

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Программа утверждена на заседании  
Ученого совета экономического факультета  
17.03.2022 г., протокол № 3

**УТВЕРЖДАЮ:**

И.о. декана экономического  
факультета

Ю.Н. Полшков



**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн

*(Магистерская программа: Коммуникационный дизайн)*

**Уровень высшего образования:**

Магистратура

**Форма обучения**

Очная

## **1. Пояснительная записка**

Цель вступительного испытания – установить уровень знаний и умений, необходимых для освоения образовательной программы магистратуры, а также для прохождения конкурса.

Междисциплинарный характер комплексного экзамена обеспечивается взаимосвязью профессиональных дисциплин, изученных в бакалавриате.

В программе отражаются основные теоретические и практические аспекты таких учебных дисциплин как «Дизайн-проектирование», «Цветоведение», «История искусств», «Информационные технологии в дизайне».

*Требования к уровню образования абитуриента.* На обучение по программам магистратуры принимаются лица, имеющие высшее образование (диплом бакалавра, специалиста или магистра).

## **2. Структура экзамена**

Вступительное испытание проводится в виде письменного тестирования. Тестовое задание включает 25 вопросов с вариантами ответов. Продолжительность вступительного испытания – 1 час (60 минут). В процессе тестирования абитуриенту запрещено пользоваться справочными материалами, учебниками, а также техническими средствами.

Максимальное количество баллов, полученных за решение тестовых заданий, составляет 100 баллов. Каждый правильный ответ на тестовое задание оценивается в 4 балла по 100-балльной шкале. Если в работе имеет место исправление с неправильных на правильные ответы, то снимается 2 балла.

Абитуриенты, получившие оценку «неудовлетворительно» (0-59 баллов по 100-балльной шкале) к дальнейшему конкурсу не допускаются.

Шкала перевода полученных абитуриентами баллов в пятибалльную систему

<b>100-балльная шкала</b>	<b>Пятибалльная шкала</b>
0-59	«2» (неудовлетворительно)
60-74	«3» (удовлетворительно)
75-89	«4» (хорошо)
90-100	«5» (отлично)

### **3. Основное содержание программы**

#### **Дизайн-проектирование**

Художественно-образное проектирование. Функции проектирования. Методы, принципы и виды проектировочной деятельности. Цель дизайн-проектирования; задачи проектирования; объект проектирования; предмет проектирования; методы проектирования; база проектирования; функциональные аспекты проекта. Основные принципы композиционно-художественного формообразования. Композиция в проектировании, типы, виды, закономерности и средства. Влияние художественно-культурных и стилевых направлений в искусстве на проектирование. Традиция и инновация в дизайн-проектировании. Дизайн фирменного стиля.

#### **Художественный язык изобразительного искусства**

Основы рисунка (элементы наблюдательной перспективы, перспективное построение, светотень и тональные отношения, задачи и процесс рисования с натуры, практическое рисование натюрморта). Основы живописи и цветоведения (цвет в живописи, цветовые отношения, общее тоновое и цветовое состояние, цельность зрительного восприятия). Техника акварельной живописи. Техника работы гуашевыми красками. Детальная проработка формы. Обобщение. Целостность изображения и композиционный центр. Основы скульптуры (объем, ритм, фактура). Основы декоративно-прикладного искусства (обобщение, роль ритма и цвета). Основные законы композиции. Композиционный центр. Равновесие картины.

## **История искусств**

Наследие отечественной и зарубежной художественной культуры. Самые известные картины русских и зарубежных художников.

Виды искусства: пространственные (пластические), временные, пространственно-временные (зрелищные). Пространственные искусства: изобразительные искусства (живопись, скульптура, графика, фотоискусство); архитектура; декоративно-прикладное искусство; дизайн. Жанры изобразительного искусства. Пейзаж. Натюрморт. Портрет. Анималистический. Бытовой. Батальный. Сказочно-былинный. Исторический.

## **Информационные технологии в дизайне**

Информационные технологии, виды, классификация. История развития информационных технологий. Информационные технологии, виды, классификация. Технологии обработки текстовой, звуковой, числовой, графической информации. Аппаратные и программные средства для обеспечения работы дизайнера и их характеристика. Аппаратное обеспечение компьютера. Базовая конфигурация компьютера. Программное обеспечение, классификация. Программные средства, применяемые в профессиональной деятельности дизайнера. Поисковые системы. Виды поисковых систем, структура и принцип работы поисковых машин. Поиск по ключевым словам. Поиск по каталогу. Расширенный поиск. Правила составления поисковых запросов. Представление цвета в компьютерной графике. Форматы графических файлов. Понятие цвета и его характеристики. Цветовые модели и их виды. Виды компьютерной графики. Виды компьютерной графики. Области применения компьютерной графики. Особенности и современные средства создания веб-контента. Язык гипертекстовой разметки текста – HTML. Основные понятия, синтаксис. Технология CSS. Технология CSS, её версии и поддержка браузерами.

