

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курганский государственный университет»

Кафедра «Профессиональное обучение, технология и дизайн»

ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Методические рекомендации
для выполнения курсовой работы
для студентов очной и очно-заочной форм обучения
(направления 54.03.01 «Дизайн» направленность «Графический дизайн»)

Курган 2019

Кафедра: «Профессиональное обучение, технология и дизайн»

Дисциплина: «Проектирование»

Составили:

Член Союза дизайнеров России, канд. техн. наук, доцент С. А. Лёгких.

Член Союза дизайнеров России доцент О. В. Ремезова.

Утверждены на заседании кафедры

«20» ноября 2018 года

Рекомендованы методическим советом университета «20» декабря 2017 года

Содержание

| | |
|---|----|
| Введение | 4 |
| 1 Общие положения | 5 |
| 2 Примерная тематика курсовой работы | 6 |
| 3 Порядок выполнения курсовой работы | 8 |
| 4 Руководство курсовым проектированием | 8 |
| 5 Структура и содержание курсового проекта | 9 |
| 5.1 Введение | 10 |
| 5.2 Предпроектные исследования и сбор исходной информации дизайн-проекта | 14 |
| 5.3 Расчетно-пояснительная записка | 14 |
| 5.3.1 Анализ ситуации | 15 |
| 5.3.2 Формулировка проблемы и постановка проектных задач | 16 |
| 5.3.3 Выбор исходных параметров объекта проектирования | 16 |
| 5.3.4 Формулировка проектной концепции и основных формообразующих принципов | 16 |
| 5.3.5 Разработка вариантов эскизного поиска | 19 |
| 5.3.6 Обоснование принятого художественно-конструкторского решения | 20 |
| 5.3.7 Информационное и техническое обеспечение | 21 |
| 5.3.8 Заключение | 22 |
| 5.3.9 Список использованных источников | 22 |
| 5.3.10 Приложения | 22 |
| 6 Графический материал проекта | 23 |
| Приложения | 26 |

Введение

Курсовая работа по дисциплине «Проектирование» является одним из видов учебно-исследовательской деятельности студентов, представляющая собой глубокое и объемное исследование избранной проблемы учебного курса.

Методические рекомендации разработаны с целью определения содержания, общей структуры и методики выполнения курсовой работы специалиста в области графического дизайна.

Приведенная в рекомендациях методика позволит осуществить комплексную разработку дизайн-проекта с учетом маркетинговой стратегии предприятия и создание пакета деловой документации для конкретного потребителя.

Методические рекомендации разработаны в соответствии с Государственным образовательным стандартом для обучающихся по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн».

Рекомендации предназначены для студентов очной и очно-заочной форм обучения направления подготовки «Дизайн», направленность «Графический дизайн».

1 Общие положения

Курсовая работа – это вид учебно-исследовательской деятельности студентов, представляющий собой глубокое и объёмное исследование избранной проблемы учебного курса. Её написание предусмотрено учебным планом по направлению подготовки.

Курсовая работа по дисциплине «Проектирование» выполняется студентами очной и очно-заочной формы обучения направления подготовки 54.03.01 «Дизайн», направленность «Графический дизайн» в пятом и седьмом семестрах.

Курсовая работа должна способствовать углублению и систематизации знаний теоретического курса дисциплины «Проектирование»; обеспечивать непосредственное и всестороннее изучение исследуемой темы; приобретению студентами навыков самостоятельного изучения отдельных вопросов по дизайну; ознакомлению с учебным и научно-практическим материалом.

Цели задачи курсовой работы

Выполнение и оформление курсовой работы студентами формирует навыки использования специальной литературы, развивает умение успешно применять полученные теоретические знания при самостоятельном решении некоторых вопросов, навыки самообразования, приобщает к научно-исследовательской работе.

Основными задачами курсовой работы являются:

- освоить методику комплексного и системного проектирования;
- научиться формулировать концепцию общего решения и представить ее в виде проектно-графического материала;
- отразить в комплексе теоретические знания и практические навыки по специальности и смежным дисциплинам;
- продемонстрировать умение вести научный поиск в процессе выявления тенденций развития данной отрасли во всех аспектах (социально-

культурном, организационном, конструктивно-технологическом, экономическом и др.) и в проведении проектно-сопоставительного анализа;

- проявить знания в области выбора методики решения художественно композиционных, функционально-технических и эргономических задач, в выборе наиболее адекватных художественно-графических средств для полного и наглядного представления проектных материалов и раскрытия творческих возможностей.

К курсовой работе предъявляются следующие требования, *определяющие её особенности как учебно-научного документа:*

- четкость построения;
- логическая последовательность изложения материала;
- убедительная аргументация;
- краткость и точность формулировок, исключающих возможность субъективного и неоднозначного толкования;
- конкретность изложения результатов работы;
- доказательность выводов и обоснованность рекомендаций.

2 Примерная тематика курсовой работы

Тематика курсовых работ предлагается выпускающей кафедрой. Темы курсовых работ ежегодно пересматриваются и утверждаются кафедрой одновременно с утверждением графика их написания, сдачи и защиты.

Тематика курсовых работ должна отражать актуальные проблемы в области графического дизайна, соответствовать задачам подготовки будущего специалиста, учитывать тенденции и направленность современных научных исследований, приобщать студентов к проблемам, над которыми работают преподаватели выпускающей кафедры.

Предлагаемые темы (приложение А) составлены в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» (направленность – Графический дизайн) и рабочей программой по данной дисциплине носят примерный характер.

Направления тематики курсового проектирования:

1 Разработка фирменного стиля конкретного предприятия или предлагаемых услуг:

- товарный знак, логотип, фирменный блок, фирменный комплект шрифтов, фирменный набор цветов и т. д.;
- рекламная продукция;
- блок деловой документации;
- сувенирная продукция и упаковка;
- другие элементы фирменного стиля.

2 Газетно-журнальная, книжная графика:

- печатное издание (книга, газета, журнал, настольная игра).

3 Оригинальная тема, предложенная самим студентом:

- авторская тема с постановкой оригинальных проектных и композиционных задач;
- авторская структура (рекламное агентство, издательство, книжный салон) и ее экономические возможности.

4 Групповое проектирование:

- тематика проекта предусматривает работу студентов разных специальностей или творческой группы.

Дизайн-проекты, должны быть выполнены ручным способом, с помощью художественно-графических средств, а также с использованием графических программ векторной и растровой графики.

Обязательным условием является создание презентации в Power Point. По желанию можно предоставить на защите анимационный или видео фильм в качестве презентации своего проекта.

3 Порядок выполнения курсовой работы

На основании приказа «О назначении тем и утверждении руководителей курсовых работ» начинается работа по выполнению дизайн-проекта.

Процесс подготовки к выполнению курсовой работы включает в себя следующие этапы:

1 определение структуры и составление графика выполнения разделов курсовой работы;

2 подбор и изучение литературы, сбор материала по теме работы, выполнение исследовательской части дизайн-проекта;

3 работа над разделами курсовой работы в соответствии с графиком, представление отдельных частей пояснительной записки и эскизной части консультантам и руководителю;

4 окончательное наглядное оформление дизайн-проекта вместе с пояснительной запиской и макетами, выполненными в масштабе, представление работы руководителю;

5 подготовка доклада для защиты курсовой работы;

6 защита курсовой работы.

4 Руководство курсовой работой

Руководитель выдаёт задание на выполнение проектных работ. Выдача задания сопровождается консультацией, в ходе которой разъясняются назначение и задачи, структура и объём работы, принципы разработки и оформления. Руководитель доводит до сведения студентов график выполнения курсовой работы (приложение Б), в котором устанавливаются конкретные сроки выполнения отдельных частей, сроки сдачи готовой работы и её защиты. При выполнении курсовой работы группой студентов индивидуальные задания и график выдаются каждому студенту. Контроль за выполнением разделов и соблюдением графика осуществляет руководитель курсовой работы. При невыполнении

намеченного плана-графика руководитель обязан потребовать у студента объяснения причин отставания и сообщить об этом заведующему кафедрой. Консультации руководителей осуществляются в соответствии с графиком, не более 2 часов в неделю.

