

Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное образовательное учреждение высшего
образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

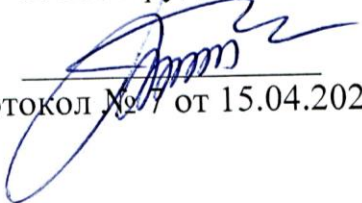
Факультет дизайна, изобразительных искусств и гуманитарного образования

Кафедра дизайна

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой дизайна

О. Ю. Прудовская


Протокол № 7 от 15.04.2021

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Б1. О.27 Практика графического дизайна

Направление подготовки	<i>50.03.01 Искусства и гуманитарные науки</i>
Профиль подготовки	<i>Арт-бизнес и реклама</i>
Квалификация (степень) выпускника	<i>Бакалавр</i>
Форма обучения	<i>Очная, заочная</i>
Года начала подготовки	<i>2022</i>

Краснодар 2022

Рабочая программа **Б1. О.27 Практика графического дизайна** предназначена для изучения обучающимся очной и заочной формы обучения по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (Арт-бизнес и реклама) в 4 и 5 семестре.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказами Министерства образования и науки Российской Федерации, по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (Приказ № 532 от 08.06.2017 г.).

Рецензенты:

Генеральный директор «Версия ЮГ»,
старший преподаватель кафедры дизайна КГИК

О.В. Делиско

Кандидат экономических наук, доцент
кафедры туризма и физической культуры КГИК

А.Г. Абазян

Составитель:

Канд. пед. наук, доцент,
зав. кафедрой дизайна КГИК

О. Ю. Прудовская

Старший преподаватель кафедры дизайна КГИК

Ю. А. Власова

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры дизайна от 15.04.2021, протокол № 7.

Рабочая программа учебной практики **Б1. О.27 Практика графического дизайна** одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 27 августа 2021 г., протокол № 1.

©Прудовская О. Ю., 2021
©Власова Ю. А., 2021
© ФГБОУ ВО КГИК, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Содержание	3
1. Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины.....	4
4. Структура и содержание практики.....	5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	6
5. Образовательные технологии	15
6. Оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	16
6.1. Контроль освоения дисциплины	16
6.2. Оценочные средства	16
6.3.1. Вопросы к зачету по дисциплине (4 семестр).....	20
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	22
7.1. Основная литература	22
7.2. Дополнительная литература	22
7.4. Методические указания и материалы по видам занятий	23
7.5. Программное обеспечение	24
9. Дополнения и изменения к рабочей программе практики Б1.О.26 Практика графического дизайна	25
Аннотация рабочей программы Б1.О.26 Практика графического дизайна .	26

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: формирование у обучающихся проектного мышления, овладения ознакомительными навыками графического проектирования объектов визуально-коммуникационной среды (информационного пространства) в соответствии с поставленными задачами и требованиями целевой аудитории.

Задачи:

- формирование у обучающихся понимания специфики дизайнерской деятельности и его коммуникационной роли;
- формирование компетентностной характеристики в соответствии с профилем профессиональной подготовки;
- наработка опыта применения графического инструментария, средств компьютерной графики при решении профессиональных задач;
- развитие художественного и творческого стиля мышления;
- формирование положительной мотивации к обучению, к реализации личностного творческого потенциала и к профессиональному саморазвитию;
- овладение методами анализа дизайн-решения объектов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Базовыми дисциплинами для освоения дисциплины «Практика графического дизайна» являются: История рекламы, Имиджелогия, Фотографика.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты:

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
ОПК-3 Способен учитывать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности.	принципы и технологии графического дизайна в арт-проектировании и рекламной деятельности в сфере визуальной рекламы	применять в практике профессиональной деятельности принципов и технологий в арт-проектировании рекламной деятельности в сфере визуальной рекламы	опытом применения в практике профессиональной деятельности принципов и технологий в арт-проектировании рекламной деятельности в сфере визуальной рекламы

[illegible]

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

По очной форме обучения(4 и 5 семестры)

Наименование разделов	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
4 семестр			
Раздел 1. Основы графического дизайна			
Тема 1.1. Социокультурные функции графического дизайна	<u>Лекции:</u> Образ в дизайне. Особенности восприятия информации человеком. Методика дизайн проектирования. Анализ проектной ситуации. Социокультурные факторы развития графического дизайна: потребительский фактор, культурно-символический фактор, информационный фактор. Социокультурные функции графического дизайна: коммуникативная функция; обогащение культуры, создание новых ценностей; знаковая функция; эстетическая функция, воспитательная функция.	2	ОПК-3
	<u>Практические задания (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1.Образ в дизайне. Особенности восприятия информации человеком. 2.Методика дизайн проектирования. Анализ проектной ситуации. 3. Социокультурные факторы развития графического дизайна. Социокультурные функции графического дизайна:	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов	4	
Тема 1.2 Условия выразительности графического языка	<u>Лекции:</u> Композиционные и художественные средства рекламного дизайна. Условия выразительности графического языка. Визуальная метафора в дизайне.	4	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка визуальных метафор. Раппорт. Цветовое решение	8	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов	4	
Тема 1.3. Эмоционально-ассоциативное воздействие	<u>Лекции:</u> Эмоционально-ассоциативное воздействие объекта графического дизайна на зрителя. Форма и контрформа в дизайне. Графика. Проектные приемы разработки образа в графическом дизайне.	4	ОПК-3