#### 4. Рекомендуемая литература для подготовки

1. Аакер, Д. Бренд-лидерство: Новая концепция брендинга / Д. Аакер, Э. Йохимштайлер, – М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. – 380 с.
2. Годин, А. М. Бренддинг: Учебное пособие / А. М. Годин. – М.: Дашков и К, 2016. – 184 с.
3. Гольман, И. А. Рекламная деятельность: Планирование. Технологии. Организация. / И. А. Гольман. – М.: Гелла-принт, 2002. – 400 с.
4. Данилова, В. Г. Self-брендинг, или Маркетинг индивидуальности: нехудожественная литература / В. Г. Данилова. – ред. А. С. Осташов. – И: Феникс, 2014. – 125 с.
5. Дмитриева, Н. А. Краткая история искусств : с древнейших времен по начала XX века / Н. А. Дмитриева. – Москва : БуксМАрт, 2021. – 455 с.
6. Добробабенко, Н. С. Фирменный стиль: принципы разработки / Н. С. Добробабенко. – М.: Инфра, 1999. – 256 с.: ил.
7. Домнин, В. Н. Бренддинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. – М.: Юрайт, 2016. – 412 с.
8. Елизаров, В. Ж. Основы цветоведения для дизайнеров : учебное пособие по дисциплине «Цветоведение и колористика» : направление подготовки 54.03.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн», «Дизайн среды» / Елизаров В. Ж. ; Автономная некоммерческая организация высшего образования «Институт современного искусства». – Москва : Ин-т современного искусства, 2021. – 121 с.
9. Иоханесс, И. Искусство цвета / И. Иоханнес. [пер. с англ. Л. Монахова]. – М.: Аронов, 2020. – 96 с.
10. Карпова, С. В. Бренддинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 439 с.

11. Килимник, Е. В. История дизайна. Учебно-методическое пособие / Е. В. Килимник, Ж. В. Орлова. – Екатеринбург: Академия туризма и международных отношений, 2017. – 158 с.
12. Киплик, Д. И. История живописи : учебник для вузов / Д. И. Киплик. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 472 с.
13. Кливер, Ф. Чему вас не научат в дизайн-школе / Ф. Кливер; [пер. с англ. О. Перфильева]. – М.: РИПОЛ классик, 2015. – 224 с.: ил.
14. Лебедев, А. А. Ководство / А. А. Лебедев / Дизайн – 5-е изд. – М.: ст. А. Лебедева, 2018. – 556 с.
15. Луптон, Э. Графический дизайн от идеи до воплощения / Э. Луптон / [пер. с англ. В. Иванов]. – СПб.: Питер, 2013. – 184 с.: ил.
16. Мартин, Б. Универсальные методы дизайна / Б. Мартин, Б. Ханнингтон. – СПб.: Питер, 2014. – 208 с.: ил
17. Нельсон, Р. Секрет фирмы, или... Как создать фирменный стиль / Р. Нельсон. – СПб.: Питер, 2008. – 125 с.: ил.
18. Овруцкий, А. В. Анатомия рекламного образа: фирменный стиль, технологии брендинга, звуковые средства: курс лекций / А. В. Овруцкий, А. М. Пономарева, И. Р. Тищенко и др.; под ред. А. В. Овруцкого. – СПб.: Питер, 2004. – 203 с.
19. Рожков, И. Я. Брендинг: учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. – Москва: Изд. Юрайт, 2019. – 331 с.
20. Ромат, Е. В. Реклама: Учебник для вузов. 9-е изд. Стандарт третьего поколения / Е. В. Ромат, Д. В. Сендеров – СПб.: Питер, 2016. – 544 с.
21. Торшин, М. П. Фирменный стиль компании: учебно-методическое пособие / М. П. Торшин. – М.: Изд. центр РГУ (НИУ) им. И. М. Губкина, 2017. – 27 с.
22. Уильямс, Р. Дизайн. Книга для недизайнеров / Р. Уильямс. – 4-е изд. – [пер. с англ. В. В. Черник]. / ред. Л. Родионова. – СПб.: Питер, 2018. – 240 с.

23. Хеллер, С. Эволюция графических стилей. От викторианской эпохи до нового века: книга / С. Хеллер, Ч. Сеймур. – [пер. с англ. И. Фролов]. / ред. Е. Андреева. – М.: ст. А. Лебедева, 2015. – 320 с.

24. Цурри, О. Г. Фирменный стиль в создании благоприятного имиджа компании / О. Г. Цурри // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы / Тамбов. Гос. Институт им. Г. Р. Державина – 2016. – №1. – С. 91-96.

25. Эйри, Д. Логотип и фирменный стиль: руководство дизайнера / Д. Эйри. [пер. с англ. В. Шрага]. – Москва [и др.]: Питер, 2014. – 112 с.