По окончании выполнения курсовой работы руководитель пишет отзыв, в котором оценивает актуальность темы, её теоретическую и практическую значимость, отмечает достоинства и недостатки, а также дает оценку дизайн-проекта в целом и высказывает мнение о возможности допуска работы к защите. При выполнении дизайн-проекта группой студентов отзыв пишется на каждого студента отдельно. Оценка руководителя учитывается при защите курсового проекта наряду с оценками членов комиссии.

5 Структура и содержание курсового проекта

По принятой на кафедре системе, процесс курсового дизайн-проектирования складывается из отдельных взаимосвязанных частей и содержит:

- пояснительную записку;
- графический материал проекта;

Структура и порядок комплектации пояснительной записки:

Объем пояснительной записки составляет не менее 30 страниц печатного текста. Пояснительная записка должна включать все части и разделы в указанной ниже последовательности:

- титульный лист,
- содержание;
- введение;

1 Предпроектные исследования и сбор исходной информации дизайн-проекта;

2 Расчетно-пояснительная записка:

2.1 Анализ ситуации;

2.2 Формулировка проблемы и постановка проектных задач;

2.3 Выбор исходных параметров объекта проектирования;

2.4 Формулировка проектной концепции и основных формообразующих принципов;

2.5 Разработка вариантов эскизного поиска;

2.6 Обоснование принятого художественно-конструкторского решения;

2.7 Информационное и техническое обеспечение;

– заключение;

– список используемой литературы;

– приложения, электронный вариант текстовой и эскизной части проекта (на диске).

Все части и разделы пояснительной записки должны логически обосновывать тему курсовой работы и быть оформлены в соответствии с методическими указаниями по оформлению (приложение В)

Пример оформления титульного листа приведен в приложении Г

5.1 Введение. Требования к содержанию

Во введении необходимо доказать актуальность данной исследовательской работы. Дается социальное обоснование необходимости разработки данного объекта, соответствие изделия общественным потребностям, необходимому уровню потребительской ценности. Актуальность работы включает в себя интересы со стороны заказчиков (возникшая необходимость в проведении данной работы в свете возникших потребностей) и исполнителей (материальная прибыль исполнителя, своевременный познавательный интерес, необходимость теоретического углубления и апробации на практике полученных знаний).

Теоретическое исследование содержит анализ литературы, научных трудов по теме. Для эффективного раскрытия степени изученности вопроса наиболее эффективным оказывается разделение темы на составляющие.

Например, при рассмотрении проектирования многостраничного издания можно выделить следующие составляющие его области знаний: типографика, технологии верстки, удобочитаемость, иллюстрирование, фотографика и фотообработка, предпечатная подготовка и т. д. Каждая из данных составляющих подробно освещена в литературе и требует изучения. В итоге в этом разделе следует указать области знаний исследования и источники, в которых эти составляющие освещены.

Далее обозначается *основная цель проекта* (проблема исследования). Без проблемы, которая требует решения, не существует исследования. Чаще всего здесь следует указывать состав проекта (те материальные результаты, которые планируется получить), охарактеризовав каждую его часть меткими эпитетами.

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: проектирование многостраничного издания или разработка фирменной идентификации.

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 или конкретный проект фирменной идентификации.

Гипотеза исследования – научные предположения как теоретическая форма открытия истины. В дизайне – критерии, которым должен соответствовать успешный проект. 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. Они 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:

- 1 Типографическое решение издания.
- 2 Выбор технологий верстки.
- 3 Удобочитаемость издания.
- 4 Разработка иллюстративного ряда и т. д.

Методологические основы – угол зрения, существующие подходы к решению данного проекта, взгляды и значимые публикации заслуженных исследователей данной проблемы, школы и течения, присутствующие в данной области проектирования.

Методы исследования, методы поиска и обработки информации – совокупность приемов или операций для получения знания. Выделяются следующие методы: аналогия, сравнение, анализ, синтез, индукция, дедукция, формализация, исторический, моделирование, прогноз, эксперимент.

Основное противоречие, проблема проекта – суть, заложенная в цели проекта, без существования проблемной ситуации не существует необходимости ее решения.

Обработка информации – систематизация, каталогизация, анализ.

Новизна исследования в научных положениях может быть все новым, частично новым или содержаться новая совокупность известных положений.

Практическая значимость – внедрение результатов проекта в жизнь, значение проведенной работы для самого студента.

В разделе «Введение» студент должен сформулировать, точно определить задачу по созданию рекламного комплекса фирменного стиля как системы образов, целостной структуры графических произведений, композиций, визуальное единство методов художественного оформления различных рекламно-информационных материалов, деловой документации, визуальной коммуникации и других средств информации с целью создания единого образа рекламы предприятия. Сюда же входит создание цветографического языка предприятия. Берётся одно из предприятий, не имеющих рекламы или использовавших отдельно различные оформительские средства, не скоординированные друг с другом в единую стилевую графическую систему.

Существующий рекламно-информационный материал, знаки визуальной коммуникации представляют собой пёструю картину и не дают полного представления принадлежности этому предприятию, понятия о его деятельности. Эстетический уровень чрезвычайно низкий – так можно обозначить проектную проблему.

Элементы рекламного комплекса фирменного стиля должны разрабатываться в подчинении модульной системе, избранной дизайнером, или же разрабатываться на основе уже известных отношений, например, «золотого сечения» и др. Разработка и компоновка частей фирменного стиля может подчиняться этим закономерностям, и в этом случае может быть достигнута максимальная гармония.

Важным моментом в решении фирменного стиля и других графических комплексов является выработка необычного, нестандартного, нового художественного языка, богатого и гибкого, способного отразить образное представление о предмете. Это представление может быть условным, отвлечённым, может прозвучать в новых формах декоративности и орнаментики.

5.2 Предпроектные исследования и сбор исходной информации дизайн-проекта

Структура научно-исследовательского раздела обсуждается индивидуально с руководителем и зависит от целей и задач курсового проекта.

Цель данного раздела – изучение состояния проектирования, потребления и прогнозирования развития разрабатываемого объекта в отечественной и зарубежной практике. В разделе освещаются все слагаемые изучаемого объекта на уровне научной проблемы. Исследуется тенденция социального развития объекта в отечественной и зарубежной практике. Изучаются научные исследования и практические разработки в данной области. Проводится анализ изучаемых объектов, даются сравнительные оценки параметров по различным характеристикам (конструктивным, экономическим, функционально-технологическим, эргономическим, композиционным, объемно-пластическим, и др.). Устанавливаются достоинства и недостатки внешнего вида, конструктивных схем прототипов, технологии, изучается масса, габариты, стоимость изготовления, материалы и т. д. В пояснительной записке следует привести эскизы семи-восьми аналогов. Исследуются закономерности формообразования и перспективы развития объекта. В разделе автором делаются выводы по изучаемому вопросу, помогающие сформулировать проблему. Раздел включает в себя фотографии, чертежи, рисунки аналогов и прототипов со ссылками на источники (в виде подрисуночных подписей), аналитические таблицы, аннотированные статьи, патентные материалы.

5.3 Расчетно-пояснительная записка

Выполняется с целью теоретического обоснования *проектного решения* по всем его аспектам (социокультурным, технологическим, конструктивным, эргономическим, экономическим и т. д.).

