

Программу составила:

*Архитектор, преподаватель «Высшая школа средового дизайна» МАРХИ,
Венгерова М.Э.*

Рецензенты:

Проф. МАРХИ «Высшая школа средового дизайна», кандидат архитектуры Уткин М.Ф.

Проф. Российской академии образования, проф. ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева», доктор педагогических наук Хворостов Д.А.

Рабочая программа дисциплины

Фирменный стиль в архитектуре

Рабочая программа дисциплины разработана для профобучения и ДПО

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 07.04.01. АРХИТЕКТУРА
Утвержден Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации
от 23 сентября 2015 г. N 1050

утверждена учёным советом вуза от __. __. 2018 г. протокол № ____/18.

Рабочая программа одобрена на заседании структурного подразделения
«Высшая школа средового дизайна»

Протокол от 18 января 2018 г. № 1/18
Срок действия программы: по 2018-2019 уч.г.
Директор ВШСД проф. М.Ф. Уткин

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Утверждаю: Ректор МАРХИ
_____ 2019 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2019-2020 учебном году на заседании структурного подразделения
«Высшая школа средового дизайна»

Протокол от _____ 2019 г. № ____
Директор ВШСД

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Утверждаю: Ректор МАРХИ
_____ 2020 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании структурного подразделения
«Высшая школа средового дизайна»

Протокол от _____ 2020 г. № ____
Директор ВШСД

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Утверждаю: Ректор МАРХИ
_____ 2021 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании структурного подразделения
«Высшая школа средового дизайна»

Протокол от _____ 2021 г. № ____
Директор ВШСД

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Утверждаю: Ректор МАРХИ
_____ 2022 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании структурного подразделения
«Высшая школа средового дизайна»

Протокол от _____ 2022 г. № ____
Директор ВШСД

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 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. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ДОП:	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Для успешного освоения дисциплины учащийся должен иметь базовую подготовку уровня бакалавра или магистра
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	ВКР

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Курс является краткосрочным повышением квалификации, коды компетенций не указываются.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

	<p>3.1 Знать:</p> <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.
	<p>3.2 Уметь:</p> <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;
	<p>3.3 Владеть:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) методами анализа и обобщения: <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; 2) умением выдавать векторные и растровые файлы на производство, в соответствии с Техническими требованиями изготовителей; 3) умением разработки комплексной презентации архитектурного проектного предложения, в соответствии с фирменным стилем заказчика.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов ауд./самост. работы	Компетенции	Литература	Интеракт.	Примечание
1	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).	1 сем	4/1		7, 8, 11, 24	П.6.1.3	
2	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).	1 сем	4/1		5, 7, 8, 15, 16	П.6.1.3	

3	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).	1 сем	4/1		6	П.6.1.3	
4	Типографика, Кей-Визуал и супер-графика в архитектурных решениях. (Практическая часть РГР (клаузура): эскизная доработка интерьера/здания, с использованием графических элементов: векторных и растровых).	1 сем	4/0,5		9, 10, 19, 27	П.6.1.3	
5	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 колористического решений).	1 сем	4/0,5		1, 5, 12, 13	П.6.1.3	
6	Входная группа, как презентация организации в фирменном стиле. Правила оформления вывесок и витрин. (Практическая часть РГР (клаузура): эскизный прсект входной группы).	1 сем	4/0,5		2, 3, 4, 5	П.6.1.3	
7	Разработка выставочных павильонов в фирменном стиле, интерактивное и мультимедийное оснащение проектных решений. (Практическая часть РГР (клаузура): эскизная разработка концепции архитектурного решения выставочного павильона).	1 сем	4/0,5		17	П.6.1.3	
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).	1 сем	4/1		18	П.6.1.3	
9, 10, 11	Подготовка РГР к зачёту. Индивидуальные консультации.	1 сем	4 x 3 занятия = 12				
12	Зачёт. Защита работ РГР (клаузур). Устный ответ. Выставка проектов.		4				

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

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

5.2. Контрольные вопросы и задания

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

- 1) разработка концептуальных решений для последующей проработки логотипа/интерьера/здания, в соответствии с психологией выбранного бренда и под три различные целевые аудитории;
- 2) эскизная разработка пластических и колористических решений логотипа/интерьера/здания, в соответствии с психологией выбранного бренда и под три различные целевые аудитории;
- 3) разработка векторных и растровых элементов фирменного стиля для Бренд-бука выбранной компании;
- 4) эскизная доработка интерьера/здания, с использованием графических элементов: векторных и растровых;
- 5) эскизная разработка интерьера/здания и/или доработка объёмно-планировочного решения, и прилегающей территории, в соответствии с требованиями «универсального дизайна»;
- 6) эскизный проект входной группы в фирменном стиле, с учётом требований «безбарьерной среды»;
- 7) эскизная разработка концепции архитектурного решения выставочного павильона, в соответствии с фирменным стилем и «интуитивной» навигацией;
- 8) эскизная разработка вариантов презентации проектов, в соответствии с психологией бренда и фирменным стилем.

5.3. Фонд оценочных средств

Рабочая программа дисциплины обеспечена Фондом оценочных средств (Приложение №1) для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Формы контроля:

- просмотр работ группы (графических, проектных и т.д.) ведущим дисциплину преподавателем.

