

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Московский архитектурный институт (государственная академия)" (МАРХИ)


СОГЛАСОВАНО:

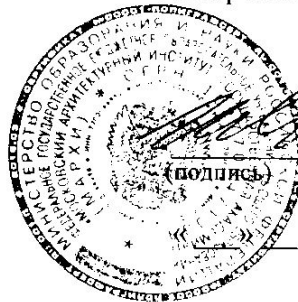
Ученый секретарь

Ученого Совета МАРХИ

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор МАРХИ,


_____ проф. В.Е.Байер
(подпись)



_____ акад. Швидковский Д.О.
(подпись)

Протокол №5 от 28 февраля 2018 г.

_____ 2018 г.

ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
Фирменный стиль в архитектуре

Москва
2018

1. Цель реализации программы

- Качественное изменение профессиональных компетенций, необходимых для создания архитектуры с учётом фирменного стиля и философии брендов, ориентированных на определённые целевые аудитории потребителей;
- овладение знаниями и навыками по разработке и применению фирменного стиля в объёмно-планировочных, колористических проектных решениях и в малых архитектурных формах;
- умение использовать и разрабатывать фирменный бренд-бук;
- ознакомиться с нормативными документами по «Безбарьерной среде» и правилам размещения информационных конструкций в городе Москве.

2. Требования к результатам обучения

3.1 Знать:	<ul style="list-style-type: none">- систему разработки философии, психологии и графических элементов фирменного стиля бренда/корпорации, для возможности последующего использования их в архитектурно-проектном творчестве;- основные приёмы применения колористических и пластических решений, в соответствии с целевой аудиторией, фирменным стилем бренда/корпорации/мероприятия;- способы адаптации существующих зданий (их интерьеров, фасадов) и прилегающей территории, для соответствия Бренд-буку фирмы/организации и существующим нормам и правилам РФ и г.Москвы;- новейшие тенденции в техническом и материальном оснащении архитектурных объектов актуализированные под решение задачи соответствия фирменному стилю фирмы/организации.
3.2 Уметь:	<ul style="list-style-type: none">- составлять Бренд-бук фирмы/корпорации с включением описания типовых архитектурных решений зданий (интерьеров, фасадов) в фирменного стиле;- разрабатывать концепцию архитектурного проекта, в соответствии с фирменным стилем и целевой аудиторией;- обосновывать проектные решения адаптации существующего архитектурного объекта (интерьеры, фасады) и прилегающей территории к фирменному стилю и актуальным нормам и правилам РФ и г.Москвы;
3.3 Владеть:	<p>1) методами анализа и обобщения:</p> <ul style="list-style-type: none">- сведений из Бренд-бука, сайтов, публикаций и др. источников, в т.ч. в интернете;- «рынка» и конкурентов бренда и/или корпорации, для которой готовится проектное предложение;- современных технологий и материалов для строительства и оснащения общественных зданий и сооружений; <p>2) умением выдавать векторные и растровые файлы на производство, в соответствии с Техническими требованиями изготовителей;</p> <p>3) умением разработки комплексной презентации архитектурного проектного предложения, в соответствии с фирменным стилем заказчика.</p>

3. Содержание программы

Учебный план
программы повышения квалификации
«Фирменный стиль в архитектуре»

Категория слушателей – образование высшее и среднеспециальное, архитекторы, художники, дизайнеры, менеджеры, инженеры, работники высших или средних образовательных учреждений, учителя изобразительного цикла.

Срок обучения - 54 часа.