объекта графического дизайна.	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Симуляция как содержательная основа графического образа. 2. Форма и контрформа в дизайне. 3. Графика: рисунок, оформительская графика, черте, фирменный стиль, визитка, бланки, деловая графика.	8	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов	10	
Тема 1.4. Стилизация	<u>Лекции:</u> Стилизация. Дизайн-графика в объеме и пространстве. Имитация и аффектация. Мифодизайн в рекламе.	4	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Поиск графических средств выполнения знаковой формы	8	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов Подготовка графических листов	10	
	Форма промежуточной аттестации	Зачет	
5 семестр			
Раздел 2. Основы проектной деятельности в графическом дизайне			
Тема 2.1. Определение понятий: «проектирование», «проект»	<u>Лекции:</u> Проектирование, проект, проектная культура. Обзор ведущих методик и технологий проектной дизайнерской деятельности. Сфера применения проектной деятельности. Специфика проектной культуры графического дизайна. Полиграфическая база: рамки и возможности. Проект как совокупность различных видов деятельности дизайнера-графика. Социальные функции графического дизайна. Классификация объектов графического дизайна.	4	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка концепции рекламного проекта	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов, подготовка документации по концепции проекта; разработка концепции рекламного проекта	8	
Тема 2.2. Методики и сценарии проектной работы	<u>Лекции:</u> Планирование. Стратегическое и тактическое планирование. Этапное планирование работы. Фактор времени. Тайм-менеджмент как инструмент проектной деятельности. Методы и средства постановки задач. Вербальная формула проекта. Коллективная деятельность в творчестве. Творческие союзы и коалиции единомышленников, их роль в становлении и развитии дизайн-проектирования. Методы эффективной командной работы. Методы стимулирования творческого поиска. Эскиз. Фиксирование вариантов. Методы программного формообразования в дизайне. Принципы развития от эскизов к итоговым работам — завершенным проектам.	4	ОПК-3

	<u>Практические занятия (семинары):</u> 1.Определение основ коммуникативной ценности будущего проекта. 2. Выявление,описание и аналитика целевой аудитории. 3.Формирование методов сбора информации о визуальной среде и визуальных предпочтениях целевых аудиторий. 4.Выявление, изучение и определение явных и скрытых потребностей целевых аудиторий. 5.Сбор и аналитикамеждународного опыта в данной сферепроектной деятельности.	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов; изучение и разработка вопросов: подготовка документации по концепции проекта	8	
Тема 2.3. Виды художественной деятельности как составляющей части проекта	<u>Лекции:</u> Живопись. Живопись как часть проектной-культуры. Графика. Виды графики, техники графики. Графика в книге, на плакате. Типографика. Шрифтовая композиция как самостоятельный вид проектирования в графическом дизайне. Пластика. Объемно-пространственные качества произведенийграфического дизайна. Фотография. Цвет как композиционная составляющая проекта.Структура сложных проектов — синтез. Современные принципы композиционныхрешений. Актуальные тенденции в графическом дизайне.	4	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка художественных элементов проекта	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов; подготовка эссе и презентаций в PowerPoint	8	
Тема 2.4 Композиция как художественная основа проектирования в графическом дизайне	<u>Лекции:</u> Композиционные решения в графическом дизайне. Основы восприятия формы на плоскости. Равновесие: статика и динамика. Центр композиции. Ритм, метр. Нюанс и тождество. Масштаб. Плоскость и пространство. Принципы симметрии и асимметрии в изображениях на плоскости и в пространстве	4	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Практическая работа с основными элементами композиции. Создание композиции на плоскости, с использованием инструментов композиции. Выявить и реализовать возможности графических приемов для активизации композиции	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов; изучение вопросов; подготовка эссе и презентаций в PowerPoint	8	