5.3.1 Анализ ситуации

Рассматриваются предметно-пространственные и структурные связи объекта проектирования с окружающей средой и взаимодействие его с человеком в процессе функционирования. Анализ функциональных требований – это, прежде всего, социальное значение изделия, т. е. учет и оценка всех качеств, определяющих связи «человек – предмет». Человек выступает в качестве ведущего элемента системы (объекта) со своими социально-культурными, психологическими и физиологическими параметрами. Личность раскрывается в таких, например, качествах, как творчество, спартанство, альтруизм, активность и т. д. Критерий оценки для выбора модели личности – дизайнерская задача (то, для чего создается новое изделие). Связь «человек – предмет» обязывает рассмотреть объект в социально-культурном и деятельностном контексте, для чего используются категории деятельности – преобразовательная, познавательная, ценностно-ориентационная и коммуникативная (качества, например, такие, как национальное, космополитичное, системное, мобильное). На этом этапе анализа необходимо придерживаться последовательности при рассмотрении всех составляющих процесса, каким бы простым или сложным он ни был. Особенно важно установить, насколько весома потребность общества в изделии и соответствие его назначению. Не менее важным фактором в функциональном анализе является выявление связей «предмет — среда», где предмет предстает в качестве материальной структуры, морфологии. Любая форма рассматривается как пространственная структура, основными элементами которой являются фигура, величина, положение, порядок (определения: скульптурный, соразмерный, массивный и т. д.). Кроме того, раскрывается функционально-техническая структура, предназначенная для выполнения технической функции. Здесь же можно обратить внимание на то, насколько форма по своему характеру и стилевому направлению способна соседствовать с другими элементами. Разнооб-

разие функционального анализа выявляется во всех изделиях, связанных с деятельностью человека.

5.3.2 Формулировка проблемы и постановка проектных задач

Проектирование начинается с потребности, вслед за которой возникает проблема её удовлетворения. Проектируемый объект рассматривается в сфере потребления, которая представляет собой систему «человек – предмет – работа–среда», где под средой подразумеваются условия эксплуатации изделия. Отдельные факторы вступают в противоречие друг с другом, поэтому важной задачей является разрешение этих противоречий. На этой стадии ключевыми являются выяснение содержания и формулировка проектной *проблемы*. Определяются цели и ограничения, делаются выводы о возможных способах и вариантах решения проектной проблемы, и ставятся *проектные задачи*, решение которых позволит создать оптимальные характеристики нового изделия.

5.3.3 Выбор исходных параметров объекта проектирования

В качестве исходных параметров объекта проектирования выбираются оптимальные характеристики нового объекта (изделия) в рамках тех возможностей и средств, которые имеются для его производства, сбыта и эксплуатации. Эта спецификация желательных характеристик объекта (изделия) и составляет программу дальнейшей проектной деятельности, или функциональную спецификацию нового объекта (изделия).

5.3.4 Формулировка проектной концепции и основных формообразующих принципов

Формулировка проектной концепции является результатом анализа и осмысления проектных ситуаций, содержит выработанные в процессе анализа и

синтеза новые существеннейшие свойства объекта, позволяющие осуществить культурную коммуникацию и обеспечить потребительскую функцию как цель дизайнерского проекта. Следует подчеркнуть, что дизайнерская концепция – это не только перечень искомых свойств объекта, но мировоззрение, которое является смысловым ядром проектирования и ориентирует в бесконечном социально-культурном пространстве, это принципиальная дизайнерская идея будущего проекта, но уже содержащая его реально представимые формы (конструктивно-технологические, пространственные, процессуальные и т. д.). Как правило, формулируется дизайн-концепция в виде какого-либо парадоксального тезиса, неожиданной метафоры, наиболее выпукло отражающей смысл дизайнерского предложения (например: «перетекающее пространство», «сцена вокруг зала», «гуманное пространство, «столкновение мнений», «острота ощущений», «мир часов», «океан удовольствий», «чистая линия», «солнечная чистота», «сила природы» и т. п.). Создание общей дизайн-концепции является отправной точкой для выбора основных формообразующих принципов, разработки графического решения и гармоничной композиции.

Данную задачу можно определить как проблему перевода проектного содержания и его определенностей в целостную систему композиционно-пластических отношений и их определенностей. А дизайнерская идея, которая была главным содержанием «объективного» цикла дизайн-проектирования, замещается идеей художественной. Композиционное формообразование не сводится к внесению в форму объекта только элементарной геометрической организованности. Напротив, его средства и методы обеспечивают полную гармонию между элементами формы, внешней формой и содержанием, человеком и объектом дизайна. По своим образным принципам могут использоваться разные подходы и средства: от «гармоничного» дизайна, основанного на сложившихся эстетически оправданных канонах формообразования, апеллирующих к чувству меры, до «игрового» дизайна, главное для которого – акцент на увлекательность формы и т. д.

На этом этапе работы рекомендуется составить обобщенные композиционные схемы и обозначить основные формообразующие принципы, что помогает избавиться от накапливающихся по ходу работы ошибок и искажений и проясняет положительные и спорные стороны идеи. Дело в том, что в процессе «обрастания» дизайн-концепции реальными размерами, деталями и т. д. исходная идея часто искажается, заслоняется случайными впечатлениями и подробностями. Условные схемы, составленные по уже наработанным материалам проекта, выявляют эти искажения. Составление и применение таких схем особенно полезно для достижения (колористической, ритмической и т. д.) согласованности, целостности впечатлений, а значит композиционной гармонии.

Считается, что всего *принципов гармонизации*, определяющих формальное совершенство композиционной структуры – пять:

- повторяемость свойств целого в его частях (введение какого-либо признака целого – цвета, конкретной формы и пр. – в его основные элементы);
- соподчиненность частей (выделение главных, второстепенных и дополнительных или нейтральных элементов);
- соразмерность пропорциональная или ритмическая;
- уравновешенность частей целого (условное «равновесие» разных фрагментов общей картины относительно осей композиции);
- синтез предыдущих признаков в единстве визуальной организации объекта.

Критерием гармоничности выступает комплекс ощущений от эмоциональной ориентации объекта дизайна, которая таким образом становится самой последней ступенькой на пути к дизайнерскому образу. И чем цельнее, мощнее, доступнее зрителю эмоциональная организация дизайнерского объекта, тем яснее будет восприниматься и сам образ.

5.3.5 Разработка вариантов эскизного поиска

В разделе должны быть предоставлены поисковые графические эскизы (2-3 варианта) с аргументированным обоснованием каждого из предложенных вариантов с точки зрения композиционно-образного решения. После согласования с руководителем сопоставительный анализ новых решений завершается выбором одного из вариантов. При создании графических эскизов можно использовать разнообразные изобразительные и технические приемы:

- художественные графические средства и материалы;
- применение технических средств обработки готовых изображений;
- комбинированные решения.

В поисках композиционного решения при необходимости следует использовать объемно-изобразительные средства – макеты. Предварительные макеты выполняются в уменьшенном масштабе.

Студент также должен показать:

- знание приемов и методов композиции и применение их на практике;
- владение графическими материалами и способами их подачи;
- компьютерную графику.

В этом разделе студент должен обосновать выбор графических средств и материалов.

Этапы проектирования, форэскизы, а также готовые изделия, макеты выполняются с помощью живописно-графических средств с добавлением фактур, коллажа, возможны объемные варианты (пластик, гипс).

Форэскизы могут быть выполнены в ахроматической гамме, на этапе проектирования. Окончательные эскизы должны быть выполнены в цвете.

5.3.6 Обоснование принятого художественно-конструкторского решения

В разделе фиксируется принятое решение, применяемые материалы, основные показатели, дается краткое описание, содержащее суть предложения с техническим обоснованием и характеристиками тенденций развития формы данного объекта. Дается аргументированное обоснование принятого композиционно-образного решения с точки зрения декоративной функции объекта, рациональности формы, целостности композиции, композиционных связей между элементами формы, информационной выразительности, закономерностей образования формы данного объекта. При этом учитываются формы элементов окружающей среды, назначение среды, в которой будет функционировать объект, стилистическая и пластическая однородность форм.

При оценке выбранного проектного решения необходим учет:

- обзора, т. е. оптимальных условий зрительной работы, что обеспечивает быструю и легкую зрительную ориентацию, хороший обзор, приемлемое расстояние до объекта наблюдения (например, щитовой рекламы, указателя с пиктографической символикой, выставочных стендов и т. п.).
- удобства, т. е. соответствие объекта психофизиологическим особенностям человека, закономерностям зрительного восприятия, антропометрическим данным человека и особенностям его деятельности, моторике человека; читаемость надписей;
- оснащения, т. е. удобно размещаемых для человека средств отображения информации;
- гигиены, т. е. обеспечение оптимального освещения и условий видимости, защиты от вредных воздействий, возможности поддержания чистоты и порядка;
- безопасности, т. е. обеспечение возможности безопасной эксплуатации объекта;

– эстетики, т. е. художественное решение (по форме и цвету) должно вызывать положительные эстетические эмоции и приятные эстетические чувства.

