

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**ПЕРЕПОДГОТОВКА РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И
СПЕЦИАЛИСТОВ, ИМЕЮЩИХ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ**

Специальность: 1-19 01 75 Дизайн рекламно-информационной
продукции

Квалификация: Дизайнер

**ПЕРАПАДРЫХТОЎКА КІРУЮЧЫХ РАБОТНІКАЎ І
СПЕЦЫЯЛІСТАЎ, ЯКІЯ МАЮЦЬ ВЫШЭЙШУЮ АДУКАЦЫЮ**

Спецыяльнасць: 1-19 01 75 Дызайн рэкламна-інфармацыйнай
прадукцыі

Кваліфікацыя: Дызайнер

**RETRAINING OF EXECUTIVES AND SPECIALISTS
HAVING HIGHER EDUCATION**

Speciality: 1-19 01 75 Design advertising and information products

Qualification: Designer

Издание официальное

Министерство образования Республики Беларусь

Минск

Ключевые слова: дизайн рекламно-информационной продукции, дизайнер, рекламные технологии, полиграфическая продукция, полиграфия, типография, компьютерная графика, верстка

Предисловие

1. РАЗРАБОТАН Учреждением образования «Белорусская государственная академия искусств» (Семенько В.Я., доц.; Анисько А.В.)

2. ВНЕСЕН отделом повышения квалификации и переподготовки кадров Министерства образования Республики Беларусь по представлению ГУО «Республиканский институт высшей школы»

3. УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 28.03.2017 г. № 28

4. ВЗАМЕН утвержденного постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 28.03.2013 г. № 13

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Переподготовка руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование
Специальность: 1-19 01 75 Дизайн рекламно-информационной продукции
Квалификация: Дизайнер

Перападрыхтоўка кіруючых работнікаў і спецыялістаў, якія маюць вышэйшую адукацыю
Спецыяльнасць: 1-19 01 75 Дызайн рэкламна-інфармацыйнай прадукцыі
Кваліфікацыя: Дызайнер

Retraining of executives and specialists having higher education:
Speciality: 1-19 01 75 Design advertising and information products
Qualification: Designer

Дата введения 2017-03-28

1 Область применения

Настоящий образовательный стандарт переподготовки руководящих работников и специалистов (далее – стандарт) распространяется на специальность 1-19 01 75 «Дизайн рекламно-информационной продукции» как вид профессиональной деятельности, требующий определенных знаний, навыков и компетенций, а также на квалификацию «Дизайнер» как подготовленность работника к данному виду профессиональной деятельности.

Объект стандартизации (специальность с квалификацией) входит в группу специальностей 19 01 «Дизайн», направление образования 19 «Дизайн» согласно Общегосударственному классификатору Республики Беларусь «Специальности и квалификации».

Настоящий стандарт устанавливает требования, необходимые для обеспечения качества образования, и определяет содержание образовательной программы переподготовки руководящих работников и специалистов по вышеупомянутой специальности с целью соответствия образования установленным требованиям.

Издание официальное

Настоящий стандарт может быть также использован нанимателями при решении вопросов трудоустройства специалистов, предъявляющих дипломы о переподготовке.

2 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы ссылки на следующий технический нормативный правовой акт (далее – ТНПА):

– ОКРБ 011-2009 Специальности и квалификации

Примечание – При пользовании настоящим стандартом целесообразно проверить действие ТНПА по состоянию на 1 января текущего года. Если ссылочный ТНПА заменен (изменен), то при пользовании настоящим стандартом следует руководствоваться замененным (измененным) ТНПА.

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применяют термины, установленные в Кодексе Республики Беларусь об образовании, а также следующие термины с соответствующими определениями:

3.1 дизайнер (в рамках данной специальности): Квалификация специалиста с высшим образованием, занимающегося проектированием и созданием визуальных образов, подлежащих воспроизведению средствами полиграфии.

3.2 дизайн полиграфической продукции: Разновидность графического дизайна, в задачи которого входит разработка материалов под печатную продукцию.

