткачеву)** – это имя (название) объекта сбыта (фирмы, товара, услуги, идеи, личности и т.д.), особенностями которого являются повсеместная известность и глубокая укорененность в массовом сознании.

БРЕНД (по Т. Гэду) -, «всею лишь паутина отношений между компанией, ее партнерами и клиентами. Отношения строятся на основе набора ценностей и представлений о мире».

БРЕНД (по Ф. Котлеру) – название, термин, знак, символ или дизайн, а также их комбинации, которые предназначены для идентификации товаров и услуг одного продавца или группы продавцов и для отличия их от товаров и услуг конкурентов.

БРЕНД (по Й. Кунде) – «это синоним полного описания компании. Это компания выступает в качестве бренда – или корпоративного бренда. Бренд – это точка фокусирования экономики ценностей и заметный голос в непрерывном диалоге с потребителями».

БРЕНДИНГ – это деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к товару, основанная на совместном усиленном воздействии на потребителя всех элементов бренда и брендинговой политики компании.

БРЕНД БУК – Бренд-бук – это документ, содержащий ряд инструкций и рекомендаций по позиционированию компании и её самоидентификации. Бренд-бук постулирует отдельные слагаемые имиджа компании с целью формирования её устойчивой положительной репутации среди целевых клиентов. Фактически, бренд-бук – это документ, описывающий основные алгоритмы формирования клиентской лояльности в рамках процесса создания бренда.

ГАММА ЦВЕТОВАЯ – в изобразительном искусстве наименование внешних цветовых особенностей колорита (см.), характеристика «оптической» закономерности, которая объединяет основные цветовые оттенки произведения. Как правило, этот термин сопровождается обычными для цвета определениями (так как цветовую гамму называют теплой, горячей, холодной, яркой, блеклой, светлой и т.д.)

ГЕОМЕТРИЧЕСКАЯ АБСТРАКЦИЯ, один из видов абстрактного искусства, предпочитающий композиции, в основе которых – строгая ритмика геометрических или (в скульптуре) стереометрических фигур. Ее ранние варианты (отчасти орфизм Р. Делоне и Ф. Купки, а также супрематизм К. С. Малевича и неопластицизм П. Мондриана) сочетают рационализм с романтикой, тяготея к построению «абсолютных» красочно-графических монументальных символов, выражающих мистические законы космоса. В то же время геометрическая абстракция впитала в себя и технократический пафос конструктивизма.

ГРАФИКА (франц. Graphique – линейный, от греч. Grapho – пишу, рисую). Один из видов изобразительного искусства, близкий живописи со

стороны содержания и формы, но имеющий свои собственные конкретные задачи и художественные возможности. В отличие от живописи, основным изобразительным средством графики является однотонный рисунок (т.е. световая линия, светотень): роль цвета в ней остается сравнительно ограниченной. Со стороны технических средств графика включает в себя рисунок в собственном смысле слова – во всех его разновидностях. Как правило, произведения графики исполняют на бумаге, изредка применяются и другие материалы (например, шелк или пергамент). В зависимости от назначения и содержания, графика подразделяется на станковую, которая охватывает произведения самостоятельного значения, не требующие для раскрытия своего содержания связи с литературным текстом; книжную и журнально-газетную. Рисунки, сделанные карандашом, тушью или углём – всё это графика.

ГРАФФИТИ (итал., «graffio» – царапать) – впервые слово стало употребляться по отношению к надписям, найденным при раскопках города Помпеи в 1755 году, когда город был расчищен от вулканического пепла, под которым был погребен после извержения Везувия в 79 году н. э

ГРАФЕМА – письменный символ, используемый для того, чтобы выразить единицу речи – фонему. Примером могут служить 26 букв английского или 32 буквы русского алфавита.

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН – проектирование символов-знаков, логотипов, услуги дизайнеров, проектирующих полиграфическую продукцию и тд.

ГРОТЕСК (франц. Grottesque, буквально – причудливый; комичный). Шрифт без засечек. Первый наборный шрифт этого класса был создан в 1816 году. Он применялся для привлечения внимания в заголовках рекламы. Прародителем современных типографских гротесков считается шрифт Акциденц Гротеск, разработанный в 1896 году неизвестным художником для фирмы Berthold.

ДИЗАЙН УПАКОВКИ – процесс проектирования, или оформления упаковки продукта в соответствии с утвержденными визуальными константами торговой марки бренда, к которому относится продукт. В широком смысле – самостоятельная художественная дисциплина со своими законами, историей и канонами.

