

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»  
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОПОП

И.В. Кучерук  
«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой дизайна  
и архитектуры  
И.В. Кучерук  
«04» апреля 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Основы производственного мастерства»**

Составитель(и)

**Сабирова Ю.В., ст. преподаватель  
кафедры дизайна и архитектуры;  
54.03.01 ДИЗАЙН**

Направление подготовки / специальность

Направленность (профиль) ОПОП

**Графический дизайн  
бакалавр**

Квалификация (степень)

**Очно-заочно**

Форма обучения

Год приёма

**2023**

Курс

**3**

Семестр(ы)

**3-8**

Астрахань, 2024 г.

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**1.1. Целями освоения дисциплины (модуля) «Основы производственного мастерства» является:** формирование у студентов знаний и умений, необходимых для работы над проектами в области графического дизайна, с использованием разнообразных графических техник; воспитание и развитие необходимой графической культуры как одного из основополагающих профессиональных качеств, формирование проектного мышления, понимания конструктивно - пластической структуры графических объектов как основного вида графического дизайна; формирование умений синтезировать набор возможных решений задач или подходов к выполнению дизайн-проекта.

**1.2. Задачи освоения дисциплины (модуля): «Основы производственного мастерства»** развитие умений осуществлять комплексный подход к решению проектных задач, а также профессионального отношения к процессу в учреждениях и на предприятиях дизайнерской направленности.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП**

**2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Основы производственного мастерства» относится к обязательной части учебного плана направления подготовки 54.03.01 Дизайн и осваивается в 3-8 семестрах**

«Основы производственного мастерства» – ведущая дисциплина профессионального цикла в процессе профессионального обучения и творческой практики дизайнеров - графиков. Она взаимодействует с дисциплинами общепрофессионального и профессионального цикла: рисунком, живописью, скульптурой, пропедевтикой (основы композиции в графическом дизайне), проектированием в графическом дизайне, историей искусств и историей графического дизайна.

В программе дисциплины «Основы производственного мастерства» закладывается база для дальнейшей художественно-проектной деятельности специалистов дизайнеров-графиков. Дисциплина основывается на практических занятиях, в процессе которых обучающиеся осваивают различные материалы, техники проектной графики и применение данных техник на примере конкретных заданий. Выполнение вводных упражнений подготавливает студентов к работе над усложненными плоскостными и объемно-пространственными заданиями с использованием смешанных техник исполнения, что, в свою очередь, органично подводит студентов к процессу комплексного проектирования. Приобретая основные практические навыки графического мастерства в рамках этой программы студенты знакомятся, с проектным моделированием, где закладываются основы формирования проектного мышления.

**2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами:**

- Пропедевтика, введение в информационные технологии, перспектива и композиция в художественно-проектной практике, цветоведение и колористика.

Знания: основ графического дизайна, колористики и ориентирование в графических редакторах.

Умения: разрабатывать проектную идею, моделировать и проектировать, доступно и грамотно излагать свои мысли; в совершенстве пользоваться русским языком.

Навыки: рисунка, линейно-конструктивного построения и основами академической живописи; приемы работы в макетировании и моделировании; приемы работы с цветом и цветовыми композициями.

**2.3. Последующие учебные дисциплины (модули) и (или) практики, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной (модулем):** Современные стили искусства

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

**а) общепрофессиональных (ОПК):**

ОПК-3 Способен выполнять поисковые эскизы изобразительным и средствами и способами проектной графики; разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления)

ОПК-4. Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики.

**Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения**

Код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ОПК-3 Способен выполнять поисковые эскизы изобразительным и средствами и способами проектной графики; разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические	ИОПК-3.1.1. способен выполнения поисковых эскизов изобразительными средствами и способами проектной графики; понимает, как разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; определяет набор возможных решений при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические	ИОПК-3.2.1. Выполняет поисковые эскизы изобразительными средствами и способами проектной графики; разрабатывает проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезирует набор возможных решений и научно обосновывает свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические	ИОПК-3.3.1. Владеет способами выполнения поисковых эскизов изобразительными средствами и способами проектной графики; формирует возможные решения проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; оценивает и выбирает набор возможных решений при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих

Код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления)	потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления).	потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления).	утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления).
ОПК-4. Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики.	ИОПК-4.1.1. Знает варианты применения линейно-конструктивного построения, цветового решения композиции, современной шрифтовой культуры и способов проектной графики при проектировании, моделировании, конструировании предметов, товаров, промышленных образцов и коллекций, художественных предметно-пространственных комплексов, интерьеров зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объектов ландшафтного дизайна, промышленных образцов и коллекций, художественных предметно-пространственных комплексов, интерьеров зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объектов ландшафтного дизайна.	ИОПК-4.2.1. Применяет при проектировании, моделировании, конструировании предметов, товаров, промышленных образцов и коллекций, художественных предметно-пространственных комплексов, интерьеров зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объектов ландшафтного дизайна оптимальные решения линейно-конструктивного построения, цветового решения композиции, современной шрифтовой культуры и способов проектной графики.	ИОПК-4.3.1. Владеет при проектировании, моделировании, конструировании предметов, товаров, промышленных образцов и коллекций, художественных предметно-пространственных комплексов, интерьеров зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объектов ландшафтного дизайна, принципами линейно-конструктивного построения, цветового решения композиции, современной шрифтовой культуры и способами проектной графики.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах (13 зачетных единиц), из них: 102 часа на контактную работу (66 часов на лабораторные работы, и 36 часов - практические занятия), и 366 ч на самостоятельную работу студентов. Зачет в 4, 7 семестрах. Экзамен в 3,5,6,8 семестрах.

**Таблица 2. Структура и содержание дисциплины (модуля)**

№ п/п	Раздел, тема дисциплины (модуля)	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самостоятельная работа		Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
1	Тема 1. Рукотворный мир как результат деятельности человека. Зрительное восприятие формы в пространстве.	3		3			32	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций
2	Тема 2. Иллюзорность при восприятии графики.	3		5			32	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций
3	Тема 3. Искусство цвета. Значение цвета в изобразительном искусстве. Первоначальные умения проектной деятельности.	3		5			32	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций
4	Тема 4. Композиция. Технология изготовления изделий из различных материалов. Открытка. Панно.	3		5			30	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций
5	Тема 5. Типы композиции. Практическая работа по построению формальной композиции. Поиск и применение информации для решения технических и технологических задач.	4		5			13	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций
6	Тема 6. Основы типографического дизайна. Выбор темы. Работа с аналогами. Упаковка. Визитка.	4		5			13	Тематические дискуссии, анализ

							конкретных ситуаций	
7	Тема 7. Шрифтовая композиция. Создание эскиза рекламной продукции.	4		5			13	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций
8	Тема 8 Рекламная табличка.	4		3			15	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций
9	Тема 9. Создание эффективных публикаций. Композиция текста и изображения. изготовления изделия	5			5		13	Лабораторная работа.
10	Тема 10. «Декоративное панно» для интерьера.	5			5		13	Лабораторная работа.
11	Тема 11. Дизайн Web-страниц. Эскиз. Упаковка, Пакет, Сумка.	5			5		13	Лабораторная работа.
12	Тема 12. Цвет в Web. Перспективы развития Web – дизайна. Эскиз. Интерьерное украшение.	5			3		15	Лабораторная работа. Подготовка к экзамену. <b>Итоговый контроль: Экзамен.</b>
13	Тема 13. Визуальные средства рекламы. Знак-индекс как частный случай формальной композиции.	6			4		14	Лабораторная работа.
14	Тема 14. Стилизация объекта по собственному или заданному свойству. Изобразительный знак. Новогодняя игрушка.	6			4		14	Лабораторная работа.
15	Тема 15. Знак на основе шрифтовых элементов. Комбинированные знаки. Этапы разработки товарных знаков. Информационной продукции АГУ факультета, салона – каталоги, буклеты, визитки.	6			4		14	Лабораторная работа.
16	Тема 16 Особенности различных видов печатной рекламной продукции. Листовки. Проектный анализ. Методы дизайн-проектирования рекламной продукции.	6			3		15	Лабораторная работа. Подготовка к экзамену. <b>Итоговый контроль:</b>