3.3 дизайн рекламно-информационной продукции: Деятельность специалиста, направленная на формирование знаково-информационных систем, подлежащих воспроизводству средствами полиграфии.

3.4 компьютерная графика: Способ получения различных изображений (рисунков, чертежей, мультипликации) при помощи компьютеров и специального программного обеспечения.

4 Требования к образовательному процессу

4.1 Требования к уровню основного образования лиц, поступающих для освоения содержания образовательной программы

Лица, поступающие для освоения содержания образовательной программы переподготовки, должны иметь высшее образование.

4.2 Требования к формам и срокам получения дополнительного образования взрослых по специальности переподготовки

Предусматриваются следующие формы получения образования по данной специальности: очная (вечерняя), заочная.

Устанавливаются следующие сроки получения образования по специальности переподготовки (далее – срок получения образования или продолжительность обучения) по каждой форме получения образования:

15 месяцев в очной (вечерней) форме получения образования;

23 месяца в заочной форме получения образования.

4.3 Требования к максимальному объему учебной нагрузки слушателей

Максимальный объем учебной нагрузки слушателей не должен превышать:

– 12-и учебных часов в день в заочной форме получения образования, если совмещаются в этот день аудиторские занятия и самостоятельная работа слушателей;

– 10-и учебных часов аудиторских занятий в день в заочной форме получения образования, без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

– 6-и учебных часов аудиторских занятий в день в очной (вечерней) форме получения образования, без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

– 6-и учебных часов самостоятельной работы слушателей в день в очной (вечерней) или заочной форме получения образования, без совмещения с аудиторскими занятиями в этот день.

4.4 Требования к организации образовательного процесса

Начало и окончание образовательного процесса по специальности переподготовки устанавливаются учреждением образования, реализующим соответствующую образовательную программу (далее – учреждение образования), по мере комплектования групп слушателей и определяются Графиком учебного процесса по специальности переподготовки для каждой группы слушателей.

Наполняемость учебных групп слушателей по специальности переподготовки, обучающихся за счет средств республиканского и (или) местных бюджетов, рекомендуется обеспечивать в количестве 25-30 человек. Наполняемость учебных групп слушателей по специальности переподготовки, обучающихся за счет средств юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, физических лиц или средств граждан, устанавливается учреждением образования.

5 Требования к результатам освоения содержания образовательной программы

5.1 Требования к квалификации

5.1.1 Виды профессиональной деятельности:

- проектно-художественная деятельность в рекламно-информационной сфере;
- исследовательско-аналитическая деятельность в рекламно-информационной сфере;
- организационно-производственная деятельность в рекламно-информационной сфере.

5.1.2 Объекты профессиональной деятельности:

- дизайн рекламно-информационной продукции;
- дизайн издательской и полиграфической продукции;
- фирменный стиль субъектов деятельности.

5.1.3 Функции профессиональной деятельности:

- осуществлять проектирование визуально-знаковых систем в сфере оформления рекламно-информационной продукции, предназначенной для тиражирования средствами полиграфии;
- осуществлять проектную разработку серийных графических систем в области промышленной графики (товарные знаки, упаковка);

- осуществлять проектирование рекламных графических элементов предметно-пространственной среды и изделий (крупномасштабные графические элементы городской среды, графика сувенирной продукции);
- осуществлять предпроектный и проектный анализ рекламно-информационной продукции, предназначенной для тиражирования средствами полиграфии;
- осуществлять функциональный и композиционный анализ стилеобразующих и формообразующих факторов серийных графических систем при проектировании объектов промышленной графики;
- осуществлять исследование социально-психологических, эргономических и визуально-знаковых факторов цветографического оформления предметно-пространственной среды и изделий (крупномасштабные графические элементы городской среды, графика сувенирной продукции);
- осуществлять контроль над проведением и реализацией проектных разработок рекламно-информационной продукции, предназначенной для тиражирования средствами полиграфии;
- осуществлять контроль над проведением и реализацией проектных разработок серийных графических систем в области промышленной графики (товарные знаки, упаковка);
- осуществлять экспертную оценку художественного уровня готовой продукции.