ДОМИНАНТА – (лат. dominans, dominantis) – господствующий. Доминировать – господствовать, преобладать; возвышаться (над окружающей местностью). В графическом дизайне – самый активный, контрастный элемент в композиции листа.

ЗНАК (фр., «signe»; лат., «signum» – отметка) – созданное человеком изображение, смысл которого известен. С 15 века слово «sign» стало встречаться в качестве глагола «подписывать», причем подписью был крест, которым, согласно профессору Уикли, «большинство из наших предков «подписывали» письма в конце вместо того, чтобы ставить свои имена». В настоящее время словом «sign» обозначается как любое графическое

изображение, передающее какое-либо специальное сообщение (например, математический знак), так и жест, выражающий какую-либо информацию или команду. Этим словом могут обозначаться также плакаты, транспаранты и другие средства, являющиеся носителями информации

КОМПОЗИЦИЯ – (лат. compositio) – сочинение, составление; соединение, связь. В литературе и искусстве – построение (структура) художественного произведения, расположение и взаимосвязь его частей, обусловленные идейным замыслом и назначением произведения. В архитектуре – связанные между собой в едином композиционном построении несколько зданий. Композиции произведения изобразительного искусства – это размещение на полотне людей и предметов. В графическом дизайне – расположение и взаимосвязь отдельных графических элементов на листе.

МАРКА СЕМЕЙСТВА ТОВАРОВ (house mark) – совокупность групп товаров, обозначающихся одним конкретным брендом.

НАЗВАНИЕ ТОВАРА (trade name) – это название, с помощью которого, потребитель отличает данный товар или группу товаров от товаров заменителей.

ОРИГИНАЛ (от лат. Originalis – первоначальный). В области изобразительного искусства – подлинное художественное произведение в отличие от подделки, копии (см.) или репродукции. Термин оригинал употребляется и как обозначение художественного произведения, служащего образцом для копии. В этом смысле словом оригиналом может быть любое, в том числе и не подлинное произведение.

ОРНАМЕНТ. Слово «орнамент» образовано от латинского слова «ornamentum», которое переводится как «украшение». Орнаментом называют узор, с повторяющимися в определённом порядке рисунками.

ПАЛИТРА – это тонкая деревянная дощечка прямоугольной или овальной формы с отверстием. Палитра нужна художникам для работы масляными красками. Художник держит палитру в левой руке, вставив в отверстие большой палец. По краю палитры он выдавливает из тюбиков краски, а в середине палитры смешивает краски, добываясь нужного цвета. У каждого художника есть свои любимые цвета. Одним нравятся писать картины, не используя много разных красок. А другие предпочитают разнообразие и яркость цветов в своих работах. В первом случае про художника говорят, что у него «сдержанная палитра». А во втором – «богатая, яркая палитра». То есть палитрой ещё называют и краски, которые художник и дизайнер использует в своей работе.

ПЕРСОНИФИКАЦИЯ – придание живым или неживым объектам, или отвлеченным понятиям, таким, как «победа» или «промышленность», человеческих форм или человеческих атрибутов. К примеру, смерть изображается в виде скелета или фигуры в белом одеянии с косой.

ПЛАГИАТ – Выдача чужого произведения за своё или незаконное опубликование чужого произведения под своим именем, присвоение авторства.

ПРОЕКТ (от лат. projectus, букв. – брошенный вперед) 1) совокупность документов (расчетов, чертежей и др.) для создания какого-либо сооружения или изделия. 2) Предварительный текст какого-либо документа. 3) Замысел, план.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ – процесс создания проекта – прототипа, прообраза предполагаемого или возможного объекта, в том числе и дизайн объекта.

ПСИХО-ДИЗАЙН – это наука адаптации интерьеров, архитектурных и ландшафтных, а также графических стилизующих форм под конкретного человека, его психологические особенности и потребности. Интерьер способен стимулировать и разрушать, настраивать на успех, покой или активность, снимать или усугублять внутренние проблемы человека, семьи, коллектива; активизировать творческий процесс, влиять на продажи. Создать индивидуальную дизайн-модель «под человека» можно только на основе объективной, научно обоснованной информации и методики, объединяющей принципы дизайна и психологии.

РЕКЛАМНЫЙ ДИЗАЙН – скорее коммерческое ремесло, основанное больше на достижении прибыли, чем на искусстве.