5.3.7 Информационное и техническое обеспечение

Для производства современной печатной продукции необходимо знать особенности программ растровой и векторной графики. В данном разделе необходимо дать краткую характеристику основных программных средств компьютерной графики, делая основной акцент на те программные продукты, которые были использованы в работе над проектом. (Программы векторной графики Corel Draw, Adobe Illustrator, Macromedia Free Hand и др., растровой графики Adobe Photoshop, Corel Photopaint, издательские системы Page Maker, Quark и др.).

При описании программных продуктов следует отметить их назначение, особенности формирования изображений, основные преимущества и недостатки, также необходимо указать основные приоритеты выбора конкретного программного продукта, почему именно ему отданы предпочтения.

Печатные оригинал-макеты, создаваемые в ходе работы, как правило, содержат в себе текстовую информацию и графические блоки. В разделе необходимо выделить и описать приемы работы с текстовыми эффектами (способы создания, варианты трансформации и преобразования, применение различных фильтров и растровых эффектов), пошагово описать создание одного из текстовых блоков. Также в разделе следует описать приемы создания графических объектов и/или их обработки, если они были введены с помощью сканеров, цифровых фото- и видеокамер. Этапы «отрисовки» и/или обработки одного наиболее интересного и сложного графического объекта надлежит также пошагово описать. Описание этапов выше указанных эффектов и их результаты представляются в приложении пояснительной записки.

Демонстрация дизайн-проекта выполняется в виде презентации, выполненной в Power Point. Все графические материалы проекта должны быть представлены на CD-дисках, которые сдаются вместе с пояснительной запиской курсового проекта.

5.3.8 Заключение

В заключении дается анализ и оценка результатов, полученных в ходе курсового проектирования.

Рассматриваются перспективы разработки, ее возможности, достоинства и недостатки.

5.3.9 Список используемой литературы

Перечень литературы, нормативно-технической документации, используемой при составлении пояснительной записки, помещают в конце документа и включают в содержание.

Список использованной литературы включает весь объем литературы, используемой при курсовом проектировании (используемые цитаты, ссылки на автора, учебные пособия, методические указания, журналы).

5.3.10 Приложения

Приложения включают материалы, дополняющие основную информацию: творческие эскизы, копии, фотографии, чертежи, рисунки аналогов и прототипов со ссылкой на источники (в виде подрисовочных подписей), аналитические таблицы, аннотированные статьи, патентные материалы, диски и т. п. Внесение материала в приложения оговаривается с руководителем.

6 Графический материал проекта

Графический материал проекта представляет объект разработки в объеме и цвете, а также макет проектируемого изделия. Помимо основных проектно-графических материалов в состав проекта входят необходимые чертежи и схемы по отдельным аспектам проектного решения (конструктивным, эргономическим, функциональным, технологическим и т. п.):

а) при разработке товарного знака, логотипа или фирменного блока:

- окончательный вариант товарного знака, логотипа или фирменного блока в цвете (ручная отмывка или цветная печать)
- инверсный вариант (градации серого) 2-3 предложения, для деловой документации, бланков, конвертов, текстовых документов;
- фирменная цветовая гамма
- предложения шрифтов для логотипа, вывески и текстовых документов
- деловую документацию (фирменный деловой конверт С5 или С65, подарочный вариант конверта, фирменный бланк (вертикальный, горизонтальный, варианты), визитка (корпоративная или персональная), бейдж, каталог, годовые отчеты, пластиковые карты)
- блок наружной рекламы (работы по выбору) с привязкой к среде: логотип на рекламном щите (баннер), вывеска, логотип на транспаранте (растяжка), логотип в интерьере (конференц-зал)
- варианты сувенирной продукции (2-3 эскиза) по выбору: настольная форма календаря или сувенирный календарь (по выбору), фирменный пакет, фирменная майка или бейсболка с логотипом (по выбору), рекламный буклет, подарочный вариант конверта, буклет + визитка + пригласительный билет, плакат + открытка + бейдж

При разработке блока наружной рекламы, сувенирной продукции на планшетах необходимо показать:

- общий вид изделия в ортогональных проекциях (с построением теней, в цвете), обозначить габаритные размеры и указать масштаб;

- общий вид изделия в перспективе и в окружающей среде (блок наружной рекламы, вывески, указатели);

- план территории с местом размещения рекламной информации (блок наружной рекламы, вывески, указатели);

- эргономические и функциональные схемы;

- руководство по фирменному стилю;

б) при разработке газетно-журнальной и книжной графики (трансформер, книга комиксов, детская книга, подарочный вариант книги вместе с упаковкой):

- оригинал-макет книги;

- суперобложка в цветном варианте;

- композиция страницы и книги разворот (2-3 варианта);

- заставка или буквица;

- вариант шрифта для названий глав в цвете;

- вариант шрифта для книжного текста;

- варианты включения иллюстрации в текст – композиционное решение (1-3 варианта в цвете);

- вариант композиционного решения страницы с выходными данными;

- макет книги в трансформируемом виде;

- упаковка или футляр для подарочного изделия.

При разработке макета книги, упаковки или футляра для подарочного издания на планшетах необходимо показать:

- общий вид изделия в ортогональных проекциях (с построением теней, в цвете), обозначить габаритные размеры и указать масштаб;

- общий вид изделия в перспективе;

- возможно аксонометрическое изображение с прорисовкой основных узлов или «взрывная схема», демонстрирующие состав деталей объекта и схему

сборки (при разработке сложной конструкции упаковки или футляра для подарочного изделия);

- эргономические схемы.

Проекты принято выполнять на стандартных планшетах размером 600x750мм. На планшеты выносятся только основные графические материалы, демонстрирующие дизайнерское решение. В частности, основные выводы реферативной и аналитической частей проекта могут быть представлены на отдельном планшете в виде фотографий, рисунков, чертежей, сравнительных таблиц, схем и текстовой части, подтверждающей основные принципы выбранного проектного решения. Остальные материалы помещаются в пояснительную записку в раздел «Приложения».

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Примерная тематика курсовых работ

5 семестр

- 1 Фирменный стиль предприятия торговли промышленными товарами
- 2 Фирменный стиль предприятия по ремонту и обслуживанию компьютерной техники
- 3 Фирменный стиль телевизионной компании
- 4 Фирменный стиль медицинского центра
- 5 Фирменный стиль предприятия, занимающегося производством оборудования для учреждений охранно-пожарной безопасности
- 6 Фирменный стиль сети магазинов продуктовых товаров
- 7 Фирменный стиль высшего учебного заведения
- 8 Фирменный стиль предприятия транспорта
- 9 Фирменный стиль сети салонов красоты
- 10 Фирменный стиль предприятия торговли детскими товарами
- 11 Фирменный стиль предприятия торговли медицинскими товарами
- 12 Фирменный стиль предприятия детского учебно-воспитательного учреждения
- 13 Фирменный стиль молодежного развлекательного комплекса
- 14 Фирменный стиль сети предприятий быстрого питания
- 15 Печатная рекламная продукция для предприятия торговли промышленными товарами
- 16 Печатная рекламная продукция для предприятия по ремонту и обслуживанию компьютерной техники
- 17 Печатная рекламная продукция для телевизионной компании
- 18 Печатная рекламная продукция для медицинского центра
- 19 Печатная рекламная продукция сети магазинов продуктовых
- 20 товаров

- 21 Печатная рекламная продукция для предприятия, занимающегося производством оборудования для учреждений охранно-пожарной безопасности
- 22 Печатная рекламная продукция для высшего учебного заведения
- 23 Печатная рекламная продукция для предприятия транспорта
- 24 Печатная рекламная продукция для сети салонов красоты
- 25 Печатная рекламная продукция для предприятия торговли детскими товарами
- 26 Печатная рекламная продукция для предприятия торговли медицинскими товарами
- 27 Печатная рекламная продукция для детского учебно-воспитательного учреждения
- 28 Печатная рекламная продукция для молодежного развлекательного комплекса
- 29 Печатная рекламная продукция для сети предприятий быстрого питания