Тема 2.5. Визуальный язык плаката	<u>Лекции:</u> Визуальный язык плаката. Особенности восприятия информации человеком на примере плаката. «Наглядное» и «абстрактное» в плакате. Формат и композиция плаката	4	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Предпроектный анализ. Поиск темы плаката в рамках предложенной тематики. Эскизы с поиском темы, композиции, цветового решения. Цифровые технологии графического дизайна на примере одностраничного документа. Программы для графического дизайна. Сравнение параметров. Выбор тематики плаката. Выбор варианта эскиза для дальнейшей разработки. Определение решений визуализации.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов; изучение вопросов: Аналитический обзор аналогов	8	
Тема 2.6. Пространство книги, буклета как объекты дизайна	<u>Лекции:</u> Художник и книга. «Книга художника». Объемно-плоскостные приемы макетирования. Место шрифта (знака) в системе проектирования печатной продукции. Основные элементы книжного дизайна. Серийность. Признаки и рамки серийности. Модулирование (пропорционирование) в типографике. Формат. Поля. Система восприятия разворотов и временной характер воздействия на читателя-«зрителя». Цифровые технологии. Верстка и ее структурная роль в проектировании.	2	ОПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Разработка буклета для абитуриента КГИК	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение литературы и Интернет-ресурсов; Аналитический обзор аналогов	8	
Тема 2.7 Методика дизайн-проектирования торговой марки / бренда, дизайна упаковки	<u>Лекции:</u> Методика дизайн-проектирования торговой марки / бренда. Разработка концепции и ее воплощение. Структура упаковки. Расчет размеров. Композиция упаковки нестандартных форм. Основные требования к упаковке. Основные функции упаковки. Рекламные функции упаковки. Информация о товаре, производителе. Конструирование и оформление упаковки. Объемное и графическое оформление упаковки.	2	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка торговой марки: концепция и образ, нейминг, слоган, логотип.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение литературы и Интернет-ресурсов; Аналитический обзор образцов упаковки	8	
Тема 2.8 Допечатная подготовка.	<u>Лекции:</u> Типографика. Разработка фирменного стиля и руководства по его эксплуатации .Логотип. Брендбук.	2	ОПК-3

Разработка фирменного стиля и руководства по его эксплуатации	<u>Практические занятия (семинары):</u> Допечатная подготовка. Разработка макета и презентация дизайн-проекта. Разработка логотипа. Разработка брендбука.	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов; изучение вопросов: Подготовка графических листов	4	
Тема 2.9. Объекты графического дизайна в едином (выставочном) пространстве. Суперграфика	<u>Лекции:</u> Композиция выставки. Особенности восприятия зрителем. Масштаб. Эргономика. Временные и пространственные категории восприятия композиции выставки зрителем. Основы кинематики. Графические композиции большого масштаба в интерьере и городской среде. Вазарелли. Принципы оп-арта в графических проектах большого масштаба для средового дизайна замкнутых и открытых пространств. Суперграфика как элемент синтеза искусств.	2	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка объемных макетов выставочных экспозиций различной направленности	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов, изучение вопросов: Подготовка объемных макетов к практическому занятию	1	
Вид итогового контроля		Экзамен	
Итого		216/6	

По заочной форме обучения (4 и 5 семестры)

Наименование разделов	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
4 семестр			
Раздел 1. Основы графического дизайна			
Тема 1.1. Социокультурные функции графического дизайна	<u>Лекции:</u> Образ в дизайне. Особенности восприятия информации человеком. Методика дизайн проектирования. Анализ проектной ситуации. Социокультурные факторы развития графического дизайна: потребительский фактор, культурно-символический фактор, информационный фактор. Социокультурные функции графического дизайна: коммуникативная функция; обогащение культуры, создание новых ценностей; знаковая функция; эстетическая функция, воспитательная функция.	2/0,05	ОПК-3
	<u>Практические задания (семинары):</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов	15/0,4	

Тема 1.2 Условия вырази- тельности гра- фического языка	<u>Лекции:</u> Композиционные и художественные средства ре- кламного дизайна. Условия выразительности графиче- ского языка. Визуальная метафора в дизайне.	2/0,05	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов	15/0,4	
Тема 1.3. Эмоционально- ассоциативное воздействие объ- екта графиче- ского дизайна.	<u>Лекции:</u> Эмоционально-ассоциативное воздействие объекта графического дизайна на зрителя. Форма и контрформа в дизайне. Графика. Проектные приемы разработки образа в графическом дизайне.	2/0,05	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1.Симуляция как содержательная основа графиче- ского образа. 2. Форма и контрформа в дизайне. 3. Графика: рисунок, оформительская графика, черте, фирменный стиль, визитка, бланки, деловая графика.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов	15/0,4	
Тема 1.4. Стилизация	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Поиск графических средств выполнения знаковой формы	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов; подготовка вопросов: 1.Стилизация. 2.Дизайн-графика в объеме и пространстве. 3.Имита- ция и аффектация. 4.Мифодизайн в рекламе. Подготовка графических листов	15/0,4	
	Форма промежуточной аттестации	Зачет	
5 семестр			
Раздел 2. Основы проектной деятельности в графическом дизайне			
Тема 2.1. Определение понятий: «проектирова- ние», «проект»	<u>Лекции:</u> Проектирование, проект, проектная куль- тура. Обзор ведущих методик и технологий проект- ной дизайнерской деятельности. Сфера применения проектной деятельности. Специфика проектной культуры графического дизайна. Полиграфическая база: рамки и возможности. Проект как совокуп- ность различных видов деятельности дизайнера-гра- фика. Социальные функции графического дизайна. Классификация объектов графического дизайна.	2/0,05	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов, разра- ботка концепции рекламного проекта	11,6/0,3	