							<b>Экзамен.</b>
17	Тема 17. «Концепция и методы проектирования в дизайне». Дизайн и социум. Разработка концепции проекта. Методы дизайн - проектирования сувенирной продукции. Календари. Блокноты.	7		3		6	Лабораторная работа.
18	Тема 18. Методы дизайн-проектирования сувенирной продукции. Значки. Футболки. Бейсболки.	7		3		6	Лабораторная работа.
19	Тема 19. Упаковка продукта. Товарная этикетка. POS-материалы.	7		3		6	Лабораторная работа.
20	Тема 20. Плакат. История рекламноплакатной графики. Приемы, используемые в современном плакате.	7		4		5	Лабораторная работа. Подготовка к зачету. <b>Итоговый контроль: Зачет.</b>
21	Тема 21. Тема Дизайн – проект «Астраханский сувенир»	8		5		13	Лабораторная работа.
22	Тема 22. Наружная реклама.	8		5		13	Лабораторная работа.
23	Тема 23. Изобразительные средства телевизионной рекламы.	8		5		13	Лабораторная работа.
24	Тема 24. Дизайн-проект. Эскиз оформления экстерьера предлагаемого объекта «Филармонии», «Театра Юного зрителя», «Ярмарки на Кремлевской площади» и т.д.	8		5		13	Лабораторная работа. Подготовка к экзамену. <b>Итоговый контроль: Экзамен.</b>
<b>ИТОГО: 468</b>				<b>36</b>	<b>66</b>	<b>366</b>	

**Таблица 3. Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины (модуля) и формируемых компетенций**

Темы, разделы дисциплины	Кол-во часов	компетенции		общее количество компетенций
		ОПК-3	ОПУ-4	
Тема 1. Рукотворный мир как результат деятельности человека. Зрительное восприятие формы в пространстве.	35	+	+	2
Тема 2. Иллюзорность при восприятии	37	+	+	2

графики.				
Тема 3. Искусство цвета. Значение цвета в изобразительном искусстве. Первоначальные умения проектной деятельности.	37	+	+	2
Тема 4. Композиция. Технология изготовления изделий из различных материалов. Открытка. Панно.	35	+	+	2
Тема 5. Типы композиции. Практическая работа по построению формальной композиции. Поиск и применение информации для решения технических и технологических задач.	18	+	+	2
Тема 6. Основы типографического дизайна. Выбор темы. Работа с аналогами. Упаковка. Визитка.	18	+	+	2
Тема 7. Шрифтовая композиция. Создание эскиза рекламной продукции.	18	+	+	2
Тема 8 Рекламная табличка.	18	+	+	2
Тема 9. Создание эффективных публикаций. Композиция текста и изображения.  изготовления изделия	18	+	+	2
Тема 10. «Декоративное панно» для интерьера.	18	+	+	2
Тема 11. Дизайн Web-страниц. Эскиз. Упаковка, Пакет, Сумка.	18	+	+	2
Тема 12. Цвет в Web. Перспективы развития Web – дизайна. Эскиз. Интерьерное украшение.	18	+	+	2
Тема 13. Визуальные средства рекламы. Знак-индекс как частный случай формальной композиции.	18	+	+	2
Тема 14. Стилизация объекта по собственному или заданному свойству. Изобразительный знак. Новогодняя игрушка.	18	+	+	2
Тема 15. Знак на основе шрифтовых элементов. Комбинированные знаки. Этапы разработки товарных знаков. Информационной продукции АГУ факультета, салона – каталоги, буклеты, визитки.	18	+	+	2

Тема 16 Особенности различных видов печатной рекламной продукции. Листовки. Проектный анализ. Методы дизайн-проектирования рекламной продукции.	18	+	+	2
Тема 17. «Концепция и методы проектирования в дизайне». Дизайн и социум. Разработка концепции проекта. Методы дизайн - проектирования сувенирной продукции. Календари. Блокноты.	9	+	+	2
Тема 18. Методы дизайн-проектирования сувенирной продукции. Значки. Футболки. Бейсболки.	9	+	+	2
Тема 19. Упаковка продукта. Товарная этикетка. POS-материалы.	9	+	+	2
Тема 20. Плакат. История рекламно-плакатной графики. Приемы, используемые в современном плакате.	9	+	+	2
Тема 21. Тема Дизайн – проект «Астраханский сувенир»	18	+	+	2
Тема 22. Наружная реклама.	18	+	+	2
Тема 23. Изобразительные средства телевизионной рекламы.	18	+	+	2
Тема 24. Дизайн-проект. Эскиз оформления экстерьера предлагаемого объекта «Филармонии», «Театра Юного зрителя», «Ярмарки на Кремлевской площади» и т.д.	18	+	+	2

### **Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)**

#### **Тема 1. Рукотворный мир как результат деятельности человека.**

Зрительное восприятие формы в пространстве.