5.1.4 Задачи, решаемые при выполнении профессиональной деятельности:

- разработка фирменной графики кампании, предназначенной для размещения на различных носителях (фирменный знак, визитка, рекламный плакат);
- выполнение комплекса графических работ, предназначенных для художественного оформления рекламно-информационной продукции;
- разработка оригинал-макета рекламно-информационного издания и допечатная подготовка оригиналов к воспроизведению средствами полиграфии;
- формирование эскизных предложений по разработке серийных визуальных элементов, предназначенных для размещения на рекламных носителях (товарные знаки, фирменные знаки, символы, элементы фирменной графики);
- разработка конструкции упаковки товара с размещением на макете фирменной графики;
- подготовка графических оригиналов к тиражированию с использованием современных информационных технологий;

ОСРБ 1-19 01 75-2017

- разработка графических элементов городской среды (суперграфика);
- разработка цветографического решения фирменной сувенирной продукции;
- выполнение комплекса графических работ (шрифты, знаковые элементы рекламной графики) и подготовка оригиналов к воспроизведению с использованием современных технологий;
- проведение предпроектного исследования аналогов проектируемой рекламно-информационной продукции;
- проведение функционального и композиционного анализа объектов рекламно-информационной полиграфической продукции;
- определение методов реализации эскизных графических разработок реализации рекламно-информационной продукции;
- проведение исследования стилеобразующих и формообразующих факторов упаковочной графики;
- проведение анализа визуально-образных особенностей товарного знака и разработка концептуальной модели проектируемого объекта;
- систематизация принципов моделирования композиционно-пространственных и графических решений объектов промышленной графики;
- проведение эргономического анализа особенностей оформления предметно-пространственной среды и изделий;
- исследование социально-психологических особенностей визуального восприятия суперграфики;
- разработка технико-экономического задания на создание оригинал-макета и изготовление рекламно-информационной продукции;
- разработка комплекта дизайнерской документации, выпускаемой в процессе реализации проекта и осуществления авторского надзора за ходом изготовления рекламно-информационной полиграфической продукции;
- согласование всех этапов допечатной подготовки графических оригиналов рекламно-информационной продукции;
- разработка пакета дизайнерской документации на разработку товарного знака;
- разработка технического задания и иной проектной дизайнерской документации (технический рисунок, чертеж, макетный образец) сопровождающей процесс изготовления упаковки товара;
- контроль над изготовлением опытных образцов с нанесением фирменной рекламной графики;

- участие в оформлении заявок на регистрацию товарного знака;
- подготовка отзывов о готовой рекламно-информационной полиграфической продукции;
- формирование предложений по совершенствованию художественного уровня и технологии изготовления рекламно-информационной продукции.

5.2 Требования к уровню подготовки

Переподготовка специалиста должна обеспечивать формирование следующих групп компетенций: социально-личностных, академических, профессиональных.

Слушатель, освоивший соответствующую образовательную программу переподготовки, должен обладать следующими **социально-личностными компетенциями**:

- знать основные конституционно-правовые положения идеологии белорусского государства;
- уметь излагать и отстаивать ценности, идеи, представления, составляющие основу деятельности белорусского общества и государства;
- ориентироваться в процессах, происходящих в политической, социально-экономической, культурной сферах белорусского общества;
- знать правовые нормы, закрепленные в Конституции Республики Беларусь и других законодательных актах, уметь ориентироваться в правовом поле;
- знать основные отрасли права;
- знать основные положения Трудового кодекса Республики Беларусь и уметь применять его нормы в профессиональной деятельности;
- знать психологию межличностных отношений;
- уметь взаимодействовать в социальной группе.

