

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПЕТРА ВЕЛИКОГО»
(ФГАОУ ВО «СПбПУ»)

Институт дополнительного образования

Высшая инженерная школа

**Требования
к выпускной квалификационной
работе программы
профессиональной переподготовки
«Дизайн полиграфической
продукции»**

Санкт-Петербург 2021

Требования к выпускной квалификационной работе программы профессиональной переподготовки «Дизайн полиграфической продукции»

Результат выпускной работы (по выбору студента):

- дизайн и вёрстка периодического издания,
- разработка фирменного стиля компании,
- разработка дизайн-решения для рекламной кампании.

Дизайн и вёрстка периодического издания

Реализованный многостраничный структурированный полиграфический продукт (журнал, каталог) объемом 40-60 полос, произвольной тематики (выбирается слушателем), имеющий практическую значимость и включающий в себя:

1. Анализ конкурентов, обзор аналогов; выявление тенденций и удачных вариантов реализации задачи; определение целевой аудитории;
2. Разработку структуры проекта; определение тематических блоков, рубрикатора, ритмосхемы, стилистического решения;
3. Определение формата, создание шрифтового логотипа и обложки, построение модульной сетки и разработку шаблонов страниц;
4. Создание стилей для всех элементов публикации;
5. Подбор статейного и иллюстративного материала;
6. Верстку подобранного материала с использованием разработанных шаблонов и стилей в соответствии с правилами полиграфической верстки;
7. Подготовку материала (макета и иллюстраций) к печати;
8. Вывод одного пилотного экземпляра продукта;
9. Оформление выпускной квалификационной работы в соответствии с методическими указаниями, размещенными на сайте ВИШ <http://www.avalon.ru/ProfRetraining/EndingExam/>

На защиту выносятся:

Обоснование дизайн-решения.

Готовый продукт.

Дизайн-решение заключается в выборе определенных средств и методов создания образа.

Дипломник должен охарактеризовать свое решение и обосновать его.

Выбор заказчика, не являющегося специалистом в данной области, не может считаться обоснованием, в этом случае следует предъявить все варианты и дать собственную оценку.

В работе должна присутствовать обязательная глава о дизайн-решении, стилистическом решении исполнения проекта, разработке и выборе концепта продукта, характеристике образа. Необходимо привести примеры (эскизы) работы, привести несколько вариантов исследований в данной сфере. В этой главе полностью описывается та работа, которую дипломник выполнил как дизайнер. Данная глава должна быть обязательной для всех проектов, где защищается конечный продукт.

Фирменный стиль компании

Результат – разработанный фирменный стиль, включающий в себя:

1. Анализ конкурентов, обзор аналогов; выявление тенденций и удачных вариантов реализации задачи; определение целевой аудитории;

2. Разработку логотипа – минимум пять различных вариантов, как итоговый выбор с объяснением образа (фото- визуальные ассоциации);
3. Развитие в материале фирменного стиля - минимум **три** вариантов;
4. Выбор одного варианта – оформляется на отдельном планшете;
5. Реализация рекламных носителей – обоснование выбора – оформляется на отдельном планшете;
6. Руководство по применению фирменного стиля
7. Рекламный плакат с продвижением логотипа;
8. Оформление выпускной квалификационной работы в соответствии с методическими указаниями, размещенными на сайте ВИШ_ <http://www.avalon.ru/ProfRetraining/EndingExam/>

В работе и в речи дипломника должны обязательно прозвучать следующие моменты, связанные с дизайном:

1. назначение работы, целевая аудитория (дипломник должен хорошо представлять, для кого предназначена его продукция и как она будет использоваться);
 1. композиция (в том числе компоновка материалов, обоснование композиционных решений, сравнение с существующими решениями);
 2. цветовое решение (дипломник должен уметь обосновать свой выбор и выразить его в речи);
 3. стилевое решение, обоснование образа.

Все вышеперечисленные пункты должны быть преподнесены в сравнении с существующими аналогами.

Разработка дизайн-решения для рекламной кампании

Результат работы, включающий в себя:

1. Анализ конкурентов, обзор аналогов; выявление тенденций в рекламе и реализации задачи; определение целевой аудитории;
2. Разработку идеи кампании;
3. Выбор и обоснование рекламных каналов (флаеры, баннеры для интернета, наружная реклама, дисконтные карты, каталоги и пр)
4. Реализация рекламных носителей – обоснование выбора – оформляется на отдельном планшете;
5. Оформление выпускной квалификационной работы в соответствии с методическими указаниями, размещенными на сайте ВИШ_ <http://www.avalon.ru/ProfRetraining/EndingExam/>

На защиту выносятся:

Рекламная идея кампании

Выбор целевой аудитории

Выбор и обоснование рекламных каналов (флаеры, баннеры для интернета, наружная реклама дисконтные карты, каталоги и пр)

Технические параметры будущего изделия (формат)

Графическое решение

Требования, предъявляемые к подаче и защите:

1. подача осуществляется на 2-3 планшетах формата А1.
2. Обязателен раздаточный материал в количестве 4 экземпляров.

3. Речь 8 минут свободного изложения (дипломник обязан речь произносить, а не читать).

В речи обязательно осветить актуальность темы, обзор аналогов, обоснование выбора программного обеспечения, этапы разработки, достигнутый результат, а также обоснование выбора стилистического решения, образа.