1.1 Свойства зрительного восприятия.

1.1.1. Последовательность.

1.1.2. Избирательность.

1.1.4. Запоминаемость.

1.1.5. Целостность восприятия.

1.1.6. Константность.

1.1.7. Соотносительность.

Примеры целостного восприятия линий.

Пример константности восприятия.

Пример соотносительности при восприятии размера.

Упражнение №1

В CorelDRAW создайте пример зависимости светлоты от контраста.

Повторить упражнение вручную в материале.

ФА-3, гуашь, кисть.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

#### **Тема 2. Иллюзорность при восприятии графики.**

1.2. Перспектива

1.3. Тени.

1.4. Ассоциативности образность

### 1.5.Выразительность графических средств.

Примеры иллюзий при восприятии формы объектов.

Примеры графических иллюзий.

Эмоциональное восприятие основных элементов графики - точки, линии, пятна.

Упражнение №2

В CorelDRAW создайте простые геометрические объекты квадрат, круг, прямоугольник, пятно произвольной формы. Поворачивая и перемещая эти объекты, изменяя их размеры и цвет, выполните все примеры, иллюстрирующие графические иллюзии при восприятии формы объекта.

Выполнить упражнения вручную в материале. Создать абстрактные образы.

ФА-3, гуашь, кисть.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

### **Тема 3. Искусство цвета. Значение цвета в изобразительном искусстве.**

Первоначальные умения проектной деятельности.

Природа цвета. Почему мы видим цвет.

Восприятие изображения в значительной мере определяется цветом. Цвет делает изображение более выразительным. Передает настроение, обостряет восприятие, придает форме особую значимость и одухотворенность.

В искусстве и практической деятельности постоянно решаются вопросы, связанные с цветом.

Мир прекрасен, потому что человек воспринимает его в цвете. Обратите внимание, как похожи слова «прекрасный» и «красочный».

Импрессионисты изучали влияние на цвет солнечного освещения, изменчивого состояния атмосферы.

Влияние освещения на цвет. Эмоциональное воздействие цвета. Психологическое восприятие отдельных цветов и их сочетаний. Влияние моды. Компьютерные цветовые модели.

Упражнение №3

Выполнить примеры композиций за компьютером и с помощью аппликации из цветной бумаги.

ФА-3, гуашь, кисть.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

### **Тема 4. Композиция. Технология изготовления изделий из различных материалов. Открытка. Панно. Календарь.**

Виды композиции. Фронтальная композиция. Объемная композиция. Пространственная композиция. Принципы построения композиции. Работа над формой. Средства выразительности композиции.

Для создания выразительной композиции нужно, чтобы как она сама, так и её элементы обладали достаточной степенью структурной сложности. Это не значит, что композиция должна содержать много элементов, или что отдельные её части должны иметь сложную форму или цвет. Структурная сложность зависит от разнообразия средств, принципов, методов организации. Нельзя понимать композицию как набор объектов, расположенных в определенной последовательности в определенном месте. Хорошая композиция отличается от плохой так же, как поэзия зарифмованных слов.

Упражнения №4

Выполнить эскиз композиции открытки и т. д.( по выбору преподавателя)

CorelDRAW и вручную.

Основная ошибка, характерная для компьютерных графических изображений, - сухость, отсутствие образа. Работа мозга более гармонично выражается в движении кисти или карандаша, чем в перемещении мыши на столе и маркера на экране компьютера, следовательно, построение композиции, как правило, должно начинаться с рукотворного эскиза. Придумайте художественный образ, а возможности компьютера помогут найти приемы для его графического воплощения.

ФА-3, гуашь, кисть.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

#### **Тема 5. Типы композиции. Практическая работа по построению формальной композиции.**

Поиск и применение информации для решения технических и технологических задач.

Типы композиции:

Сюжетно-изобразительная композиция;

Декоративно-тематическая композиция;

Композиция предметных форм;

Формальная композиция.

Практическая работа по построению формальной композиции.

Связи и отношения между элементами формальной композиции.

Отношение «Элементы - пространство» в композиции. Статичная и динамичная Формальная композиция.

Упражнение.

Создать формальную композицию из семи элементов произвольной формы, а затем изменить значимость элементов композиции за счет изменения цвета, положения на плоскости, угла поворота.

