

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Новосибирская государственная архитектурно-художественная академия
Факультет дополнительного профессионального образования

Утверждаю

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 62

от 23.12.2013

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

профессиональной переподготовки



[Signature] Пустоветов Г.И.
23 декабря 2013г

072500.62

Направление 072500.62 "Дизайн"

Специализация "Графический Дизайн Рекламы"

Форма обучения: очная

Кафедра: Дизайна

Факультет: ДПО

Квалификация	Срок обучения
Профессиональная переподготовка	1г 6м

Год начала подготовки 2013

Образовательный стандарт 072500.62 Дизайн
22.12.2009

Согласовано

Первый проректор

Начальник УО

Декан ФДПО

[Signature] / Баарова Н.В./
[Signature] / Кузнецова Н.С./
[Signature] / Молодин А.В./

№	Индекс	Содержание
1	ОК-1	владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
	Б3.Б.2 Б3.Б.12 Б3.Б.13	Дизайн и рекламные технологии История графического дизайна Основы маркетинга
2	ОК-2	умеет логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь
	Б3.Б.1 Б3.Б.4 Б3.Б.20	Понятие рекламного продукта История стилей Этапы дизайн-макетирования
3	ОК-3	готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе
	Б3.Б.3	Психология творчества
4	ОК-4	способен находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность
	Б3.Б.3 Б3.Б.8	Психология творчества Психология работы с заказчиком
5	ОК-5	умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
	Б3.Б.13 Б3.Б.19	Основы маркетинга Техническое задание на дизайн-проект рекламного продукта
6	ОК-6	стремится к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
	Б3.Б.17	Цветокоррекция
7	ОК-7	умеет критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства самосовершенствования
8	ОК-8	осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
	Б3.Б.13	Основы маркетинга
9	ОК-9	использует основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач; способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы
	Б3.Б.22	Экономическое обоснование сметы на разработку рекламного проекта
10	ОК-10	готов к уважительному и бережному отношению к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия
	Б3.Б.4 Б3.Б.12	История стилей История графического дизайна
11	ОК-11	владеет одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного
12	ОК-12	осознает значение гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; готов принять нравственные обязанности по отношению к окружающей природе, обществу, другим людям и самому себе
13	ОК-13	владеет основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
14	ОК-14	осознает сущность и значение информации в развитии современного общества; владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации
	Б3.Б.9 Б3.Б.14 Б3.Б.23	Основы компьютерной графики Макетирование и верстка публикаций (InDesign) Анимационное моделирование
15	ОК-15	ориентирован на применение методов и средств познания, обучение и самоконтроль для интеллектуального развития, повышение культурного уровня и профессиональной компетенции, сохранение своего здоровья, нравственное и физическое самосовершенствование
16	ПК-1	анализирует и определяет требования к дизайн-проекту; составляет подробную спецификацию требований к дизайн-проекту; способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта; научно обосновать свои предложения
	Б3.Б.1 Б3.Б.15 Б3.Б.19	Понятие рекламного продукта Фотографика Техническое задание на дизайн-проект рекламного продукта
17	ПК-2	владеет рисунком, умением использовать рисунки в практике составления композиции и переработкой их в направлении проектирования любого объекта; владеет принципами выбора техники исполнения конкретного рисунка; навыками линейно-конструктивного построения и основами академической живописи; элементарными профессиональными навыками скульптора; современной шрифтовой культурой; приемами работы в макетировании и моделировании; приемами работы с цветом и цветовыми композициями; методами и технологией классических техник станковой графики (гравюра, офорт, монополия); основными правилами и принципами набора и верстки
	Б3.Б.2 Б3.Б.9 Б3.Б.10 Б3.Б.11 Б3.Б.14 Б3.Б.15 Б3.Б.17 Б3.Б.18 Б3.Б.20 Б3.Б.21 Б3.Б.23 Б3.Б.24 Б3.Б.25	Дизайн и рекламные технологии Основы компьютерной графики Фирменный стиль Разработка элементов фирменного стиля (Проект 1) Макетирование и верстка публикаций (InDesign) Фотографика Цветокоррекция Дизайн-проект рекламного продукта (Проект 2) Этапы дизайн-макетирования Разработка бренда Анимационное моделирование Дизайн-проект рекламного продукта (Проект 3) Дипломное проектирование (Проект 4)