Слушатель, освоивший соответствующую образовательную программу переподготовки, должен обладать следующими **академическими компетенциями**:

- знать основные положения законодательства о труде и об охране труда;
- уметь оказывать первую помощь пострадавшим в результате несчастных случаев;
- знать основные закономерности развития мирового искусства;
- уметь анализировать художественные произведения, выделять их характерные особенности;

ОСРБ 1-19 01 75-2017

- уметь применять в работе различные графические техники при изображении реальных объектов в творческих композициях;

- уметь использовать образно-стилевые возможности рисунка в проектной деятельности;

- знать методы и принципы устройства цветового пространства;

- уметь применять теоретические и практические навыки живописи в процессе поиска дизайнерского решения;

- знать закономерности восприятия цвета и взаимодействия его с формой и пространством;

- уметь применять принципы цветовой гармонии при создании целостного образного решения дизайн-продукта;

- знать особенности построения цветовых композиций, цветовых систем и художественных цветовых образов;

- знать общие и частные законы композиции, средства и приемы композиционной организации формы;

- уметь решать дизайнерские задачи, используя средства композиции.

Слушатель, освоивший соответствующую образовательную программу переподготовки, должен обладать следующими **профессиональными компетенциями**:

- уметь анализировать и систематизировать исторические факты в области дизайна;

- знать особенности и специфику становления и развития дизайна в Беларуси;

- уметь использовать существующие нормы эргономических показателей в процессе разработки и реализации проекта;

- знать основные положения по технике безопасности при проектировании рабочей среды;

- знать виды рекламных роликов, этапы их производства, достоинства и недостатки различных методов их демонстрации;

- уметь составлять эффективный медиаплан при создании и запуске рекламных видеороликов;

- владеть современными пакетами компьютерных программ графики и верстки;

- знать области применения полиграфического дизайна;

- уметь разрабатывать и реализовывать оригинальные идеи при создании рекламы, подлежащей воспроизводству средствами полиграфии.

5.3 Требования к итоговой аттестации слушателя

Формой итоговой аттестации является государственный экзамен по учебной дисциплине «Реклама в печатной продукции» и защита дипломного проекта.

6 Требования к содержанию учебно-программной документации

6.1 Требования к типовому учебному плану по специальности переподготовки

Типовой учебный план по специальности переподготовки разрабатывается в одном варианте, когда общее количество учебных часов по плану составляет не менее 1000 учебных часов для групп слушателей, имеющих высшее образование по направлениям образования, не совпадающим с направлением образования, в состав которого входит данная специальность переподготовки.

Суммарный объем аудиторных занятий и самостоятельной работы слушателей не должен превышать 1018 учебных часов.

Устанавливаются следующие соотношения количества учебных часов аудиторных занятий и количества учебных часов самостоятельной работы слушателей:

в очной (вечерней) форме получения образования – от 60:40 до 70:30;

в заочной форме получения образования – от 60:40 до 50:50.

В часы, отводимые на самостоятельную работу по учебной дисциплине, включается время, предусмотренное на подготовку к текущей и итоговой аттестации.

Продолжительность текущей аттестации составляет 4 недели, итоговой – 1 неделя для всех форм получения образования.

На компонент учреждения образования отводится 100 учебных часов.

Порядок проведения текущей и итоговой аттестации слушателей при освоении содержания образовательной программы определяется Правилами проведения аттестации слушателей, стажеров при освоении содержания образовательных программ дополнительного образования взрослых.

6.2 Требования к учебным программам по учебным дисциплинам специальности переподготовки

В типовом учебном плане по данной специальности переподготовки предусмотрены следующие компоненты:

- гуманитарные и социально-экономические дисциплины;
- общепрофессиональные дисциплины;
- дисциплины специальности.

Устанавливаются следующие требования к содержанию учебных программ по учебным дисциплинам специальности переподготовки.

6.2.1 Гуманитарные и социально-экономические дисциплины

Основы идеологии белорусского государства

Методология изучения идеологии белорусского государства. Идеология и ее общественное предназначение. Основные идеологии современности. Белорусская общность, национальная идея и государственность. Традиционные идеалы и ценности белорусского народа. Конституционно-правовые основы идеологии белорусского государства. Стратегия общественного развития Беларуси в XXI веке. Механизмы функционирования идеологии белорусского государства.