Тема 2.2. Методики и сценарии проектной работы	<u>Лекции:</u> Планирование. Стратегическое и тактическое планирование. Этапное планирование работы. Фактор времени. Тайм-менеджмент как инструмент проектной деятельности. Методы и средства постановки задач. Вербальная формула проекта. Коллективная деятельность в творчестве. Творческие союзы и коалиции единомышленников, их роль в становлении и развитии дизайн-проектирования. Методы эффективной командной работы. Методы стимулирования творческого поиска. Эскиз. Фиксирование вариантов. Методы программного формообразования в дизайне. Принципы развития от эскизов к итоговым работам — завершенным проектам.	4/0,1	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Определение основ коммуникативной ценности будущего проекта. Выявление, описание и аналитика целевой аудитории. Формирование методов сбора информации о визуальной среде и визуальных предпочтениях целевых аудиторий. Выявление, изучение и определение явных и скрытых потребностей целевых аудиторий в области дизайна и визуальных коммуникаций. Сбор и аналитика международного опыта в данной сфере проектной деятельности.	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов, подготовка документации по концепции проекта	11,6/0,3	
Тема 2.3. Виды художественной деятельности как составляющей части проекта	<u>Лекции:</u> Живопись. Живопись как часть проектной культуры. Графика. Виды графики, техники графики. Графика в книге, на плакате. Типографика. Шрифтовая композиция как самостоятельный вид проектирования в графическом дизайне. Пластика. Объемно-пространственные качества произведений графического дизайна. Фотография. Цвет как композиционная составляющая проекта. Структура сложных проектов — синтез. Современные принципы композиционных решений. Актуальные тенденции в графическом дизайне.	2/0,05	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>не предусмотрены</u>		

	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов; изучение вопросов: 1. Живопись как часть проектной культуры. 2. Графика. Виды графики, техники графики. Графика в книге, на плакате. 3. Типографика. Шрифтовая композиция как самостоятельный вид проектирования в графическом дизайне. 4. Пластика. Объемно-пространственные качества произведений графического дизайна. 5. Фотография. 6. Цвет как композиционная составляющая проекта. 7. Структура сложных проектов — синтез. 8. Современные принципы композиционных решений. 9. Актуальные тенденции в графическом дизайне. Подготовка эссе и презентаций в PowerPoint	11,6/0,3	
Тема 2.4 Композиция как художественная основа проектирования в графическом дизайне	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Практическая работа с основными элементами композиции. Создание композиции на плоскости, с использованием инструментов композиции. Выявить и реализовать возможности графических приемов для активизации композиции	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов; подготовка эссе и презентаций в PowerPoint	11,6/0,3	
Тема 2.5. Визуальный язык плаката	<u>Лекции:</u>		ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Предпроектный анализ. Поиск темы плаката в рамках предложенной тематики. Эскизы с поиском темы, композиции, цветового решения. Цифровые технологии графического дизайна на примере одностраничного документа. Программы для графического дизайна. Сравнение параметров. Выбор тематики плаката. Выбор варианта эскиза для дальнейшей разработки. Определение решений визуализации.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение литературы и Интернет-ресурсов; изучение вопросов: 1. Визуальный язык плаката. 2. Особенности восприятия информации человеком на примере плаката. 3. «Наглядное» и «абстрактное» в плакате. 4. Формат и композиция плаката. Аналитический обзор аналогов	11,6/0,3	
Тема 2.6. Пространство	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ОПК-3
	<u>Практические занятия:</u> не предусмотрены		