18	ПК-3	разрабатывает проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; возможные приемы гармонизации форм, структур, комплексов и систем; комплекс функциональных, композиционных решений
	Б3.Б.5 Б3.Б.6 Б3.Б.10 Б3.Б.11 Б3.Б.15 Б3.Б.16 Б3.Б.18 Б3.Б.21 Б3.Б.24 Б3.Б.25	Основы графики Основы композиции (пропедевтика) Фирменный стиль Разработка элементов фирменного стиля (Проект 1) Фотография Оригинал-макет рекламного продукта Дизайн-проект рекламного продукта (Проект 2) Разработка бренда Дизайн-проект рекламного продукта (Проект 3) Дипломное проектирование (Проект 4)
19	ПК-4	способен к конструированию предметов, товаров, промышленных образцов, коллекций, комплексов, сооружений, объектов, способен подготовить полный набор документации по дизайн-проекту для его реализации, осуществлять основные экономические расчеты проекта
	Б3.Б.7 Б3.Б.9 Б3.Б.10 Б3.Б.11 Б3.Б.14 Б3.Б.16 Б3.Б.18 Б3.Б.22 Б3.Б.23 Б3.Б.24 Б3.Б.25	Элементы графического стиля (шрифт и цвет) Основы компьютерной графики Фирменный стиль Разработка элементов фирменного стиля (Проект 1) Макетирование и верстка публикаций (InDesign) Оригинал-макет рекламного продукта Дизайн-проект рекламного продукта (Проект 2) Экономическое обоснование сметы на разработку рекламного проекта Анимационное моделирование Дизайн-проект рекламного продукта (Проект 3) Дипломное проектирование (Проект 4)
20	ПК-5	разбирается в функциях и задачах учреждений и организаций, фирмах, структурных подразделениях, занимающихся вопросами дизайна; готов пользоваться нормативными документами на практике
	Б3.Б.13 Б3.Б.19	Основы маркетинга Техническое задание на дизайн-проект рекламного продукта
21	ПК-6	ориентирован на преподавательскую работу в общеобразовательных учреждениях, образовательных учреждениях среднего профессионального образования и дополнительного образования, способен планировать учебный процесс, выполнять методическую работу, самостоятельно читать лекции или проводить практические занятия
*		

		Итого								Курс 1			Курс 2				
		Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	ЗЕТ					Всего	Сем 1	Сем 2	Всего	Сем 3	Сем 4		
					Мин.	Макс.	Итого	Факт	Переат.								
	Итого				11	38	35	35		20	11	9	15	13	2		
	Итого по ООП (без факультативов)				11	38	35	35		20	11	9	15	13	2		
	Итого по циклам Б1, Б2, Б3	100%	0%	0%	10	30	29	29		20	11	9	9	7	2		
Б3	Профессиональный цикл	100%	0%	0%	10	30	29	29		20	11	9	9	7	2		
Б3.Б	Базовая часть				10	30	29	29		20	11	9	9	7	2		
Б6	Итоговая государственная аттестация				1	8	6	6					6	6			
ФТД	Факультативы																
	Доля ... занятий от аудиторных	лекционных					81%										
		в интерактивной форме					0%										
	Учебная нагрузка (час/нед)	ООП, факультативы (в период ТО)					21,6					-	12,1		-	16	
		ООП, факультативы (в период экз. сессий)					8,7					-	5,5		-	6	
		Аудиторная (ООП - физ.к.)(чистое ТО)					11					-	5,1		-	8,3	
		Ауд. (ООП - физ.к.) с расср. практ. и НИР					11					-	5,1		-	8,3	
		Аудиторная (физ.к.)										-			-		
	Обязательные формы контроля Факт / Переаттестовано	ЭКЗАМЕНЫ (Экз)										2	2				
		ЗАЧЕТЫ (За)										6	5	1	2	2	
		ЗАЧЕТЫ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)										8	3	5	3	3	
		КУРСОВЫЕ ПРОЕКТЫ (КП)										2	1	1	2	1	1
		КУРСОВЫЕ РАБОТЫ (КР)															
		КОНТРОЛЬНЫЕ (К)															
		ОЦЕНКИ (Оц)															
		РЕФЕРАТЫ (Реф)															
		ЭССЕ (Эс)															
	РГР (РГР)																