7 семестр

- 1 Разработка корпоративного имиджа для предприятия торговли промышленными товарами
- 2 Разработка серии рекламных календарей на социальную тематику
- 3 Анализ потребностей рынка и разработка рекламных календарей
- 4 Разработка корпоративного имиджа для медицинского центра
- 5 Разработка серии рекламных шрифтовых плакатов на социальную тематику
- 6 Разработка серии рекламных изобразительно-шрифтовых плакатов на социальную тематику
- 7 Разработка театральной афиши для детского театра
- 8 Разработка афиши для драматического театра
- 9 Разработка рекламного каталога, журнального рекламного объявления, визитных карт для сети салонов красоты

10 Разработка рекламной стратегии, определение и разработка средств рекламы, которые используются для распространения рекламы продукции предприятия, специализирующегося на производстве детских товаров

11 Разработка рекламной стратегии, определение и разработка средств рекламы для максимально быстрого продвижения нового товара (косметическое средство, стиральный порошок, и т.д.) на потребительский рынок

12 Разработка концепции, содержания, стратегии развития и дизайна детского художественно - образовательного журнала

13 Создание фирменного стиля и нового имиджа с использованием эстетической концепции для вновь созданного подразделения одной из крупных телефонной компании

14 Создание обложки и серии полностраничных информационных графиков для журнала

Приложение Б

График выполнения курсовой работы

1. Ф.И.О. студента _____
 Курс _____ Шифр направления подготовки _____ Направленность _____

2. Тема курсовой работы _____

3. Фамилия руководителя _____

4. График проведения исследования, обработки, проверки и оформления материалов

| № п/п | Наименование разделов | Дата выполнения | |
|-------|--|-----------------|------|
| | | План | Факт |
| | Введение | | |
| 1. | Творческая часть | | |
| 1. 1. | Исследования и сбор исходной информации дизайн-проекта | | |
| 1. 2. | Проектно-композиционное решение дизайн-проекта | | |
| 1. 3. | Графические средства и материалы | | |
| 2. | Информационное и техническое обеспечение | | |
| | Заключение | | |

5. Выводы и предложения _____

6. Предварительная защита _____

7. Подготовка графического материала _____

8. Сдача работы на рецензию _____

Приложение В

Общие требования к оформлению текстовой части курсовой работы

Текстовая часть (пояснительная записка) курсовой работы выполняется машинописным способом, на одной стороне листа формата А4.

Качество печати должно быть высоким.

Текст излагается шрифтом Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал 1,5, перенос слов не допускается, выравнивание – по ширине, плотность текста должна быть одинаковой (все слова разделяются только одним пробелом). Перед знаком препинания пробел не ставится, после знака препинания – один пробел.

Страницы должны иметь поля: 3 см – слева, 1 см – справа, по 2 см – сверху и снизу.

В тексте обязательно должно присутствовать абзацные отступы («красная строка»), равные 1,25 см.

Все страницы нумеруются арабскими цифрами в центре нижней части листа, начиная со второй страницы. Титульный лист включается в общую нумерацию, но номер страницы на нём не проставляется.

Обязательными структурными элементами курсовой работы являются:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть (включающая разделы и подразделы);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Объем курсовой работы (КР), включая введение, основную часть, заключение и список использованных источников (без приложений) должен составлять 30-40 страниц.

При наборе должны различаться длинные тире («—») и дефис («-»).

Опечатки, описки и графические неточности, обнаруженные в процессе подготовки работы, допускается подчищать корректирующей жидкостью («штрих») и нанесением на том же месте исправленного текста черной гелевой ручкой рукописным способом.

Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на значимых терминах, понятиях, определениях и т.п., применяя разные начертания одной шрифтовой гарнитуры.

Текст курсовой работы при необходимости можно иллюстрировать таблицами и рисунками, качество которых должно удовлетворять требованию их чёткого воспроизведения. На использованные источники необходимо давать ссылки по тексту работы.

Выполненная курсовая работа предоставляется на кафедру подшитой в твердую обложку папке.

Оформление титульного листа курсовой работы

На титульном листе пишутся основные исходные данные (реквизиты) курсовой работы. Пример оформления титульного листа курсовой работы приведен в приложении Г.

Оформление содержания курсовой работы

Содержание включает введение, наименование всех разделов, заключение, список использованных источников и наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы курсовой работы.

Заголовок печатается по центру, с прописной буквы, начертание – полужирное, без точки в конце. Подчёркивание не допускается.

Заголовок отделяется одной строкой с межстрочным интервалом 1,5.

Оформление введения курсовой работы

Введение оформляется с новой страницы.

Введение (наименование структурного элемента курсовой работы) не нумеруется.

Заголовок печатается по центру, с прописной буквы, начертание – полужирное, без точки в конце. Подчёркивание не допускается. Заголовок отделяется от текста одной строкой с межстрочным интервалом 1,5.

Оформление основной части курсовой работы

Основную часть курсовой работы следует делить на разделы и подразделы (параграфы). Необходимо следить, чтобы объем разделов и подразделов были соразмерны друг другу.

Разделы и подразделы нумеруются арабскими цифрами. Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста.

Пример – 1, 2, 3 и т. д.

Нумерация подраздела включает номер раздела и порядковый номер подраздела, разделенные точкой. Точка после второй цифры не ставится.

Пример – 1.1, 1.2, 1.3 и т. д.

Разделы и подразделы должны иметь содержательные и лаконичные (краткие) заголовки, которые отражают основную сущность содержания раздела / подраздела.

Заголовки разделов / подразделов следует печатать по центру, с прописной буквы, начертание – полужирное, без точки в конце. Подчеркивание не допускается.

Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

Заголовок отделяется от основного текста одной строкой с межстрочным интервалом 1,5.

Разделы / подразделы печатаются подряд (не с новой страницы), отделяются друг от друга (сверху и снизу) одной строкой с межстрочным интервалом 1,5. На странице, где приводится заголовок раздела/подраздела, должно быть не менее двух строк последующего текста.

Оформление заключения курсовой работы

Заключение оформляется с новой страницы.

Заключение (наименование структурного элемента курсовой работы) не нумеруется.

Заголовок печатается по центру, с прописной буквы, начертание – полужирное, без точки в конце. Подчёркивание не допускается. Заголовок отделяется от текста одной строкой с межстрочным интервалом 1,5.

Оформление списка использованных источников

Список должен содержать сведения об источниках, использованных при выполнении курсовой работы.

Сведения об источниках следует нумеровать арабскими цифрами без точки и печатать с абзацного отступа.

Список использованных источников составляется в алфавитном порядке.

Ссылки на использованные источники в тексте работы указываются порядковым номером (по библиографическому списку), вписанным в квадратные скобки, например [14].

Оформление каждого источника производится в соответствии с требованиями к библиографическим описаниям.

Список использованных источников оформляется с новой страницы.

Список использованных источников (наименование структурного элемента курсовой работы) не нумеруется.

Заголовок печатается по центру, с прописной буквы, начертание – полужирное, без точки в конце. Подчёркивание не допускается.

Заголовок отделяется от текста одной строкой с межстрочным интервалом 1,5.

Пример оформления списка использованных источников приведён в приложении Д.

Оформление рисунков и таблиц в курсовой работе

К рисункам относятся графики, схемы, диаграммы (гистограммы), фотографии и т. д.

Цифровой материал оформляется в виде таблиц.

Необходимость рисунков и таблиц, а также их количество определяется содержанием курсовой работы.

Рисунки и таблицы должны быть выполнены аккуратно (могут быть как в черно-белом, так и в цветном варианте).

На все рисунки и таблицы в работе должны быть ссылки.

Рисунки и таблицы следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

Рисунки и таблицы должны иметь сквозную нумерацию (отдельно нумеруются рисунки и отдельно таблицы).