РИСУНОК – разновидность художественной графики, основанная на технических средствах и возможностях рисования. В отличие от живописи, рисунок выполняется твердым красящим веществом (карандаш, сангина, уголь и пр.) или пером, кистью с использованием туши, акварели. Выразительными средствами рисунка являются, как правило, штрих, пятно, линия. Такой рисунок может быть как беглой зарисовкой с натуры, так и завершенной графической композицией, включая в оригинале иллюстрацию, карикатуру, плакат. Рисунок – один из самых древних видов изобразительного искусства. В древние времена, когда ещё не было письменности, наши предки с помощью рисунка передавали свое отношение к окружающему миру. До сих пор археологи находят в пещерах, где жили когда-то первобытные люди, изображения животных.

СИМВОЛ (греч. – знак, сигнал, признак, примета, залог, пароль, эмблема), знак, который связан с обозначаемой им предметностью так, что смысл знака и его предмет представлены только самим знаком и раскрываются лишь через его интерпретацию.

СИМВОЛИЗМ, направление в европейском и русском искусстве 1870-1910-х гг.; сосредоточено преимущественно на художественном выражении посредством символа интуитивно постигаемых сущностей и идей, смутных, часто изощренных чувств и видений. Философско-эстетические принципы символизма восходят к сочинениям А. Шопенгауэра, Э. Гартмана, Ф. Ницше, творчеству Р. Вагнера. Стремясь проникнуть в тайны бытия и сознания, узреть сквозь видимую реальность сверхвременную идеальную сущность мира («от реального к реальному») и его «нетленную», или трансцендентную, Красоту, символисты выразили неприятие буржуазности и позитивизма, тоску по духовной свободе, трагическое предчувствие мировых

социально-исторических сдвигов. В России символизм нередко мыслился как «жизнетворчество» – сакральное действо, выходящее за пределы искусства. Основные представители символизма в изобразительном искусстве: Э. Мунк, Г. Моро, М. К. Чюрленис, М. А. Врубель, В. Э. Борисов-Мусатов; близко к символизму творчество П. Гогена и мастеров группы «Наби», графика О. Бердсли, работы многих мастеров стиля модерн.

СПУСКИ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ. Спуск полос – процесс размещения полос издания на монтаже и печатной форме обеспечивающий после фальцовки оттисков требуемое чередование страниц в тетрадях

СТИЛЬ – общность образной системы, средств художественной выразительности, творческих приемов, обусловленная единством идейно-художественного содержания. Можно говорить о стиле отдельных произведений или жанра, об индивидуальном стиле (творческой манере) отдельного автора, а также о стиле целых эпох или крупных художественных направлений, поскольку единство общественно– исторического содержания определяет в них общность художественно-образных принципов, средств, приемов (таковы, напр., в пластическом и др. искусствах романский стиль, готика, Возрождение, барокко, рококо, классицизм).

СТАЙЛИНГ ДИЗАЙН – Художественная адаптация уже готовой формы (интерьер-экстерьер) или улучшение технической части объекта. В России развивается довольно причудливо :) Средовой дизайн – дизайн архитектурной среды (интерьер-экстерьер), услуги дизайнеров, проектирующих художественные праздники, выставки и тд.

ТИПОГРАФИКА – набор приемов оформления печатного текста посредством вёрстки, с использованием норм и правил, специфических для данного стилевого направления и школы.

ТОВАРНЫЙ ЗНАК – обозначает, что выпуск товаров или предоставление услуг осуществляется фирмой, имеющей этот знак. В отличие от фирменного знака фабричное клеймо или фабричная марка ставятся только на один отдельный вид выпускаемой продукции. Обычно фирменный знак, который в наши дни часто называют «логотип компании» (от слова «логограмма»), представляет собой название компании, инициалы, монограмму или графическое изображение. При создании товарного знака, учитывается множество факторов, таких как социокультурные характеристики потребителя, традиции позиционирования в отрасли и др.

ТОРГОВАЯ МАРКА – Торговая марка (trademark), (brand) – текстовые или графические символы, обозначающие товар или группу товаров одного товаропроизводителя. (в узком смысле) – любой знак, отметка, символ, имя, слово, которые используются производителями для обозначения своей продукции.

