

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой истории, культурологии и музееведения

Дата подписания: 28.06.2024 11:38:20

Уникальный программный ключ:

f44eef2bd05d36fb6ccbfd4c09b3b18c8392fed4

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет гуманитарного образования

Кафедра истории, культурологии и музееведения

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой

истории, культурологии

и музееведения

 А.В. Кудинова

«14» мая 2024 г. Пр. № 16.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **Б1.О.27 Практика графического дизайна**

50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (Арт-бизнес и реклама)

Форма обучения – заочная

**Краснодар  
2024**

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 (№ 532 от 08.06.2017).

**Рецензенты:**

Доцент, кандидат культурологии, зав. кафедры социально-культурной деятельности, ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры»

Л.Н. Кондратьева

Руководитель автономной некоммерческой организации «Международный центр творческого развития, социальных инноваций и театра

Е.Н. Новгородова

**Составитель:** А.В. Кудинова, кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой истории, культурологии и музееведения.

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры истории, культурологии и музееведения 14 мая 2024 г., протокол № 16.

Рабочая программа учебной дисциплины «Практика графического дизайна» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 23 мая 2024 г., протокол № 9.

## Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	С. 4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	С. 4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе компетенциями	С. 4-5
4. Структура и содержание дисциплины	С.5-16
4.1. Структура дисциплины:	С.5-6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	С. 6-16
5. Образовательные технологии	С. 17
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	С. 17-23
6.1. Контроль освоения дисциплины	С. 17-18
6.2. Оценочные средства	С. 18-26
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины	С. 23
7.1. Основная литература	С. 23
7.2. Дополнительная литература	С. 23
7.3. Интернет-ресурсы	С. 24
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	С. 24-25
7.6. Программное обеспечение	С. 25
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	С. 25
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	С. 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», «Фотография».

## **3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.**

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
Способен учитывать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности (ОПК-3)	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

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единицы (216 часов).

*По заочной форме обучения (4 и 5 семестры)*

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах / з.е.)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации ( <i>по семестрам</i> )
				Л	ПЗ	Кон тр	СР	
				1	Основы графического дизайна	2		
<b>Форма промежуточной аттестации</b>								Зачет
2	Основы проектной деятельности в графическом дизайне	2		6	6		105	Опрос, проверка практических заданий
<b>ИТОГО</b>				<b>12</b>	<b>12</b>		<b>165</b>	
<b>Вид итогового контроля</b>								Экзамен

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

### 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
<b>4 семестр</b>			
<b>Раздел 1. Основы графического дизайна</b>			
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 выразительности графического языка	<u>Лекции:</u> Композиционные и художественные средства рекламного дизайна. Условия выразительности графического 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 объекта графического 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 графического образа. 2. Форма и контрформа в дизайне. 3. Графика: рисунок, оформительская графика, чертеж, фирменный стиль, визитка, бланки, деловая графика.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов	15/0,4	
Тема 1.4.	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ОПК-3

Стилизация	<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.Имитация и аффектация. 4.Мифодизайн в рекламе. Подготовка графических листов	15/0,4	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		Зачет	
<b>5 семестр</b>			
<b>Раздел 2. Основы проектной деятельности в графическом дизайне</b>			
Тема 2.1. Определение понятий: «проектирование», «проект»	<u>Лекции:</u> Проектирование, проект, проектная культура. Обзор ведущих методик и технологич 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.	2/0,05	ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение литературы и Интернет-ресурсов, разработка 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

	<p><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.</p>	4/0,1	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u>  изучение литературы и Интернет-ресурсов, подготовка документации по концепции проекта</p>	11,6/0,3	
<p>Тема 2.3.  Виды художественной деятельности как составляющей части проекта</p>	<p><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.</p>	2/0,05	ОПК-3
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u>  не предусмотрены</p>		



	<p><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</p>	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 книги, буклета как объекты дизайна	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ОПК-3
	<u>Практические занятия:</u> не предусмотрены		
	<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. Разра-	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> не предусмотрены		

ботка фирменного стиля и руководства по его эксплуатации	<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 едином (выставочном) пространстве. Суперграфика	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ОПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка объемных макетов выставочной экспозиции 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. Эргономика. 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 большого масштаба для средового дизайна замкнутых и открытых пространств. 6.Суперграфика как элемент синтеза искусств. Подготовка объемных макетов к практическому занятию	11,6/0,3	
<b>Вид итогового контроля</b>		Экзамен	
<b>Итого</b>		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) подчеркнутое 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

### **6.3.1. 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?

### **6.3.2. 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. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования : учебное пособие / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 239 с. : ил. - ISBN 978-5-238-01525-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> (29.08.2017).

2. Элам, К. Геометрия дизайна. Пропорции и композиция [Текст] / К. Элам. - СПб : Питер, 2014. - 108 с.

3. Эйри, Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера / Т. Самара. – СПб: Питер, 2014. – 207 с.

### **7.2. Дополнительная литература**

4. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учеб.пособие / С. Б. Головкин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 423 с.

5. Прудовская, О. Ю. Основы дизайна. Выразительные средства дизайна : учебное пособие / под общ.ред. О. Ю. Прудовской ; А. Р. Багаутдинова, И. Ю. Капустинская. – Омск : Омский государственный институт сервиса, 2009. – 185 с.

6. Самара, Т. Дизайн публикаций. Практикум / Т. Самара. – М.: РИП-холдинг, 2007. – 239 с.

7. Щетинская Н.Б. Адаптация студентов с ограниченными возможностями здоровья к условиям обучения в вузе культуры: Методические рекомендации для преподавателей. – Краснодар: КГИК, 2016. – 42 с.

8. Щетинская Н.Б. Развитие коммуникативной компетентности студентов с ограниченными возможностями здоровья: Методические рекомендации для студентов. – Краснодар: КГИК, 2016. – 28 с.

9. Руськин В.И. Социокультурная реабилитация студентов-инвалидов средствами искусства в процессе педагогической деятельности: Методические рекомендации. – Краснодар: КГИК, 2016. – 22 с.

### **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. [youthedesigner.com](http://youthedesigner.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 прослеживать 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 соответ-

ствии 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.

## **7.6. 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.

**Дополнения и изменения  
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

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 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (наименование)

Протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Исполнитель(и):

_____ / _____ / _____ / _____
(должность)      (подпись)      (Ф.И.О.)      (дата)
_____ / _____ / _____ / _____
(должность)      (подпись)      (Ф.И.О.)      (дата)

Заведующий кафедрой

_____ / _____ / _____ / _____
(наименование кафедры) (подпись)      (Ф.И.О.)      (дата)