Рисунки и таблицы должны иметь лаконичные (краткие) заголовки.

Название таблицы и её порядковый номер располагается над таблицей слева, без абзацного отступа, через тире и далее с прописной буквы, в конце заголовка таблицы точка не ставится.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица» и её номер указывают один раз (над первой частью таблицы), над другими частями с выравниваем по правому краю пишут слово «Продолжение таблицы» и указывают её номер, например: «Продолжение таблицы 1».

Заголовки граф таблицы, как правило, записываются параллельно её строками, с прописной буквы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.

Таблица отделяется сверху и снизу от основного текста одной строкой с межстрочным интервалом 1,5. Пример оформления приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Виды технологий в сферах человеческой деятельности

| Технологии производственных отраслей | Технологии непродовственных отраслей | Универсальные технологии |
|--|--|--|
| Металлургическая технология, машиностроительная, строительная технология, технология с/х производства, деревообрабатывающая, и др. | Технология научных исследований, художественные технологии, технологии торговли (продаж), технология печатания денег, технология страхового дела и др. | Технология познавательной деятельности, технология общения, технология игровой и досуговой деятельности, информационные технологии и др. |

Название рисунка и его порядковый номер располагают внизу, посередине строки, без точки в конце.

Подстрочная надпись отделяется от текста одной строкой с межстрочным интервалом 1,5. Пример оформления приведён на рисунке 1.

При ссылках на рисунки и таблицы следует писать «... в соответствии с рисунком 1» или «... в соответствии с таблицей 1». Также допускается ссылка на рисунки и таблицы в круглых скобках с маленькой буквы с указанием номера, например: (рисунок 1) или (таблица 1).

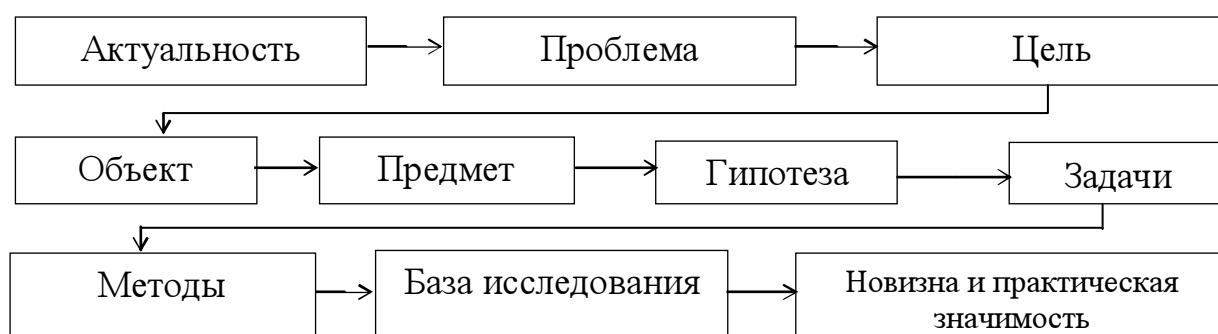


Рисунок 1 – Структура введения

В таблице или подстрочной надписи рисунка допускается применять размер шрифта меньший (не менее 12), чем в основном тексте работы.

Оформление приложений

Приложения содержат промежуточный материал, вспомогательные таблицы, рисунки и другое. Приложение также может быть оформлено в виде самостоятельного документа. В тексте курсовой работы должны быть ссылки на все приложения. Приложения располагаются в порядке ссылок на них в основной части работы.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху по центру слова «Приложение» и его обозначение, например «Приложение А». Каждое приложение должно иметь заголовок. Слово «Приложение», его заголовок отделяются друг от друга и от основного текста одной строкой с межстрочным интервалом 1,5.

Слово «Приложение» и его заголовок печатаются по центру, с прописной буквы, начертание – полужирное, без точки в конце. Подчёркивание не допускается. Приложения с большим количеством информации допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе на другой лист (страницу) указывается слово «Продолжение приложения А», на последней странице «Окончание приложения А» с выравниванием по центру. Приложения должны иметь с остальными частями сквозную нумерацию.

Рисунки и таблицы каждого приложения должны иметь сквозную нумерацию внутри приложения (отдельно нумеруются рисунки и отдельно нумеруются таблицы). Рисунки и таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения, например: Рисунок Г.1 – ... или Таблица Б.1 – ...

При ссылке в тексте работы на рисунки или таблицы приложений следует писать «... в соответствии с рисунком Г.1». Также допускается ссылка в круглых скобках с маленькой буквы, например: (рисунок Г.1) или «... в соответствии с таблицей Б.1». Также допускается ссылка в круглых скобках с маленькой буквы, например: (таблица Б.1).

Приложение Г
Образец оформления титульного листа

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Курганский государственный университет»
Институт педагогики, психологии и физической культуры
Кафедра «Профессиональное обучение, технология и дизайн»

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ МЕДИЦИНСКОГО ЦЕНТРА

КУРСОВАЯ РАБОТА

Разработал студент гр. ПФ-40616

_____/Т. М. Иванова/
подпись

Направление: 54.03.01 «Дизайн»

Направленность: «Графический дизайн»

Руководитель:
доцент, канд. техн. наук

_____/Е. П. Петрова/
подпись

Курган 20__

Приложение Д

Правила оформления использованных источников

Три автора

Щуров, В. А. Влияние благосостояния на рост, развитие детей и здоровье населения : монография / В. А. Щуров, А. П. Кузнецов, В. А. Холодков ; М-во образования и науки РФ, Федер. агентство по образованию, Кург. гос. ун-т. – Курган : Изд-во Кург. гос. ун-та, 2008. – 169, [1] с. : ил. – Библиогр. : с. 157-169.

Более 3 авторов

1 Износостойкие композиционные материалы / Ю. Г. Гуревич [и др.] ; под ред. Ю. Г. Гуревича. – Екатеринбург : б. и., 2005. – 216 с.

2 Синергетические методы управления сложными системами / А. А. Колесников [и др.]. – Москва : КомКнига, 2006. – 247 с.

Переводные издания

1 Клеман, М. Основы физики частично упорядоченных сред / М. Клеман ; пер. с англ. О. Д. Лаврентович. – Москва : Физматлит, 2007. – 680 с.

2 Новак. В. Математические принципы нечеткой логики: пер. с англ. / В. Новак. – Москва : Физматлит, 2006. – 347 с.

Описание под заглавием:

с редактором;

1 Автомобильный справочник / под общ. ред. В. М. Приходько. – Москва : Машиностроение, 2004. – 704 с. : и.

2 Лабораторный практикум по курсу «Электронные усилители» / ред. Т. М. Агаханян. – 2-е изд. – Москва : МИФИ, 2007. – 155 с.

с составителем и редактором;

Краткая методика работы с электронными измерительными приборами : учеб. пособие для вузов / сост. Н. Ф. Большакова; ред. А. Г. Филиппов. – Москва : МИФИ, 1973. – 42 с.

Диссертация

Моисеенко А. В. Корреляция и фрактальные свойства стохастических процессов : дис. ... канд. физ.-мат. наук (05.13.18 – математическое моделирование, численные методы; 01.04.06 – физика элементарных частиц и атомного ядра) / А. В. Моисеенко ; рук. работы Ф. М. Сергеев. – Москва : МИФИ, 2007. – 135 с.

Продолжающееся издание

Вычислительные системы. Вып. 174. Анализ структурных закономерностей : сб. науч. тр. / ред. Н. Г. Загоруйко ; ин-т математики им. С. Л. Соболева. – Новосибирск, 2005. – 178 с.

Многотомное издание

1 Ландау, Л. Д. Теоретическая физика : в 10 т. Т. 5. Статистическая физика. Ч. 1 : учеб. пособие для ун-тов / Л. Д. Ландау, Е. М. Лифшиц. – 4-е изд., испр. – Москва : Наука ; Физматлит, 1995. – 608 с.