ФА-3, гуашь, кисть.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

#### **Тема 6. Основы типографического дизайна. Выбор темы. Работа с аналогами. Упаковка. Визитка.**

Шрифт как объект графического дизайна. Краткая история шрифтов. Краткая история шрифтов. История развития шрифтов латинского алфавита. История развития кириллических шрифтов. Классификация шрифтов по способам воспроизведения. Наборные шрифты. Основные элементы построения букв. Начертание. Характеристика наборного шрифта. Классификация наборных шрифтов.

Упражнения №6.

Найдите гарнитуру, шрифты которой имеют различные начертания. Сравните эти начертания.

Выполнить вручную алфавит рубленным шрифтом.

ФА-3, гуашь, кисть.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

#### **Тема 7. Шрифтовая композиция. Создание эскиза.**

Конструкцию и стилевые особенности шрифта легко проследить по наиболее простым и ясным формам:

- По контурам цифр;
- По формам характерных букв (например, У, Л, М);
- По вопросительному знаку;

- По округлым частям букв Р и В, наплывам;
- По контрасту между основными и соединительными штрихами;
- По форме засечек и свисающего элемента букв Ц и Щ.

Лучше всего форма читается у шрифтов с прямым светлым начертанием. В зависимости от горизонтальных размеров (ширин) различных знаков, шрифты делятся на моноширинные и пропорциональные.

Главное для шрифта хорошее восприятие.

Упражнение №7

Из библиотеки шрифтов любого шрифтового редактора выберите по три моноширинных и пропорциональных шрифта. Составьте таблицу, в которой будут представлены знаки: 2, 4, 7, 9, ?, У, Л, М, Р, В, Ц, Ш. Сравните стилевые особенности букв.

Выполнить вручную шрифтовую композицию. Эскиз.

ФА-3, гуашь, кисть.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

### **Тема 8 Рекламная табличка, листовка.**

Компьютерные технологии создания шрифтов.

С приходом в полиграфию компьютеров появился спрос на компьютерные шрифты. Шрифты – это серьезная работа дизайнеров и программистов. Контуров символов создаются на компьютере или сканируются с рисунка на бумаге. С помощью специального программного обеспечения производится разметка символов в соответствии с требованием форматов.

Упражнение №8

Создайте собственный шрифтовой каталог для рекламного буклета, выбрав по три гарнитуры из трех основных групп, антиквы, гротесков, брусковых.

Выполнить вручную рекламную табличку, используя материал по выбору.

Планшет 50\*40, гуашь, картон, пластик, оракал и пр.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

### **Тема 9. Создание эффективных публикаций.**

Композиция текста и изображения.

Создание эффективных публикаций. Объект типографики – носитель информации. Как вызвать интерес к текстовому документу. Дизайн печатной страницы. Выбор шрифта для текстового документа. Основные элементы публикации. Форма печатного документа. Модульная сетка, Создание публикаций рекламного характера. Типографические приемы. Композиция текста и изображения. Изображение, используемое в печатном документе, обычно называют иллюстрацией. Строго говоря, слово иллюстрация скорее применимо к многостраничному документу, например к книге. Тема книжной иллюстрации – большой и сложный вопрос. Сквозной дизайн. Автономные, полностью самостоятельные печатные документы встречаются все реже. Как правило, публикация является частью группы печатных документов. Периодические издания с первого взгляда узнаются по стилю оформления, книги часто выпускаются сериями и циклами, рекламные документы – элементы одного целого, часть рекламной политики фирмы. Поэтому почти всегда необходимо проследивать взаимосвязи, создавать единый образ. Для решения задачи единого оформления художник должен видеть структуру проекта.

Упражнение №9.

В CorelDRoW создайте многоколонный текстовый документ и продумайте композицию страницы, используя текстовые блоки различного содержания и иллюстрации разного формата.

Выполнить вручную эскиз иллюстрации к любимому художественному произведению.

Планшет 50\*40, гуашь, картон, бумага и пр.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

**Тема 10. «Декоративное панно» для интерьера.**

Выполнить вручную эскиз «Декоративного панно».

Планшет 50\*40, гуашь, картон, бумага и пр.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

**Тема 11. Дизайн Web – страниц.**

Домашняя страница.

