

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 академических часа (1 месяц, 3 раза в неделю)

Форма обучения — очная.

Таблица 1

№ п/п	Наименование разделов	Всего, час	В том числе		
			лекции	практич. и лаборат. занятия	Самостоят. работа
1	<i>Фирменный стиль в объёмно-планировочных решениях общественных зданий.</i>	6	2	2	2
2	<i>Психологическое воздействие цвета и геометрических форм на зрителя.</i>	6	2	2	2
3	<i>Понятие и составные части Бренд-бука. Векторные и растровые.</i>	7	2	2	3
4	<i>Типографика, Кей-Визуал и супер-графика в архитектурных решениях.</i>	6	2	2	2
5	<i>Универсальный дизайн, особенности проектирования «безбарьерной среды»</i>	6	2	2	2
6	<i>Входная группа, как презентация организации в фирменном стиле.</i>	6	2	2	2
7	<i>Разработка выставочных навильонов в фирменном стиле.</i>	6	2	2	2
8	<i>Особенности подачи проектного предложения для корпоративного клиента</i>	7	2	2	3
9	<i>Зачёт. Защита работ РГР (клаузура). Устный ответ. Выставка проектов.</i>	4			
	ИТОГО	54	16	16	18

Учебно-тематический план
программы повышения квалификации
«Фирменный стиль в архитектуре»

Таблица 2

№ п/п	Наименование разделов	Всего, час	В том числе		
			лекции	практич. и лаборат. занятия	Самосто-ят. работа
1	Фирменный стиль в объёмно-планировочных решениях общественных зданий.	6	2	2	2
1.1	Философия бренда.	1	1		
1.2	Понятие целевой аудитории и психологии бренда.	1	1		
1.3	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.	4	-	2	2
2	Психологическое воздействие цвета и геометрических форм на зрителя.	6	2	2	2
2.1	Символика цвета и геометрических форм	1	1		
2.2	Разбор пластических и колористических решений в архитектуре.	1	1		
2.3	Эскизная проработка пластических и колористических решений логотипа/интерьера/здания, в соответствии с психологией выбранного бренда и под три различные целевые аудитории, РГР.	4	-	2	2
3	Понятие и составные части Бренд-бука.	7	2	2	3
3.1	Векторные и растровые файлы в создании фирменного стиля интерьерных и фасадных решений.	1	1		
3.2	Технические требования для передачи в производство. Цветовые модели.	1	1		
3.3	Практическая часть РГР (клаузура): разработка векторных и растровых элементов фирменного стиля для Бренд-бука выбранной компании.	5	-	2	3
4	Типографика, Кей-Визуал и	6	2	2	2

	супер-графика в архитектурных решениях.				
4.1	Типографика. Выбор шрифтов для фирменного стиля и их использование в архитектуре.	1	1		
4.2	Создание Кей-Визуала и супер-графики и их применение в архитектурных решениях.	1	1		
4.3	Практическая часть РГР (клаузура): эскизная доработка интерьера/здания, с использованием графических элементов: векторных и растровых	4	-	2	2
5	Универсальный дизайн, особенности проектирования «безбарьерной среды».	6	2	2	2
5.1	Универсальный дизайн. Нормы и правила	1	1		
5.2	Интуитивная навигация. Визуальны коммуникации.	1	1		
5.3	Практическая часть РГР (клаузура): эскизный проект интерьера/здания/прилегающей территории, в соответствии с требованиями универсального дизайна: доработка объёмно-планировочного и колористического решений.	4	-	2	2
6	Входная группа, как презентация организации в фирменном стиле.	6	2	2	2
6.1	Особенности проектирования входной группы в фирменном стиле.	1	1		
6.2	Правила оформления вывесок и витрин.	1	1		
6.3	Практическая часть РГР (клаузура): эскизный проект входной группы.	4	-	2	2
7	Разработка выставочных павильонов в фирменном стиле.	6	2	2	2
7.1	Особенности проектирования павильонов в фирменном стиле	1	1		
7.2	Интерактивное и мультиме-	1	1		

	<i>дейное оснащение проектных решений.</i>				
7.3	<i>Практическая часть РГР (клаузура): эскизная разработка концепции архитектурного решения выставочного павильона</i>	4	-	2	2
8	Особенности подачи проектного предложения для корпоративного клиента	7	2	2	3
8.1	<i>Фирменный стиль в подаче проектов корпоративному клиенту</i>	1	1		
8.2	<i>Элементы презентации проектов, в т.ч. архитектурная графика, интерактивные и игровые решения и т.д.</i>	1	1		
8.3	<i>Практическая работа РГР (клаузура): эскизная разработка вариантов презентации проектов, в соответствии с психологией бренда и фирменным стилем.</i>	5	-	2	3
9	Зачёт. Защита работ РГР (клаузура). Устный ответ. Выставка проектов.	4			
	ИТОГО	54	16	16	18