Основы права и трудового законодательства

Система законодательства Республики Беларусь. Правовая система Республики Беларусь. Основы административного права. Основы гражданского права. Основы семейного права. Основы трудового права. Основы финансового права. Правовые основы природопользования и охраны окружающей среды. Основы уголовного права. Общие правила регулирования индивидуальных трудовых отношений. Трудовой договор. Коллективные трудовые отношения. Ответственность работников и нанимателей.

Социальная психология

Предмет социальной психологии. Области социальной психологии. Специфика и особенности социально-психологических знаний, явлений, закономерностей. Социально-психологические характеристики личности. Отношения и общение. Структура, этапы и механизмы общения. Типы общения. Особенности коммуникации в общении. Социально-перцептивное, интерактивное общение.

Группа как объект социально-психологического исследования. Психология межгруппового взаимодействия, межгрупповых конфликтов.

6.2.2 Общепрофессиональные дисциплины

Основы охраны труда

Правовые и организационные вопросы охраны труда. Основы законодательства об охране труда в Республике Беларусь. Основные принципы и направления государственной политики в области охраны труда. Организация государственного надзора и общественного контроля за охраной труда. Основы производственной санитарии и гигиены труда. Основы техники безопасности. Основы пожарной безопасности. Оказание первой помощи пострадавшим в результате несчастных случаев.

История изобразительного искусства

История зарубежного изобразительного искусства. Этапы развития искусства в странах Востока, Западной Европы, и России. Стили и направления изобразительного искусства. Творческие концепции и важнейшие произведения выдающихся мастеров искусства. Анализ произведений живописи, графики, декоративных искусств в культурно-историческом контексте. Характерные особенности важнейших стилей и направлений. Основные тенденции и закономерности развития искусств.

Спецрисунок

Основные графические материалы, техники, технологии и методики рисунка. Основные принципы линейно-конструктивного рисунка. Основные принципы тонально-живописного метода организации изображения. Образно-стилевые возможности рисунка. Принципы, лежащие в основе графического изображения трехмерного объекта. Моделирование достоверного изображения объекта, иллюзорно-реалистической формы и пространства. Эскизные и образно-стилевые возможности рисунка в проектной деятельности.

Цветоведение и живопись

Классификация цветов и их характеристики. Правила и принципы смешения цветов. Принципы построения цветовых систем. Принципы цветовой гармонии. Цветовые ассоциации. Психофизические закономерности восприятия цвета. Закономерности взаимодействия цвета с формой и

пространством. Эффективность применения цветowych систем. Цвет и цветовые отношения в выразительности образного решения дизайн-продукта. Цветовая гармония в целостности образного решения объекта. Смещение цветов при работе с художественными материалами, в компьютерной среде и полиграфии. Теоретические и практические навыки по живописи. Владение выразительными средствами живописи. Цветовые принципы, методы и принципы устройства цветового пространства. Основные материалы, техники и технологии живописи.

Основы композиции

Основные законы композиции. Основные понятия и категории формальной композиции. Основные средства и принципы формальной композиции. Методы и средства формирования формального образа. Форма и формообразование. Свет и цвет. Контраст. Материалы и текстура. Ритм. Ассоциации и реальность. Абстракция. Стилизация. Правила построения графической композиции. Целостные, образно-выразительные композиционные решения. Создание композиционных решений. Законы гармонии и отношений с помощью неизобразительных (формальных) элементов. Анализ результатов своего самостоятельного творчества. Основы проектной графики и культура подачи материалов.

6.2.3 Дисциплины специальности

История специальности

Особенности и качественные характеристики основных периодов становления дизайна в странах Западной Европы, США, Японии, России в XX в. Основные теоретические концепции и школы мирового дизайна. История возникновения современного графического дизайна. Современные направления в дизайне. Особенности становления и развития дизайна в Беларуси. Перспективы развития дизайна. Современные формы организации дизайнерской деятельности. История издательского дела. История полиграфических технологий. Области применения полиграфического дизайна (массовая реклама, реклама печатной продукции, многостраничная продукция, периодические издания).