книги, буклета как объекты дизайна	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение литературы и Интернет-ресурсов; изучение вопросов: 1.Художник и книга. «Книга художника». 2.Объемно-плоскостные приемы макетирования. 3.Место шрифта (знака) в системе проектирования печатной продукции. 4.Основные элементы книжного дизайна. Серийность. Признаки и рамки серийности. 5. Модулирование (пропорционирование) в типографике. Формат. Поля. Система восприятия разворотов и временной характер воздействия на читателя-«зрителя». 6.Цифровые технологии. 7.Верстка и ее структурная роль в проектировании. Разработка буклета. Аналитический обзор аналогов	11,6/0,3	
Тема 2.7 Методика дизайн-проектирования торговой марки / бренда, дизайна упаковки	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение литературы и Интернет-ресурсов; Изучение вопросов: 1.Методика дизайн-проектирования торговой марки / бренда. Разработка концепции и ее воплощение. 2.Структура упаковки. Расчет размеров. Композиция упаковки нестандартных форм. Основные требования к упаковке. 4.Основные функции упаковки. Рекламные функции упаковки. 5. Информация о товаре, производителе. 6.Конструирование и оформление упаковки. 7.Объемное и графическое оформление упаковки. Разработка торговой марки: концепция и образ, нейминг, слоган, логотип. Аналитический обзор образцов упаковки	11,6/0,3	
Тема 2.8 Допечатная подготовка. Разработка фирменного стиля и руководства по его эксплуатации	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение литературы и Интернет-ресурсов; изучение вопросов: 1.Типографика. 2. Разработка фирменного стиля и руководства по его эксплуатации . 3.Логотип. 4.Брендбук. 5. Допечатная подготовка. Разработка макета и презентация дизайн-проекта. Подготовка графических листов	11,6/0,3	

Тема 2.9. Объекты графического дизайна в еди- ном (выставочном) пространстве. Суперграфика	<u>Лекции</u> : не предусмотрены		ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары)</u> : Разработка объемных макетов выставочной экспози- ции и оп-арт проекта для городской среды	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа</u> : Изучение литературы и Интернет-ресурсов; изучение вопросов: 1.Композиция выставки. 2.Особенности восприятия зрителем. Масштаб. Эр- гономика. Временные и пространственные категории восприятия композиции выставки зрителем. 3. Основы кинематики. 4.Графические композиции большого масштаба в интерьере и городской среде. Вазарелли. 5.Принципы оп-арта в графических проектах боль- шого масштаба для средового дизайна замкнутых и открытых пространств. 6.Суперграфика как элемент синтеза искусств. Подготовка объемных макетов к практическому за- нятию	11,6/0,3	
Вид итогового контроля		Экзамен	
Итого		216/6	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- информационно-развивающие технологии (самостоятельное изучение литературы, применение информационных технологий, использование электронных средств информации);
- развивающие проблемно-ориентированные технологии (проблемные лекции, учебные дискуссии, поисковые научно-исследовательские работы, проблемное изложение материала преподавателем);
- деятельностные практико-ориентированные технологии (моделирование профессиональной деятельности в образовательном процессе, контекстное обучение, организация профессионально - ориентированной учебно-исследовательской работы);
- личностно-ориентированные технологии.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 22 часа.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- тестирование;
- устный опрос,
- рефераты, доклады, сообщения.

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценок:

- устные ответы;
- представление результатов выполнения практических заданий по графическому дизайну;
- оценка выполнения самостоятельной работы студентов: работа с первоисточниками, реферативная, исследовательская работа, выполнение практических заданий

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета (4 семестр). Вид *итогового контроля* – экзамен в 5 семестре.

«**Зачет**» заслуживает студент, аккуратно посещающий лекции и практические занятия; выполнивший в полном объеме и защитивший все задания, предусмотренные программой дисциплины.

«**Не зачет**» выставляется студенту, имеющему систематические пропуски, не выполнившему в полном объеме практические и индивидуальные задания, предусмотренные программой дисциплиной.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуационных задач)

1. Композиция это;
 - а) сочинение, составление;
 - б) макет;
 - в) рисунок;
2. Симметрия это:

- а) композиционная идентичность;
 - б) гармония в композиции;
 - в) единица измерения;
3. Под ритмом понимают:
- а) графические элементы;
 - б) течение, движение;
 - в) акцент элементов;
4. Пропорции это:
- а) выделенная деталь;
 - б) равновесие отношений;
 - в) смешение цветов;
5. Асимметрия в композиции:
- а) объёмные геометрические структуры;
 - б) композиционное равновесие;
 - в) резкое отличие элементов;
6. Метрический ряд выражает:
- а) хаотичную структуру;
 - б) центробежные элементы;
 - в) покой и равновесие;
7. Пропорциональность характеризует:
- а) верно найденную соразмерность;
 - б) дисгармония;
 - в) свойство цвета;
8. Доминанта это:
- а) рисунки образцов природы;
 - б) трансформация изображения;
 - в) преобладание в композиции;
9. Нюанс предполагает:
- а) объёмную композицию из отдельных плоскостей;
 - б) незначительная разница между элементами;
 - в) реалистическое изображение природы;
10. Тектоника в композиции это:
- а) закономерности физических и конструктивных свойств;
 - б) определённая толщина букв;
 - в) орнаментальное заполнение плоскости;
11. Доминанта это:
- а) рисунки образцов природы;
 - б) трансформация изображения;
 - в) преобладание в композиции;
12. Нюанс предполагает:
- а) объёмную композицию из отдельных плоскостей;
 - б) незначительная разница между элементами;
 - в) реалистическое изображение природы;
13. Тектоника в композиции это:
- а) закономерности физических и конструктивных свойств;