2 Ландау, Л. Д. Теоретическая физика : в 10 т. Т. 2 Теория поля : рек. М-вом образования Рос. Федер. в качестве учеб. пособия для студентов физ. спец. ун-тов / Л. Д. Ландау, Е. М. Лифшиц ; под ред. Л. П. Питаевского. – Изд. 8-е изд., стер. – Москва : Физматлит, 2003. – 534 с. : ил. – Предм. указ. : с. 531-533.

Коллективный автор

Московский инженерно-физический институт (государственный университет). Научная сессия МИФИ-2006. Т. 11. Инновационные проекты. Студенческие идеи, проекты, предложения: сб. науч. тр. / МИФИ, Научная сессия МИФИ-2006. – Москва, 2006. – 122 с.

Стандарт

ГОСТ Р 517721-2001. Аппаратура радиоэлектронная бытовая. Входные и выходные параметры и типы соединений. Технические требования. – Введ. 2002-01-01. – Москва : Изд-во стандартов, 2001. – 27 с.

Интернет-источники

1 Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка Владимира Даля [Электронный ресурс] : подгот. по 2-му печ. изд. 1880–1882 гг. Москва : АСТ и др. : 1998. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

2 Мараховский Ю. Х. Желчнокаменная болезнь : современное состояние проблемы [Электронный ресурс] // Российская гастроэнтерологическая ассоциация [Официальный сайт]. – URL : http://www.gastro.ru/index.php?mod_articles_list_act=show_article&article_id=26&cat_id=6 (дата обращения: 15.08.2011).

3 Союз педиатров России [Официальный сайт]. – URL : <http://www.pediatr-russia.ru/> (дата обращения: 22.01.2011).

Статья из газеты

Янчилин, В. На пульсе Солнца и Земли : кто предсказывает космическую погоду? / В. Янчилин // Поиск. – 2007. – № 21. – С. 5.

(Если статья публикуется на первой полосе газеты, страница не указывается)

Статья из журнала

Орлов, С. R & M работает на троих / С. Орлов // Журнал сетевых решений. – 2007. – № 1. – С. 12 – 13.

Статья из сборника

Бакина, А. С. Прототип динамической интеллектуальной системы для мониторинга состояния помещения «умный дом» / А. С. Бакина, Ю. И. Петриченко // Научная сессия МИФИ – 2007. Т. 3. Интеллектуальные системы и технологии : сб. науч. тр. – М., 2007. – С. 214-215.

Приложение Ж

Пример обоснования комплексного проектного решения визуальной информации аптеки

Социальное обоснование проекта. Химико-фармацевтические предприятия страны ежегодно производят более 3000 видов лекарственных препаратов. Количество выпускаемых лекарственных средств увеличивается и за счет притока импортных лекарственных изделий. На пути их к потребителю важнейшую функцию выполняют разнообразные средства визуальной информации, в том числе упаковочные средства и способы графического оформления препаратов, которые являются необходимым ориентиром для многочисленной клиентуры и для фармацевтов.

За последние пять лет в России намечено увеличить химико-фармацевтическое производство в 1,6 раза. В связи с этим серьезной становится проблема создания единой системы визуальной информации, которая оптимально отвечала бы реальным условиям развития фармацевтического кластера.

Придерживаясь единого цветового кода, производители лекарств могут однозначно информировать потребителя о действии того или другого лекарства и способе его применения.

Формулировка проектной проблемы. Существующая система маркировки лекарственных средств применима в основном на фармацевтических предприятиях, которые производят медикаменты. Она не может удовлетворить потребности аптек, которые особенно нуждаются в эффективных средствах визуальной информации. Ведь аптеки не только реализуют готовую продукцию, но и сами производят большое количество лекарств. Нередко аптеки обходились собственными, кустарными средствами информации, которые так или иначе помогали обслуживающему персоналу ориентироваться в сложном аптечном хозяйстве и облегчали процесс производства лекарств по рецептам. Порой техника выполнения надписей и обозначений была примитивной, внешний вид надписей не соответствовал ни эргономическим, ни эстетическим требованиям. К тому же часть информации, предназначенной для персонала аптеки, была не полной.

Постановка проектных задач. Построенная на научно-технической основе система должна разрешить сразу несколько задач. Упростив восприятие различных средств визуальной информации, она должна облегчить персоналу и клиентуре ориентацию в различных зонах пространства аптеки, максимально сократить время, которое обслуживающий персонал затрачивает на распознавание и поиск необходимых веществ и препаратов среди множества других, облегчит работу персонала, участвующего в экстремальном производстве лекарств и многое другое.

Анализ ситуации. Всесторонний технический анализ позволил определить содержание визуальной информации, в которой нуждаются аптеки. Эту информацию можно разделить на следующие составляющие:

1. Общая фирменная информация:

- а) символ фармации;
- б) шрифт;
- в) цвет.

2. Внешняя информация аптек:

- а) вывеска;
- б) обозначение рабочего времени;
- в) информация дежурных аптек;
- г) другая информация.

3. Внутренняя информация аптек:

- а) общая информация для клиента (вход, выход, касса, справочное бюро, отделения аптеки);
- б) информация о медикаментах для клиента (цена, ассортимент, сроки хранения лекарств изготовленных в экстремпоральном производстве, методическая и справочно-инструктивная информация);
- в) общая информация для персонала аптеки (обозначение помещений, опознавательные знаки);
- г) специализированная информация для персонала

Формулировка концепции. При разработке фирменного символа, т.е. знака-символа фармацевтики, мы стремимся использовать лучшие приемы его стилизации в прошлом и настоящем.

Как известно, фармацевты древней Греции и Рима считали своим покровителем бога Эскулапа, который изображался с посохом в руке, вокруг которого обвивалась змея. В течение веков изображение трансформировалось. Стилизованное изображение посоха со змеей можно считать наиболее распространенным и опознавательным символом фармацевтики. Этот символ весьма разнообразно интерпретируется при решении визуальной информации для аптек.

Для фирменной документации (т. е. фирменного стиля) мы предлагаем изображение символа в виде стилизованного красного креста, ибо фармацевтика и медицина всегда рядом.

Обоснование проектного решения. Цель внешней информации – сведения о характере предприятия, о рабочем режиме аптеки и т. д. Эти сведения клиент воспринимает с определенного расстояния. Для каждой аптеки оформление вывески и других видов внешней информации целесообразно решать исходя из конкретных условий. Основные требования к оформлению подобрать определенной высоты удобочитаемый шрифт, который наряду с символом должен стать основным элементом внешней информации. Шрифт «Футура», который мы предлагаем в проекте, отличается удобочитаемостью и выразительностью.

Определяя высоту букв, надо иметь в виду конкретное расстояние между надписью и максимальным потоком движения зрителей. Минимальную высоту букв мы можем определить по формуле Вудсона и Коповера:

$$H_{\text{мин}} = L_{\text{мин}}^{xk}$$

где $H_{\text{мин}}$ – минимальная высота букв, мм;
 $L_{\text{мин}}$ - минимальное расстояние между зрителем и буквами, м;
 k – коэффициент читаемости, в данном случае – 2,5.

Внешняя информация помещалась обычно на стеклах окон или дверей, что, естественно, снижало ее оперативность. Эта «традиция» ограничивала возможности централизованного производства средств визуальной информации. При изменении режима работы или данных информации дежурных аптек приходилось ненужное заклеивать бумажной полоской и т. д. Мы предлагаем два варианта обозначения рабочего времени, которые выполняются на отдельных табличках или планшетах. Для данных информации дежурных аптек предложены табло с заменяемыми элементами. Размеры табло, как мы уже говорили, могут быть определены конкретными условиями размещения аптеки в пространстве улицы.

Основная задача аптек – обеспечение жителей и лечебно-профилактических учреждений медикаментами, перевязочным материалом, принадлежностями сангигиены и другими товарами аптечного ассортимента. Она и обуславливает функции аптеки – торговую, производственную и функцию снабжения. Торговая функция аптеки, по сравнению с другими предприятиями государственной торговли, не такая сложная, поэтому значительная часть предложенного проекта посвящена разработке средств внутренней информации в функциональных зонах производства и снабжения.