1 Курс

№	Индекс	Наименование	Семестр 1											Семестр 2											Итого за курс											Каф.	Семестры
			Контроль	Часов								ЗЕТ	Неделя	Контроль	Часов								ЗЕТ	Неделя	Всего	Неделя											
				Всего	Ауд					СР	Экз				Всего	Ауд					СР	Экз															
Всего	Лек	Лаб	Пр	КСР	СР	Экз	ЗЕТ	Неделя	Всего	Лек	Лаб	Пр	КСР	СР	Экз	ЗЕТ	Неделя	Всего	Лек	Лаб	Пр	КСР	СР	Экз	ЗЕТ	Неделя											
ИТОГО				396								11	35		324								9		720								20	35			
ИТОГО по ООП (без факультативов)				396								11			324								9		720								20				
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (ЧАС/НЕД)				12																																	
Аудиторная (ООП без физ. культуры)				5																																	
Аудиторная (физ. культура)																																					
ДИСЦИПЛИНЫ				Δ 1494								Δ 194	ТО: 31		Δ -324								Δ -14	ТО: 31		Δ 1170								Δ 180			
(Пределное)				1 890								216	ТО*: 31											ТО*: 31		1 890								216			
(План)				396	156	132		24		218	22	11		324	176	152		24		134	14	9		720	332	284		48		352	36	20					
1	Б3.Б.1	Понятие рекламного продукта	За	36	8	8			26	2	1												36	8	8			26	2	1		6	1				
2	Б3.Б.2	Дизайн и рекламные технологии	За	36	12	12			22	2	1												36	12	12			22	2	1		6	1				
3	Б3.Б.3	Психология творчества	За	36	8	8			26	2	1												36	8	8			26	2	1		13	1				
4	Б3.Б.4	История стилей	Экз	36	12	12			22	2	1												36	12	12			22	2	1		7	1				
5	Б3.Б.5	Основы графики	За	36	8	8			26	2	1												36	8	8			26	2	1		7	1				
6	Б3.Б.6	Основы композиции (пропедевтика)	ЗаО	36	12	12			22	2	1												36	12	12			22	2	1		10	1				
7	Б3.Б.7	Элементы графического стиля (шрифт и цвет)	ЗаО	36	16	16			18	2	1												36	16	16			18	2	1		6	1				
8	Б3.Б.8	Психология работы с заказчиком	За	36	8	8			26	2	1												36	8	8			26	2	1		13	1				
9	Б3.Б.9	Основы компьютерной графики	ЗаО	36	32	32			2	2	1												36	32	32			2	2	1		12	1				
10	Б3.Б.10	Фирменный стиль	Экз	36	16	16			18	2	1												36	16	16			18	2	1		6	1				
11	Б3.Б.11	Разработка элементов фирменного стиля (Проект 1)	КП	36	24			24	10	2	1												36	24			24	10	2	1		6	1				
12	Б3.Б.12	История графического дизайна																					36	12	12			22	2	1		7	2				
13	Б3.Б.13	Основы маркетинга																					36	8	8			26	2	1		13	2				
14	Б3.Б.14	Макетирование и верстка публикаций (InDesign)																					72	48	48			22	2	2		12	2				
15	Б3.Б.15	Фотография																					36	24	24			10	2	1		6	2				
16	Б3.Б.16	Оригинал-макет рекламного продукта																					36	16	16			18	2	1		6	2				
17	Б3.Б.17	Цветокоррекция																					72	44	44			26	2	2		6	2				
18	Б3.Б.18	Дизайн-проект рекламного продукта (Проект 2)																					36	24			24	10	2	1		6	2				
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ КОНТРОЛЯ				Экз(2) За(5) ЗаО(3) КП									За ЗаО(5) КП									Экз(2) За(6) ЗаО(8) КП(2)															
КАНИКУЛЫ												14																		14							