Эргономика информационной среды

Дизайн и эргономика. Определение эргономики, возникновение и развитие. Техника и эргономика, назначение

эргономики в обществе. Эргономика в промышленности. Специфика и методы эргономики. Четыре основных принципа эргономики. Антропометрические данные, антропометрия и физиология труда. Производительность труда, оптимальная производительность труда и ее колебания. Статистическая работа, режим работы и отдыха. Рабочее место. Организация рабочего места, размеры рабочего места, рабочие зоны, условия зрительного восприятия. Положение тела во время работы. Рабочие сиденья. Рабочие движения. Организация движений, скорость и точность движений. Физическое напряжение. Органы управления. Освещение: естественное (дневное) и искусственное. Требования к освещенности рабочих мест. Рабочая среда. Цвет и восприятие. Цвет и освещение. Температура и вентиляция. Воздействие на человека вредных веществ, находящихся в воздухе. Вредное излучение. Шум и акустические условия. Способы снижения шума. Утомление. Рациональное планирование работы. Основные положения по технике безопасности при проектировании рабочего места и рабочей среды.

Основы кинотелерекламы

История возникновения и развития рекламного бизнеса. Производство рекламных роликов. Виды рекламных видеороликов: информационные, игровые, анимационные с трехмерной графикой, рисованные и пластилиновые, а также комбинированные ролики. Спонсорство. Разработка медиапланов (анализ рынка, целевой аудитории и маркетинговой ситуации; постановку рекламных целей; определение оптимальных значений показателей эффективности; планирование этапов рекламной кампании во времени; распределение бюджета по категориям СМИ). Сценарий рекламного ролика. Съёмка, монтаж, озвучение видеоролика. Анимация и мультипликация. 3D-эффекты. Видеопрезентации, презентационные ролики. Размещение видеорекламы на плазменных экранах, в метро и в Интернете. Реклама на ТВ. Особенности и виды ТВ-рекламы. Изучение TV аудитории. Покупка телерекламы. Плюсы и минусы ТВ рекламы. Размещение ТВ-рекламы на телеканалах Беларуси и мира.

Компьютерная графика в дизайн-проектах

Виды графики. Основы работы с векторной графикой (Corel Draw, Adobe Illustrator). Использование трехмерных эффектов. Основы работы с растровой графикой (Corel PHOTO-PAINT, Adobe Photoshop). Корректировка цифровых фотографий.

Спецэффекты: копирование, перемещение, наложение объектов, их трансформация и ориентация, изменение цветовой палитры, применение фильтров. Работа с версткой (Adobe INDesign). Совместная работа Adobe Photoshop и Adobe Illustrator. Графическая композиция. Плакат. Разработка фирменного стиля. Афиша. Автопортрет. Дизайн-проектирование знаково-информационных систем, подлежащих воспроизведению средствами полиграфии. Основные программы верстки - издательские системы Adobe PageMaker и Adobe InDesign. Печать рисунков и создание цветodelений. Шрифт и современная типографика. Верстка газеты, журнала.

Реклама в печатной продукции

Области применения полиграфического дизайна. Реклама в печатной прессе. Наружная реклама и реклама на транспорте. Печатная продукция и организация промо-акций, BTL-кампаний. Основные этапы получения полиграфической продукции. Разработка дизайна. Допечатная подготовка. Предпечатная подготовка. Печать. Послепечатная обработка. Задачи полиграфического дизайна. Технологии полиграфии (брошюровка, переплет, ламинация, тиснение, конгрев, высечка, склейка). Особенности разработки дизайна для полиграфии. Полиграфическое оборудование и материалы. Понятие Фирменного стиля. Основные элементы Фирменного стиля. Торговый знак. Логотип. Фирменные цвета. Фирменный блок. Фирменный шрифт. Слоган (девиз). Основные производные элементы фирменного стиля. Визитная карточка. Фирменный бланк. WEB-сайт. Конверт. Папка. Буклет. Прайс-лист. Листовка. Календарь. Плакат. Пакет. Ручка. Сувенирная продукция. POS-материалы. Упаковка. Наружная реклама. Альбом фирменного стиля (Бренд-бук). Мультимедийная презентация. Фирменная одежда.