ФАКТУРА (от лат factura – деление). В живописи, скульптуре и дизайне: материальные, осязаемые свойства поверхности художественного произведения, использованные как средство правдивого изображения действительности. Фактурные различия определяются, прежде всего,

особенностями самой натуры: в живописи, например, прозрачные, глубокие тени обычно передаются тонким и ровным красочным слоем в противоположность густому, рельефному письму ярко освещенных мест и бликов. В скульптуре лицо человека, по сравнению с его одеждой или волосами, выполняется более гладко и т.д. Свойства фактуры зависят также от технических возможностей материала, от характера задания (набросок, например, никогда не пишут как картину); от масштабов изображения, от индивидуальных особенностей художника.

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК – обозначает, что выпуск товаров или предоставление услуг осуществляется фирмой, имеющей этот знак. В отличие от фирменного знака фабричное клеймо или фабричная марка ставятся только на один отдельный вид выпускаемой продукции. Обычно фирменный знак, который в наши дни часто называют «логотип корпорации» (от слова «логограмма»), представляет собой название компании, инициалы, монограмму или графическое изображение.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ – Фирменный стиль – это набор визуальных, вербальных и иных элементов, совокупность которых создает уникальный образ бренда в коммуникациях. Разработка фирменного стиля включает в себя два этапа: первый – создание констант фирменного стиля, второй – адаптацию концептуального дизайна на разные группы носителей. Перечень позиций фирменного стиля определяется с учетом ключевых точек контакта бренда с потребителем.

ЭКСЛИБРИС (от лат. ex libris «из книг») – книжный знак, наклеиваемый владельцами библиотек на книгу, преимущественно на внутреннюю сторону переплета. Простейший экслибрис представляет собой бумажный ярлык с именем владельца книги, иногда в сочетании с девизом или эмблемой. Художественные экслибрисы представляют собой сложные произведения печатной графики.

ЭМБЛЕМА (лат., «emblema» – мозаичная работа; произошло от греч. «эмбаллейн» – бросать внутрь) – Сейчас под эмблемой понимается символическое изображение какого-либо понятия или идеи: например, якорь является символом надежды; «семисвечник» – иудаизма; голубь – символом мира. В геральдике эмблема определенным образом характеризует ее владельца; в религиозном искусстве предметы-символы окружают изображения святых. В спортивной символике – это «большой герб» клуба или команды (например, сборной страны).

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский региональный социально-экономический институт»

УТВЕРЖДАЮ
Председатель предметно-цикловой
комиссии

«_____» _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ
на выполнение дипломной работы
по специальности среднего профессионального образования
54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Ф.И.О. студента _____ (курс, группа) _____

Тема: _____

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Глава I Аналитическая часть

- 1.1. Исходные данные и материалы для проектирования
- 1.2. Маркетинговое исследование
- 1.3. Стратегия и методика проектирования

Глава II Художественно-концептуальная часть

- 2.2. Эскизы и варианты поисковых решений
- 2.3. Творческая концепция проекта
- 2.4. Способы и методы художественно-творческого решения
- 2.5. Используемые материалы, программные и технические средства
- 2.6. Экономические расчеты

Заключение

Терминология

Список литературы

Приложения

Исполнитель задания _____

подпись

Научный руководитель _____

подпись

Регистрация дипломной работы «___» _____ 20__ г.

Введение (пример)

Данная выпускная квалификационная работа посвящена изучению и освоению искусства «Социального плаката» в графическом дизайне. Проанализированный материал художественно оформлен и изложен в виде плакатной серии социальных плакатов – как неотъемлемой части социальной рекламы. В рамках исследования рассмотрены такие области как: появление социального плаката, виды социального плаката, законы и правила построения социального плаката и его роль в художественном творчестве.

Актуальность исследования. Пристальное внимание известных дизайнеров к сфере рекламы обусловлено родственной природой целей и базовых принципов дизайна и рекламы – обостренное, чуткое восприятие бед общества; принцип гуманности; равнодушное отношение к человеку (пользователю, потребителю); стремление находиться «на острие» самых актуальных и злободневных явлений и, как следствие, – стремление к активной трансформации жизненной действительности в лучшую сторону.

Плакаты являются привычным фоном нашей повседневной жизни и играют значительную роль в формировании облика современного города. Несмотря на развитие более современных средств массовой агитации и пропаганды, интерес к использованию плакатов в социуме не исчезает.

Для многих плакат является самым легкодоступным и чуть ли не единственным «живым» образцом изобразительного искусства. Поэтому он становится важным средством удовлетворения эстетической потребности и воспитания эстетического вкуса.