- б) определённая толщина букв;
 - в) орнаментальное заполнение плоскости;
14. Акцент:
- а) штриховка предметов;
 - б) развёртка формы предметов;
 - в) выделение предмета в композиции;
15. Контраст;
- а) соразмерность;
 - б) резкое отличие элементов;
 - в) насечка;
16. Масштаб это:
- а) соотношение предметов;
 - б) трансформация изображения в знаковой форме;
 - в) фактура предмета;
17. Статичность:
- а) равенство отношений;
 - б) рисунки предметного мира;
 - в) подчёркнутое выражение состояние покоя;
18. Динамичность:
- а) графическое средство выражение образа;
 - б) закономерно изменяющаяся форма, чередующихся элементов;
 - в) покой и равновесие;
19. Глубинно-пространственная композиция:
- а) расположение объёмов в пространстве;
 - б) соразмерность композиционных форм;
 - в) повторение и чтение формы и плоскости;
20. Объёмно-пространственная композиция:
- а) графический акцент на плоскости;
 - б) переход от светлого тона к тёмному;
 - в) композиция с равным значением трёх измерений объёма;
21. Хроматические цвета это:
- а) насыщенность;
 - б) чистые цвета спектра;
 - в) смешение цветов;
22. Ахроматические цвета:
- а) переход от белого к чёрному цвету и их смешение;
 - б) светлота;
 - в) яркий художественный образ;
23. Оптические иллюзии:
- а) эффект объёма элементов на плоскости;
 - б) техника живописи;
 - в) стиль в архитектуре.

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Приведите примеры объектов рекламного дизайна.
2. Что такое образ?
3. Как реализуются коммуникативные функции дизайна?
4. Как понять тезис «дизайн контролирует движение глаз зрителя»?
5. Почему эмоции зрителя при восприятии имеют первоочередное значение для разработки дизайна?
6. Какова роль позитивного и негативного пространства в дизайн-решении?
7. Почему особое значение имеет анализ визуальных предпочтений целевой аудитории? Как соотносятся предпочтения, ожидания целевой аудитории с выбором средств и приемов дизайна?
8. В чем заключается логика размещения текста и иллюстрации с учетом психологии восприятия зрителем?
9. Роль предпроектного анализа в дизайне.
10. От каких факторов зависит цветовое восприятие?
11. Как выбор художественных средств влияет на коммуникативную роль плаката?
12. Назовите типы плаката и их особенности.
13. Какова методика дизайн-проектирования?
14. Что такое «айдентика»?
15. Раскройте значение упаковки как рекламно-маркетингового средства продвижения товара.
16. Как соотносится дизайн-концепция и рекламная концепция товара?
17. Что такое «мерчандайзинг»?
18. Как технологические особенности производства упаковки влияют на дизайн-решение проекта?
19. Назовите виды рекламных носителей.
20. Перечислите основные компоненты фирменного стиля и их классификацию.
21. Как имидж компании находит отражение в брендбуке?
22. Определите этапы разработки брендбука.

6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Основные понятия и разновидности графического дизайна
2. Фигура и фон.
3. Фигура и цвет.
4. Масса и объем.
5. Объект и композиция.
6. Иерархия элементов.
7. Слово и образ.
8. Инструменты и материалы графического дизайна
9. Логотип.
10. Фирменный стиль
11. Леттеринг (рисованный шрифт)

12. Современные тенденции в графическом дизайне
13. Дизайн упаковки
14. Дизайн в рекламе
15. Дизайн книги
16. Дизайнер и заказчик

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине (4 семестр)

1. Назовите определения: дизайн, композиция.
2. Перечислите средства композиции и дайте их определения.
3. Дайте определения: раппорт, элемент, интервал.
4. Дайте определения: динамическое равновесие, картинное поле, доминанта.
5. Дайте определение: замкнутая композиция, ограниченная композиция, неограниченная композиция.
6. Дайте определения: монтажная композиция, формальная композиция, сюжетная композиция.
7. Дайте определения стилизации: внешние функциональные признаки, скрытые функциональные признаки, навязанное (или заданное) свойство.
8. Дайте определения: стилизация, стайлинг.
9. Какие выразительные средства композиции вы знаете?
10. Какие виды композиции вы знаете?
11. Назовите категории меры.
12. Объясните понятие зрительного центра тяжести.
13. Чем обеспечивается визуальная целостность композиции?
14. От чего зависит пространственная активность (доминантность) элемента?
15. Чем отличается центр композиции от центра картинного поля?
16. В чем выражается иерархия элементов композиции?
17. Какова роль орнаментальных символов в визуальной коммуникации?
18. Чем отличаются метр и ритм?
19. Дайте определения: динамика, статика.
20. Дайте определения: элемент, мотив.
21. Дайте определения: симметрия, асимметрия.
22. Назовите и раскройте понятия категорий композиции.
23. Чем отличаются средства, свойства и качества композиции?