№ п/п	Наименование разделов	Всего, час	В том числе	
			лекции	практич. и лаборат. занятия
1	<i>Фирменный стиль в объёмно-планировочных решениях общественных зданий. Философия бренда. Понятие целевой аудитории и психологии бренда. (Практическая часть РГР (клаузура): эскизная разработка концептуальных решений для последующей проработки логотипа/интерьера/здания, в соответствии с психологией выбранного бренда и под три различные целевые аудитории).</i>	4	2	2
2	<i>Психологическое воздействие цвета и геометрических форм на зрителя. Разбор пластических и колористических решений в архитектуре. (Эскизная проработка пластических и колористических решений логотипа/интерьера/здания, в соответствии с психологией выбранного бренда и под три различные целевые аудитории. РГР).</i>	4	2	2
3	<i>Понятие и составные части Бренд-бука. Векторные и растровые файлы в создании фирменного стиля интерьерных и фасадных решений, их Технические требования для передачи в производство. Цветовые модели. (Практическая часть РГР (клаузура): разработка векторных и растровых элементов фирменного стиля для Бренд-бука выбранной компании).</i>	4	2	2
4	<i>Типографика, Кей-Визуал и супер-графика в архитектурных решениях. (Практическая часть РГР (клаузура): эскизная доработка интерьера/здания, с использованием графических элементов: векторных и растровых).</i>	4	2	2
5	<i>Универсальный дизайн, особенности проектирования «безбарьерной среды». Нормы и правила. Интуитивная навигация. (Практическая часть РГР (клаузура): эскизный проект интерьера/здания/прилегающей территории, в соответствии с требованиями универсального дизайна: доработка объёмно-планировочного и</i>	4	2	2

	колористического решений).			
6	Входная группа, как презентация организации в фирменном стиле. Правила оформления вывесок и витрин. (Практическая часть РГР (клаузура): эскизный проект входной группы).	4	2	2
7	Разработка выставочных павильонов в фирменном стиле, интерактивное и мультимедийное оснащение проектных решений. (Практическая часть РГР (клаузура): эскизная разработка концепции архитектурного решения выставочного павильона).	4	2	2
8	Особенности подачи проектного предложения для корпоративного клиента (арх. графика, интерактивные решения, игра, презентации и тд.) (Практическая работа РГР (клаузура): эскизная разработка вариантов презентации проектов, в соответствии с психологией бренда и фирменным стилем).	4	2	2
9-11	Подготовка РГР к зачёту. Индивидуальные консультации.	18	6	12
12	Зачёт. Защита работ РГР (клаузур). Устный ответ. Выставка проектов.	4	2	2
13	ИТОГО:	54	24	30

Перечень контрольных вопросов и заданий

- Влияние на архитектурный образ фирменного стиля и философии бренда.
- Особенности восприятия колористических и пластических решений различными целевыми аудиториями.
- Фирменный стиль в объёмно-планировочных решениях.
- Фирменный стиль в колористических решениях архитектуры и её среды.
- Фирменный стиль в подборе материалов и техническом оснащении архитектурной среды.
- Применение Бренд-бука в работе архитектора.
- Нормы и правила «универсального дизайна» и «безбарьерной среды».
- Нормативные акты размещения информационных конструкций в Москве.

Перечень практических работ

Расчётно-графические работы – РГР (приравнивается к клаузуре или короткому проекту) 8 шт.:

- разработка концептуальных решений для последующей проработки логотипа/интерьера/здания, в соответствии с психологией выбранного бренда и под три различные целевые аудитории;
- эскизная разработка пластических и колористических решений логотипа/интерьера/здания, в соответствии с психологией выбранного бренда и под три различные целевые аудитории;
- разработка векторных и растровых элементов фирменного стиля для Бренд-бука выбранной компании;
- эскизная доработка интерьера/здания, с использованием графических элементов: векторных и растровых;

- эскизная разработка интерьера/здания и/или доработка объёмно-планировочного решения, и прилегающей территории, в соответствии с требованиями «универсального дизайна»;

- эскизный проект входной группы в фирменном стиле, с учётом требований «безбарьерной среды»;

- эскизная разработка концепции архитектурного решения выставочного павильона, в соответствии с фирменным стилем и «интуитивной» навигацией;

- эскизная разработка вариантов презентации проектов, в соответствии с психологией бренда и фирменным стилем.

4. Материально-технические условия реализации программы

Аудиовизуальные средства для лекций и практических занятий, библиотека МАРХИ, демонстрационные материалы из методического фонда ВШСД, г. Москва, ул. Рождественка, д. 11/4, корп. 1, стр. 4. Учебные аудитории МАРХИ

5. Учебно-методическое обеспечение программы

- Лекционный материал для 8 занятий состоящий из плана, тезисов и тематических иллюстраций в формате pdf;

- Аудиовизуальные средства для лекций и практических занятий, библиотека МАРХИ, демонстрационные материалы из методического фонда ВШСД, г. Москва, ул. Рождественка, д. 11/4, корп. 1, стр. 4. Учебные аудитории МАРХИ

Литература:

- СНИП 3501-2001 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения» и его актуализированная редакция СП 59.13330.2016. Интернет-ресурс: <http://docs.cntd.ru/document/456033921>

- Положение № 902-ПП «О размещении информационных конструкций в городе Москве» от 25 декабря 2013 г. Интернет-ресурс: <https://stroi.mos.ru/document/662>

- Новые правила размещения информационных вывесок на улицах Москвы. 4-ый этап: Приказ МКА от 31.05.2017 № 2206. Интернет-ресурс: <https://stroi.mos.ru/novye-pravila-razmesheniya-vyvesok-na-ulicah-moskvy?from=cl>

- О порядке размещения информационных конструкций (вывесок). Интернет-ресурс: <https://www.mos.ru/mka/function/poriadok-razmesheniia-informatcionnykh-konstrukcii-vyvesok/o-poriadke-razmesheniia-informatcionnykh-konstrukcii-vyvesok/>

- Венгерова М.Э. Символика цвета и геометрических форм в архитектурном дизайне. Учебное пособие. М.: МАРХИ, - 2017.

- Безбарьерное строительство для будущего. Под ред. Ульрике Рау. Fgb freiburger graphische betriebe GmbH & Co.KG

- Brandbook, его определение, состав, создание. Интернет-ресурс: http://studbooks.net/1471073/marketing/brandbook_opredelenie_sostav_sozdanie

- Венгерова М.Э. «Мир видимый» и «мир невидимый» в дизайне общественных пространств» Интернет-ресурс: <http://creative-club.pro/news/111/>

- Типографика как она есть. Роль и место в графическом дизайне. Интернет-ресурс: http://studbooks.net/822798/marketing/tipografika_rol_mesto_graficheskomo_dizayne

- Ключевой визуал. Интернет-ресурс: <https://cnc.by/uslugi/print/kluchevoy-vizual/>

- Венгерова М.Э. Пример преподавания символики цвета, света и геометрических форм в дизайне архитектурной среды / Современные технологии и методики в архитектурно-художественном образовании: материалы Международной научно-методической конференции / науч. ред. Н.В. Багрова; Новосибирск, 21 – 22 сентября 2016 г., Новосибирск: Новосиб. гос. ун-т архитектуры, дизайна и искусств, 2016. С. 39 – 40. Интернет-ресурс: <https://yadi.sk/i/p8R7Fd9J3R9R4y>

- С.В. Чистый, Т.В. Зальцман. Как сделать храм доступным для всех: технические нормы и архитектурные решения. – М.: Лепта Книга, 2015. – 112 с. Интернет-ресурс: http://www.diaconia.ru/files/56668a/e5416d/a1bd13/8b456e/dostupn_hram.pdf

- Ким А.А., Смольянинова Т.А. Нормативные документы и базы преобразования городской среды в безбарьерное пространство, на примере норм России (СССР), Европы и Америки// Новые идеи нового века: материалы международной научной конференции ФАД ТОГУ.- Хабаровск: ТОГУ, 2015. Интернет-ресурс: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23339158>

- Михайлов С.М., Кулеева Л.М. Основы дизайна: Учебник для специальности 2902.00 «Дизайн архитектурной среды», 1999. Интернет-ресурс: https://provse.news/arhitektura-dizajn_802/firmennyye-stili-arhitecture-47674.html

- Кандинский В. О духовном в искусстве. Л., 1990.

- Кандинский В. Точка и линия на плоскости, пер. С нем. Е.Кзиной. Спб., 2005.

- Баланс оригинальности проекта и его соответствия фирменному стилю компании.

Интернет-ресурс:

http://studbooks.net/865588/marketing/balans_originalnosti_proekta_sootvetstviya_firmennomu_stilyu_kompanii

- Понятие и особенности корпоративных клиентов. Интернет-ресурс:

http://studbooks.net/785483/marketing/ponyatie_osobennosti_korporativnyh_klientov

- Шпикерман Э. О шрифте. Пер. С англ. Л.Лаврухиной [научн. Ред. Е. Григорьева, А. Блюхер]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 208 с.

6. Оценка качества освоения программ

Оценка качества освоения программы осуществляется преподавателем по результатам успешно выполненных расчётно-графических работ

7. Составители программы:

Венгерова М.Э., архитектор, главный специалист, преподаватель «Высшей школы средового дизайна» МАРХИ