Теоретическое исследование заключается в том, что, проанализировав литературные источники, такие как научно – художественная и профессиональная литература, виртуальный мир (социальные сети) можно сделать выводы, что социальный плакат создан для того, чтобы изменить отношение публики к проблеме, изложенной в изображении. Существует несколько базовых графических принципов дизайна плаката, знание и владение которыми помогут дизайнеру графику создать действительно яркий, актуальный эффектный продукт.

Издание Феофанов О. А. «Реклама: новые технологии в России». – СПб: Питер, 2000 знакомит со спецификой и основными понятиями как самобытного вида проектной деятельности, сложившейся в XX в. Рассматриваются два аспекта: ретроспективный образ зарождения, становления и эволюции концепций дизайна в нашей стране и мире; изложение методологических моментов дизайн -проектирования в общем плане и на конкретных примерах.

В книге Федотова Л. Н. «Социология рекламной деятельности». – М.: Гардарики, 2002. проведен глубокий и всесторонний анализ такой динамичной, быстро трансформирующейся сферы человеческой деятельности, как реклама. Подробно изучаются рекламные коммуникации и

их основные элементы, процессы формирования рекламного обращения и выбор каналов его распространения, значительное внимание уделяется проблемам и перспективам рекламного менеджмента.

Книга О. Яцюк «Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий» – справочное и практическое руководство, в котором систематизированы сведения о современном графическом дизайне, проанализированы визуальные средства рекламы и др.

В Интернет -источниках была изучена информация об истории плаката, в частности – социального плаката, также подобран материал о существующих видах типографской печати, о технологических условиях при печати.

Цель исследования – рассмотреть социальную значимость плаката; выявить художественно графические и дизайнерские методы повышения эффективности социального плаката, которые могут повлиять и изменить отношение социума к проблеме, изложенной в изображении, привлечь внимание людей к конкретным социальным проблемам или сообщить о социальных инициативах властей, а в долгосрочной перспективе выбрать новые социальные ценности. Так же целью работы является повышение эффективности социального плаката при помощи применения компьютерных технологий и разных видов графики.

Объектом исследования является дизайн-проект серии социальных плакатов на тему «1 июня– день защиты детей».

Предметом исследования является технология создания серии социальных плакатов при помощи создания графических и иллюстративных работ, как ручного исполнения, так и технического.

Задачи поставлены на создание оптимально доступных для понимания и осмысления серий социальных плакатов:

- Определять аудиторию, к которой будет обращен плакат, и идеи, с которыми к ней будут обращаться.

- Определить условия, определяющие серию социальных плакатов как сложный художественно-функциональный комплекс, включающий в себя следующие основные аспекты: материально-конструктивный, коммуникативно-информационный и художественно-образный. Все аспекты взаимосвязаны и взаимообуславливают один другой.

- Выявить, приемы систематизации и формирования материала для дальнейшего использования в создании серий социальных плакатов.

- Выявить при помощи исследования научно-художественной литературы, конкретных изобразительных примеров, информационных интернет – порталов – значение шрифта в плакате.

- Разработать концепцию серий социальных плакатов, определение графического исполнения, макетно-проектные расчеты, разработка форм-эскизов. Создание графических и иллюстративных работ, как ручного исполнения, так и технического.

– Выявить компьютерные технологии и дизайнерские приемы для работы с плакатами

– Определить техническое исполнение – компоновка графических и иллюстративных объектов в формате плаката, подготовка к сдаче в печать.

Новизной исследования является обоснование подхода к рассмотрению двух разнозначных предметов в одной работе: социология и графический дизайн. Выводы сделаны на основе исследования и анализа данных периодической печати, научно-методической литературы и специальных изданий.

Проект характеризуется комплексным, целостным подходом к решению темы, которая рассматривается как объект творческой деятельности в графическом дизайне. Предложенная система обобщения 2-х тем в единую тематику в одном издании ориентирована на отношение социума к какой-либо проблеме, привлечение внимания людей к конкретным социальным проблемам.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использовать его результатов с целью понятно просто и лаконично донести до людей проблемы социума, с последующим желанием решить их.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
Московский региональный социально-экономический институт

Утверждаю:
Председатель предметно-цикловой комиссии

«___» _____ 20__ г.

ГРАФИК

Написания и оформления дипломного проекта (работы) на тему:

«_____».