2 Курс

№	Индекс	Наименование	Семестр 3										Семестр 4										Итого за курс										Каф.	Семестры		
			Контроль	Часов							ЗЕТ	Неделя	Контроль	Часов							ЗЕТ	Неделя	Часов							ЗЕТ	Неделя					
				Всего	Ауд					СР				Экз	Всего	Ауд							СР	Экз	Всего	Ауд						СР			Экз	
Всего	Всего	Лек	Лаб	Пр	КСР	СР	Экз	ЗЕТ	Неделя	Всего	Всего	Лек	Лаб	Пр	КСР	СР	Экз	ЗЕТ	Неделя	Всего	Всего	Лек	Лаб	Пр	КСР	СР	Экз	ЗЕТ	Неделя	Каф.	Семестры					
ИТОГО				468								13	21		72								2		540								15	21		
ИТОГО по ООП (без факультативов)				468								13	21		72								2		540								15	21		
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (ЧАС/НЕД)				16																																
Общая				8																																
Аудиторная (ООП без физ. культуры)																																				
Аудиторная (физ. культура)																																				
ДИСЦИПЛИНЫ				Δ 666								Δ 96	ТО: 15		Δ -72								Δ -4	ТО: 15	Δ 594								Δ 92			
(Предельное)				918								108	ТО*: 15											Э: 2	918								108			
(План)				252	124	124				116	12	7		72	48			48	20	4	2	324	172	124			48	136	16	9						
1	Б3.Б.19	Техническое задание на дизайн-проект рекламного продукта	За	36	12	12				22	2	1									36	12	12				22	2	1		6	3				
2	Б3.Б.20	Этапы дизайн-макетирования	За	36	8	8				26	2	1									36	8	8				26	2	1		6	3				
3	Б3.Б.21	Разработка бренда	ЗаО	36	16	16				18	2	1									36	16	16				18	2	1		6	3				
4	Б3.Б.22	Экономическое обоснование сметы на разработку рекламного проекта	ЗаО	36	8	8				26	2	1									36	8	8				26	2	1		6	3				
5	Б3.Б.23	Анимационное моделирование	ЗаО	72	48	48				22	2	2									72	48	48				22	2	2		12	3				
6	Б3.Б.24	Дизайн-проект рекламного продукта (Проект 3)	КП	36	32	32				2	2	1									36	32	32				2	2	1		6	3				
7	Б3.Б.25	Дипломное проектирование (Проект 4)												КП	72	48			48	20	4	2				48	20	4	2		6	4				
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			За(2) ЗаО(3) КП										КП										За(2) ЗаО(3) КП(2)													
КАНИКУЛЫ													2																							

Код	Наименование кафедры
1	Архитектуры гражданских зданий
2	Архитектуры промышленных зданий и сельскохозяйственных сооружений
3	Градостроительства и ландшафтной архитектуры
4	Реконструкции и реставрации архитектурного наследия
5	Дизайна архитектурой среды
6	Дизайна
7	Основы архитектурного проектирования, история архитектуры и градостроительства
8	Монументально-декоративного искусства
9	Рисунка, живописи и скульптуры
10	Архитектурной теории и композиции
11	Строительного производства
12	Компьютерных технологий проектирования
13	Гуманитарных и социально-экономических дисциплин
14	Общетехнических дисциплин
15	Иностранных языков
16	Физической культуры
19	Компьютерных технологий и общетехнических дисциплин
20	Архитектура