6.2.5. Вопросы к зачету по дисциплине (5 семестр)

1. Чем определяются силовые линии и силовые поля элемента?
2. Определите понятие «образ – ассоциация».
3. Какие виды композиционных решений картинной плоскости вы можете назвать?
4. Какие виды пропорций вы можете назвать?
5. Дайте определение термина «пропорция», «модуль».
6. Дайте определение терминов: «золотое сечение», «ряд чисел Фибоначчи».

7. Дайте определение термина “пропорционирование”.
8. Дайте определение терминов: контраст, нюанс, тождество.
9. Сформулируйте закон соподчинения.
10. Сформулируйте закон доминанты.
11. Сформулируйте закон трехкомпонентности.
12. Сформулируйте закон контраста.
13. Сформулируйте закон простоты.
14. Дайте определение структуры.
15. Дайте определение комбинаторики.
16. Назовите основные виды симметрии.
17. Дайте определение асимметрии.
18. Дайте определение формы, фактуры поверхности.
19. Дайте определение тектоники.
20. Назовите виды тектонических систем.
21. Назовите и раскройте понятия трех видов пластики объемной формы.
22. Назовите виды композиционных структур, получаемых при различной компоновке форм.
23. Дайте определение понятия «дизайн».
24. Образ художественный и образ проектный.
25. Функции объектов рекламного дизайна.
26. Основы эффективного дизайна.
27. Типы зрительского восприятия и способы его активизации.
28. Предпроектный анализ в дизайне: обзор и анализ аналогов.
29. Цветовая гармония в рекламном дизайне. Роль цветовой гаммы в рекламном дизайне
30. Плакат как графическая форма
31. Композиционные приемы в плакатной графике
32. Концепция в дизайне. Рекламная концепция товара. Роль упаковки
33. Виды и типы упаковки
34. Технологии упаковочных производств
35. Рекламные носители. Особенности визуального решения рекламы
36. Компоненты фирменного стиля и их классификация. Структура брендбука.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

1. Власова, Ю. А. Практическое применение технологий графического дизайна в арт-бизнесе и рекламе : учебно-методическое пособие для обучающихся вузов по направлению подготовки 50.03.01 "Арт-бизнес и реклама" по дисциплине "Практика графического дизайна" / Ю. А. Власова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Краснодар. гос. ин-т культуры, Каф.дизайна. – Краснодар : КГИК, 2022. – 90 с. : ил. – Текст (визуальный) : непосредственный.

2. Саблина, Н. А. Технология визуализации графической информации в профессиональном образовании / Н. А. Саблина ; Липецкий государственный педагогический университет им. П. П. Семенова-Тян-Шанского. – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет им. П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2022. – 69 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700503> (дата обращения: 04.05.2023). – Текст : электронный.

3. Графический дизайн. Современные концепции : учебное пособие для вузов / отв. ред. Е. Э. Павловская. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2019. – 117, [1] с. : ил. – (Университеты России). – Текст (визуальный) : непосредственный.

4. Мелкова, С. В. Проектирование: графический фэшн-дизайн : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» / С. В. Мелкова ; отв. ред. сер. И. Л. Скипор ; Кемеровский государственный институт культуры. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2019. – 142 с. : ил. – (КемГИК – подготовке кадров сферы культуры и искусства). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696684> (дата обращения: 04.05.2023). – Текст : электронный.

7.2. Дополнительная литература

1. Сетки. Креативные решения для графических дизайнеров / введ. Л. Робертс; пер. С. Гилим. – Москва : РИП-холдинг, 2009. – 224 с. : ил. – Текст (визуальный) : непосредственный.

2. Терещенко, Г. Ф. Создание визуальной рекламы средствами графического дизайна : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. 072500 Дизайн (профиль "Графический дизайн") / М-во культуры РФ; КГУКИ. – Краснодар, 2015. – 117 с. – Текст (визуальный) : непосредственный.

3. Пендикова, И. Г. Графический дизайн: стилевая эволюция : [монография] / И. Г. Пендикова ; под ред. Л. М. Дмитриевой ; ОмГТУ. – Москва : Магистр : Инфра-М, 2018. – 159 с. – Текст (визуальный) : непосредственный.

7.3 Интернет-ресурсы

1. <https://www.bypeople.com/>;
2. <http://www.freebiesjedi.com/>;
3. CSSAuthor;
4. <https://pixelbuddha.net/>;
5. <http://www.designshock.com/>
6. youthdesigner.com

7.4. Методические указания и материалы по видам занятий

Курс лекций разбит на темы, каждая из которых является логическим продолжением предыдущей.

При чтении лекций необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

1. В лекциях необходимо сочетать теоретические материалы и практические примеры, представляющие практику рекламного дизайн-проектирования.