Ф.И.О. студента _____ (курс, группа) _____

№ п/п	Выполнение работы	Срок выполнения	Отметка о выполнении
1.	Подбор литературы, ее изучение и анализ. Составление списка литературы		Выполнено
2.	Определение содержания дипломной работы и согласование с руководителем		Выполнено
3.	Представление на проверку первой главы		Выполнено
4.	Накопление, систематизация и анализ материалов исследования		Выполнено
5.	Представление второй главы		Выполнено
6.	Согласование с руководителем выводов и предложений в «Заключении»		Выполнено
7.	Доработка дипломной работы в соответствии с замечаниями		Выполнено
8.	Разработка наглядных графических и расчетных показателей (плакатов)		Выполнено
9.	Разработка тезисов доклада для защиты, подготовка презентации		Выполнено
10.	Предварительная защита. Исправления и дополнения по замечаниям		Выполнено
11.	Представление дипломной работы на кафедру для получения отзыва научного руководителя и рецензии. Допуск к защите. Сдача обходного листа		Выполнено
12.	Защита дипломной работы		Выполнено

«_____» _____ 20__ г.

(Подпись студента) _____

«_____» _____ 20__ г.

(Подпись научного руководителя) _____

Список литературы

Все источники, использованные при написании дипломных работ (проектов) (официальные документы, нормативные акты, монографии, учебники, справочные пособия, статьи из периодических изданий, сборников) должны быть описаны в соответствии с ГОСТ 7.1 – 2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Нормативные документы должны располагаться по значимости (юридической силе), а внутри каждой выделенной группы – по хронологии.

Остальные источники (монографии, учебники, учебные пособия, статьи и др.) должны располагаться в алфавитном порядке.

а) нормативно - законодательная

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ.

2. Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации"

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.2011 № 51-ФЗ (ред. от 30.11.2013) // Консультант плюс.

б) основная

4. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование: учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 90 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11134-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566071>

5. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16035-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566468>

в) дополнительная

6. Дизайн-проектирование: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 90 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11134-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475881>

7. Разработка и технология производства рекламной продукции: учебное пособие / Смотров Т.И., Слинькова Н.В. – Москва: Русайнс, 2020. – 111 с. – ISBN 978-5-4365-4676-6. – URL: <https://book.ru/book/936012>
8. Современные образовательные технологии: учебное пособие / Бордовская Н.В., под ред. – Москва: КноРус, 2020. – 432 с. – ISBN 978-5-406-07519-7. – URL: <https://book.ru/book/932673>

г) интернет-ресурсы

9. Сайт стенфордского института дизайна
<http://design.stanford.edu/PD/bigpicture.html>
17. Сайт студии ideo
<http://www.ideo.com/>
10. Сайт Illinois Institute of Technology. Institute of Design: <http://www.iit.edu/>
11. Научная электронная библиотека – www.eLibrary.ru
12. Библиотека учебной и научной литературы ЭБС «КнигаФонд» – www.knigafund.ru
13. Словарь рекламных терминов
http://www.rtmra.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=13&Itemid=12

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский региональный социально-экономический институт»

ОТЗЫВ

научного руководителя на дипломную работу

Студента (ки) _____

(фамилия, имя, отчество)

на тему: _____

1. Актуальность и значимость темы

2. Логическая последовательность

3. Положительные стороны работы

4. Аргументированность и конкретность выводов и предложений

5. Использование литературных источников

6. Уровень самостоятельности при работе над темой работы

7. Недостатки работы

8. Дипломная работа соответствует (не соответствует) требованиям, предъявляемым к дипломным работам, и может (не может) быть рекомендована к защите на заседании Государственной аттестационной комиссии.

(Ф.И.О. руководителя, полностью)

(ученое звание, степень, полностью)

(место работы, занимаемая должность)

«__» _____ 20__ г. _____

(подпись руководителя)

РЕЦЕНЗИЯ

на дипломную работу студента(ки)
АНО ВО «Московский региональный социально-экономический институт»

(фамилия, имя, отчество)

выполненной на тему: _____

1. Актуальность, новизна

2. Оценка содержания работы

3. Отличительные положительные стороны работы

4. Практическое значение работы, рекомендации по реализации в производство

5. Недостатки и замечания по работе

6. Общая оценка выполненной
работы

Рецензент _____
(подпись)

_____ (фамилия, имя, отчество)

_____ (ученая степень, звание, должность, место работы)

«__» _____ 20__ г.