Для информации, предназначенной клиентам, мы предлагаем шрифтовые надписи, выполненные черным на белом фоне тем же шрифтом «Футура» (Рисунок 1).

Шрифту, культуре его выполнения до сих пор уделялось слишком мало внимания. Часто надписи, выполненные от руки, кнопками или клеем крепились на мебели или стене. Другая часть надписей, выполненная трафаретной техникой, помещалась на стеклах, отделяющих ручниста или рецептор-контролера от клиентов. Из-за тщательной обработки стекла (этого требуют особые санитарно-гигиенические условия работы в аптеке) надписи быстро стирались, становились едва различимыми. Кроме того, затрудняли чтение видимые через стекло предметы. Все надписи мы предлагаем выполнять на отдельных планшетах, которые помещаются при выходе из интерьера аптеки.

Информация, предназначенная для персонала аптеки, должна быть четкой и лаконичной. Для той части информации мы предлагаем шрифтовые надписи и пиктограммы. В результате психологических экспериментов был подобран шрифт «Универс» (Рисунок 2). Надписи из этого шрифта, выполненные в раз-

личной технике (фото, полиграфия, металлография, рельефное цветное тиснение и др.), помещаются на лицевой части секций, выдвижных ящиков, полок, вертушек, а также на штанглассах и бюретах. Почти все надписи предлагаются на латинском языке, которым персонал аптек обычно пользуется в своей работе. Информация на латинском языке, кроме того, недоступна для посторонних. Все надписи, кроме названий сильнодействующих лекарственных средств, выполняются черным на белом фоне. Сильнодействующие вещества закодированы красным цветом, потому и надписи выполняются красным на белом фоне.



Рисунок 1 – Гарнитура «Футура»

Основная часть внутренней информации – это информация для помещений и аптечных слатов, где хранятся медикаменты и другие товарно-материальные ценности, строго разделяемые на группы по своему действию, способу применения и состоянию. В основу разработки этой части информации был взят уже существующий цветовой код. Значения цветов следующие:

- черный – ядовитые и наркотические вещества;
- красный – сильнодействующие вещества;
- белый – слабо действующие вещества;
- желтый – вещества для внешнего применения;
- зеленый – вещества для внутреннего применения;

A B C D E F G H I J
K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z Ä Ö
Ü Œ Å Ç Ø ? ! ; - ()
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y
z ä ö ü ß &
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Рисунок 2 – Гарнитура «Универс»

Чтобы отразить в информации состояние веществ, мы создали 20 символов-пиктограмм (флакон, очки, ромашка и т. д.), которые имеют хорошо опознаваемую графическую форму (рисунок 3). Сочетая эти компоненты, мы разработали целый ряд (44) символов, образующих единую цвето-графическую систему. Графическая форма-квадрат, в который вписана окружность, в центре нее находится знак-символ. Цвет рамка означает способ применения, соотношение цветов окружности и пиктограммы – действие определенного вещества. Например, сочетание таких элементов как зеленая рамка, белая окружность, красный флакон обозначает сильнодействующую жидкость для внутреннего применения.

Система не является замкнутой. При создании нового знака-символа его всегда можно включить в систему, расширив и дополнив ее.

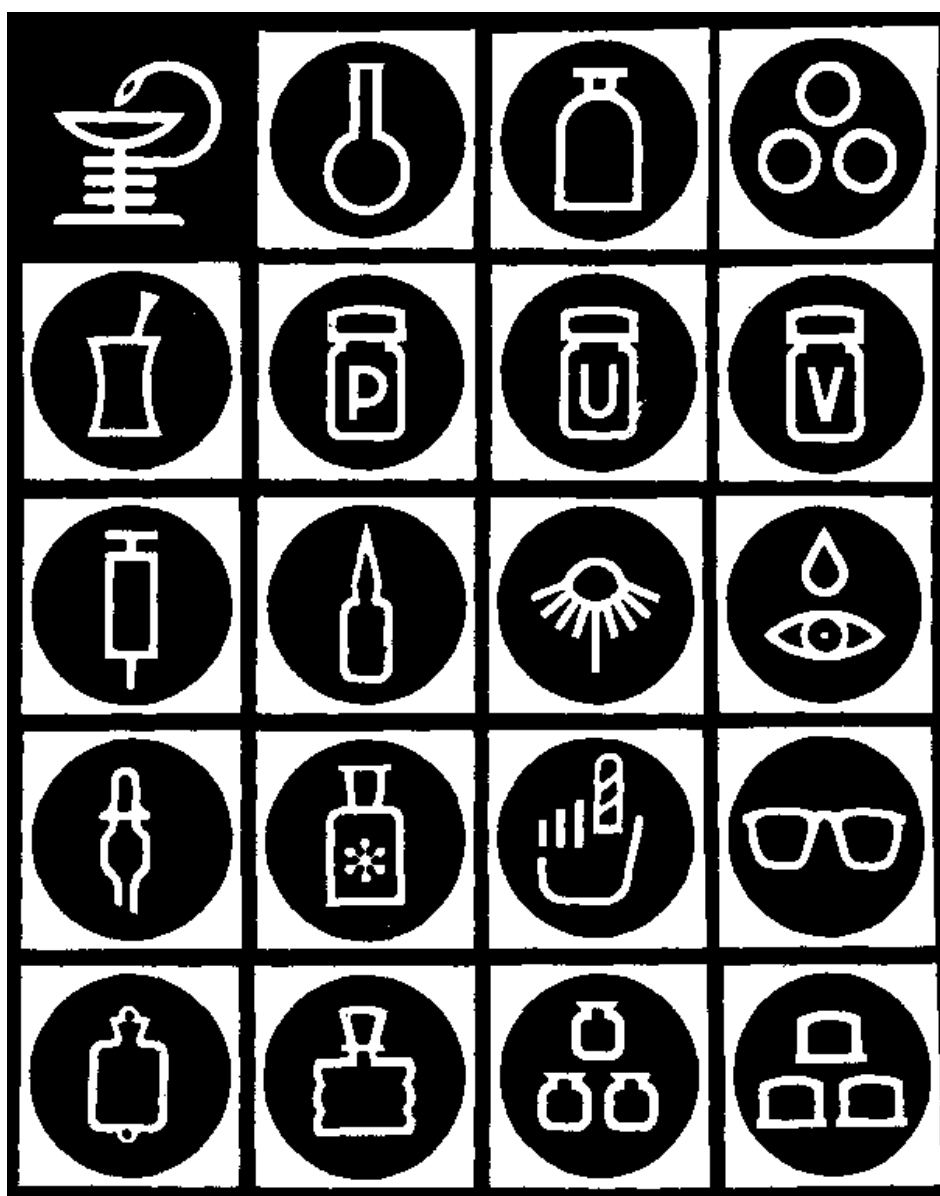


Рисунок 3 – Система символов

Практическая значимость проекта. Значение разработанного проекта очевидно. Система в целом облегчит работу, в которой ошибки недопустимы, облегчит также адаптацию новых членов персонала аптеки к специфическим условиям деятельности. Она позволит централизованным способом создавать средства визуальной информации для аптек, но и для всех предприятий, участвующих как в производстве, так и в потреблении фармацевтической продукции. Внедрение такой системы сулит большую экономию денежных и трудовых затрат.

Внедрение предложенной системы очень важно и с эстетической точки зрения – оно поможет устранить непрофессиональное вмешательство в дело создания средств визуальной информации для аптек.

Ольга Владимировна Ремизова

Светлана Анатольевна Лёгких

ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Методические рекомендации

для студентов очной и очно-заочной форм обучения

направления 54.03.01 «Дизайн» (направленность «Графический дизайн»)

Редактор Н. М. Быкова

| | | |
|-----------------------------|-------------------|----------------------------|
| Подписано в печать 13.12.19 | Формат 60x84 1/16 | Бумага 80 г/м ² |
| Печать цифровая | Усл. печ. л. 3,0 | Уч.-изд. л. 3,0 |
| Заказ 192 | Тираж 20 | Не для продажи |

БИЦ Курганского государственного университета
640020, Курган, ул. Советская, 63/4
Курганский государственный университет