2. Необходимо проследить взаимосвязь научных и технических открытий с процессами воспроизводства рекламы.

3. С учетом того, что тематика развития дизайн-деятельности в ее современной трактовке является относительно новым явлением, необходимо достаточно широко освещать ее зарубежный опыт, сопоставляя его с возможностью применения в российских условиях.

4. Для закрепления лекционного материала, подготовки к семинарам и выполнения самостоятельной работы рекомендуется в качестве основной литературы опираться на перечень литературы, указанной в п. 7 РП дисциплины. Учитывая, что тема развития рекламного дизайна, является очень динамичной, необходимо добиваться того, чтобы наряду с базовыми учебниками студенты активно использовали другие источники – аналитические материалы, материалы периодических изданий, включая интернет сайты известных теоретиков и практиков дизайна.

5. Рекомендуется иллюстрировать материалы лекций подробным визуальным рядом.

Практические занятия следует организовывать так, чтобы закрепление лекционного материала проводилось в активных формах, предполагающих значительную работу студентов с конкретными документами, периодическими изданиями и другими информационными источниками. Предполагается проведение семинарских занятий в следующих основных формах:

- *Подготовка и презентация докладов.* Студенты самостоятельно работают с первоисточниками (теоретическими, аналитическими, графическими) и делают в ходе каждого занятия доклады, которые потом обсуждаются в режиме «вопрос-ответ». Эффективной практикой в данном случае является подготовка докладов по отличающимся друг от друга направлениям.

- *Самостоятельные домашние задания*, в ходе которых студенты проводят анализ рекламных проектов российских и зарубежных дизайнеров, готовят сообщения. Анализ таких проектов позволяет студентам вникнуть в практические проблемы дизайн-деятельности и предложить свое решение проблемы. На семинаре преподаватель делает анализ выполненных работ.

- *Текущий контроль знаний студентов* рекомендуется проводить в форме тестирования.

В рабочей программе дисциплины предложен план проведения каждого практического занятия, однако он может быть скорректирован в соответствии с актуальностью той или проблемы, а также интересами и возможностями студенческой аудитории.

Для самостоятельной работы рекомендуется перечень основной и дополнительной литературы, а также методические указания и учебные пособия, разработанные для данной дисциплины.

Текущие результаты контролируются в процессе практических занятий.

Конечным результатом является плановая процедура итогового контроля – **зачет**. Критерии оценки знаний при итоговом контроле определены в рабочей программе дисциплины.

7.5. Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – WindowsXP, Windows 7; пакет прикладных программ MSOffice 2007; пакет прикладных программ для работы с графикой AdobeMasterCollectionCS6.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**9. ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ
Б1. О.27 ПРАКТИКА ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА**

на 20___ – 20___ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

—	_____
—	_____
—	_____
—	_____
—	_____
—	_____
—	_____
—	_____
—	_____
—	_____

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____.

Протокол № ____ от «___» _____ 20___ г.

Исполнитель(и):

_____/	_____/	_____/	_____
должность	Подпись	Фамилия И. О.	Дата
_____/	_____/	_____/	_____
должность	Подпись	Фамилия И. О.	Дата

Заведующий кафедрой

_____/	_____/	_____/	_____
наименование кафедры	Подпись	Фамилия И. О.	Дата

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1. О.27 ПРАКТИКА ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1. О.27 Практика графического дизайна
Цель дисциплины	– формирование у обучающихся проектного мышления, овладения ознакомительными навыками графического проектирования объектов визуально-коммуникационной среды (информационного пространства) в соответствии с поставленными задачами и требованиями целевой аудитории.
Задачи дисциплины	– формирование у обучающихся понимания специфики дизайнерской деятельности и его коммуникационной роли; – формирование компетентностной характеристики в соответствии с профилем профессиональной подготовки; – наработка опыта применения графического инструментария, средств компьютерной графики при решении профессиональных задач; – развитие художественного и творческого стиля мышления; – формирование положительной мотивации к обучению, к реализации личностного творческого потенциала и к профессиональному саморазвитию; – овладение методами анализа дизайн-решения объектов.
Коды формируемых компетенций	ОПК-3
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: знания: принципы и технологии графического дизайна в арт-проектировании и рекламной деятельности в сфере визуальной рекламы умения: уметь применять в практике профессиональной деятельности принципов и технологий в арт-проектировании рекламной деятельности в сфере визуальной рекламы навыки: опытом применения в практике профессиональной деятельности принципов и технологий в арт-проектировании рекламной деятельности в сфере визуальной рекламы
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 6; в академических часах –216.
Разработчики	О. Ю. Прудовская, канд. пед. наук, доцент, доцент, зав. кафедрой дизайна КГИК Ю. А. Власова, старший преподаватель кафедры дизайна КГИК