Сроки проведения контрольной оценки:

- Зачёт без оценки в конце прохождения дисциплины (модуля) (зачтено/не зачтено)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
6.1. Рекомендуемая литература
6.1.1. Основная литература
<ol style="list-style-type: none"> 1. 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 2. Положение № 902-ПП «О размещении информационных конструкций в городе Москве» от 25 декабря 2013 г. Интернет-ресурс: https://stroj.mos.ru/document/662 3. Новые правила размещения информационных вывесок на улицах Москвы. 4-ый этап: Приказ МКА от 31.05.2017 № 2206. Интернет-ресурс: https://stroj.mos.ru/novye-pravila-razmescheniya-vyvesok-na-ulicah-moskvy?from=cl 4. О порядке размещения информационных конструкций (вывесок). Интернет-ресурс: https://www.mos.ru/mka/function/poriadok-razmeshcheniia-informatcionnykh-konstrukcii-vyvesok/o-poriadke-razmeshcheniia-informatcionnykh-konstrukcii-vyvesok/ 5. Безбарьерное строительство для будущего. Под ред. Ульрике Пау. Fgb freiburger graphische betriebe GmbH & Co.KG 6. Brandbook, его определение, состав, создание. Интернет-ресурс: http://studbooks.net/1471073/marketing/brandbook_opredelenie_sostav_sozdanie 7. Венгерова М.Э. Символика цвета и геометрических форм в архитектурном дизайне. Учебное пособие. М.: МАРХИ, - 2017. 8. Венгерова М.Э. «Мир видимый» и «мир невидимый» в дизайне общественных пространств» Интернет-ресурс: http://creative-club.pro/news/111/ 9. Типографика как она есть. Роль и место в графическом дизайне. Интернет-ресурс: http://studbooks.net/822798/marketing/tipografika_rol_mesto_graficheskom_dizayne 10. Ключевой визуал. Интернет-ресурс: https://cnc.by/uslugi/print/klyuchevoy-vizual/
6.1.2. Дополнительная литература
<ol style="list-style-type: none"> 11. 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 12. 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 13. 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 14. Михайлов С.М., Кулеева Л.М. Основы дизайна: Учебник для специальности 2902.00 «Дизайн архитектурной среды», 1999. Интернет-ресурс: https://provse.news/arhitektura-dizayn_802/firmennyie-stili-arhitecture-47674.html 15. Кандинский В. О духовном в искусстве. Л., 1990. 16. Кандинский В. Точка и линия на плоскости, пер. С нем. Е.Кзиной. Спб., 2005. 17. Баланс оригинальности проекта и его соответствия фирменному стилю компании. Интернет-ресурс: http://studbooks.net/865588/marketing/balans_originalnosti_proekta_sootvetstviva_firmennomu_stilvu_kompanii 18. Понятие и особенности корпоративных клиентов. Интернет-ресурс: http://studbooks.net/785483/marketing/ponyatie_osobennosti_korporativnyh_klientov 19. Шпикерман Э. О шрифте. Пер. С англ. Л.Лаврухиной [научн. Ред. Е. Григорьева, А. Блюхер]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 208 с.

6.1.3. Методические разработки

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

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

20. Комплекс градостроительной политики и строительства города Москвы: stroi.mos.ru
21. Фирменный стиль как необходимость в рекламной коммуникации. https://studopedia.ru/3_70514_ponyatie-sistemnov-reklamnov-kommunikatsii-firmenniv-stil-kak-neobhodimost-v-reklamnoy-kommunikatsii.html
22. Анализ фирменного стиля в городской среде. https://knowledge.allbest.ru/construction/2c0b65635a3bd79b4c43a88421316c27_0.html
23. Л. Еременко, О. Дашкевич. Фирменный стиль в потребительском пространстве. Архитектура и строительство №3 (221) 2011г. <https://ais.bv/storv/12821>
24. Д. Пёрышков. Чем 'Доширак' отличается от 'Газпрома' // Дизайн-форум Prosmotr <https://www.youtube.com/watch?v=F79uBD611a8&feature=youtu.be>
25. С. Артемьев. Дизайн интерьера офиса и фирменный стиль. <http://www.de-viz.ru/dizayn-interera-i-firmennv-stil-ofisa>
26. Прокурова Н.И., Козинцева М.Ю., редактор: Моисеева Л.В. Фирменный стиль (Руководство) . https://abc.vvsu.ru/books/r_frimstvl/page0001.asp
27. М. Шишкин Типографика бренда // Дизайн-форум Prosmotr <https://www.youtube.com/watch?v=hlC6dWuAiLY&feature=youtu.be>

6.3. Перечень информационных технологий

6.3.1 Перечень программного обеспечения

Archicad
Adobe Illustrator CC 2015.5
Adobe Photoshop CC 2015.3
Adobe InDesign CC 2015
Adobe Acrobat

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

Электронно-библиотечная система «КнигаФонд».
Учебная и научная литература.
<http://www.knigafund.ru/>
Научная электронная библиотека elibrary.ru
<https://elibrary.ru/>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В ходе лекционных занятий слушателю рекомендуется конспектировать основное содержание прослушанного материала, как необходимое для последующего выполнения клаузур (РГР). Лекции предусматривают показ электронных визуальных материалов и демонстрацию наглядных пособий из методического фонда структурного подразделения МАРХИ «Высшая школа среднего дизайна».

Выполнение клаузур предполагает выполнение эскизов и разработку эскизного проектного решения в рамках практической и самостоятельной работы. Проектирование осуществляется с использованием ручной и/или компьютерной графики, итоговая подача выполняется средствами сочетания ручной и/или компьютерной графики. Итоговый просмотр работ предусматривает представление клазур в распечатанном и электронном виде. Формат клазур определяется в соответствии с конкретной проектной тематикой.

В процессе освоения дисциплины, в рамках самостоятельной работы студент: работает с литературой в библиотеке МАРХИ; использует ресурсы информационно-коммуникационной сети «Интернет»; выполняет эскизы проекта; работает над итоговой подачей клазур, собранных в единый альбом.