Популярность компьютерных сетей растет лавинообразно. Каждая уважающая себя фирма создает свой Web – сайт, и спрос на Web –дизайнеров огромен. Число сайтов в мире увеличивается примерно на 4000 каждый день! Значимость Интернет постоянно возрастает, влияние его на жизнь людей трудно переоценить.

Основные требования к Web – сайтам:

- Практичность;
- Удобство;
- Визуальная привлекательность.

Общие принципы дизайна Web – сайтов. Структура сайта. Типы страниц.

Особенности отображения текста в Web.

Выполнить вручную эскиз упаковки, пакета, сумки.

Размер и материал по выбору студентов.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

**Тема 12. Цвет в Web. Перспективы развития Web – дизайна.**

Технические приемы использования цвета в Web. Цветовая палитра браузера.

Выразительность цвета в Web. Роль цвета в формировании образа сайта.

Перспективы развития Web – дизайна.

Выполнить вручную эскиз изделия для украшения интерьера: маску, вазу, часы, светильник.

Размер не более 30 см., материал по выбору студентов.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

**Тема 13..Визуальные средства рекламы. POS-материалы.**

Реклама – это передача информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения, потребителей, создания спроса, популяризации. В наше время реклама – мощная отрасль индустрии. Которая не только ускоряет сбыт товара, но и обеспечивает работой огромное количество дизайнеров.

Из истории рекламы. Классификация рекламы. Фирменный стиль. Товарный знак.

1.1 Составляющие фирменного стиля:

- \*информационная документация-визитки, проспекты, каталоги, буклеты;
- \*деловая документация-бланки, конверты, папки, прайс-листы;
- \*рекламная продукция-плакаты, листовки, открытки, рекламные ролики;
- \*сувенирная продукция-календари, блокноты, значки, брелки;
- \*упаковка-коробки, пакеты, фирменные флаконы, фирменная упаковочная бумага, наклейки. этикетки;

\*стиль оформления интерьеров офиса, торговых залов, выставочных витрин и экспозиций;

\*спецодежда;

\*оформление транспорта фирмы и прочее.

Очевидно, что каждая составляющая фирменного стиля является частью корпоративной рекламы.

1.2 Основные принципы фирменного стиля.

1.3 Товарная марка.

1.4 Товарный знак.

1.5 Логотип.

Знак-индекс как частный случай формальной композиции.

Упражнения №13

Придумайте собственную схему-основу и разработайте несколько вариантов знака-индекса в программе, CoreiDROW. Разрешается использовать эффекты, фильтры, применять логические операции преобразования объектов.

Выполнить вручную варианты знаков-индексов со скульптурной пластикой.

Бумага, Клей ПВА, титан, пастельная бумага, карандаш, гуашь, кисть, глина или пластилин, стеки, подставка.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

**Тема 14. Стилизация объекта по собственному или заданному свойству. Изобразительный знак. Новогодняя игрушка.**

Для создания декоративной композиции на основе реальных объектов, как правило, используется прием стилизации.

Стилизация – довольно сложный инструмент, им хорошо владеют профессиональные художники-графики.

Цель стилизации – художественное выражение основной характеристики, главного свойства, самой сущности объекта. Подход к стилизации зависит от того, какие ощущения, эмоции должен вызвать знак.

Изобразительный знак.

Фирменные знаки, полученные в результате стилизации изображения реального объекта.

Упражнения №14

Выполнить вручную примеры упражнения на стилизацию.

Ф А-3, бумага, карандаш, гуашь, кисть.

На основе самостоятельно выбранного Вами реального объекта создайте композицию, в которой выражен не сам объект, а образы, которые он вызывает.

Например, в результате стилизации изображения бабочки получились следующие варианты

- Орнамент из нескольких бабочек;
- Изображения аморфными линиями;
- Орнаментальное изображение крыла бабочки;
- Имитация рисунка шариковой ручкой.

Ф А-2, бумага, карандаш, гуашь, кисть.

Новогодняя игрушка.

Выполнить эскизы новогодних игрушек.

По выбранным эскизам выполнить новогоднюю игрушку в материале.

Материал и размер новогодних игрушек по выбору студентов.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

**Тема 15 Знак на основе шрифтовых элементов. Комбинированные знаки. Этапы разработки товарных знаков. Информационной продукции АГУ факультета, салона – каталоги, буклеты, визитки.**

Шрифт был придуман для записи и передачи информации, но если он используется в знаке – его функции меняются. Буквы, из которых построен знак, – это в первую очередь форма, а только потом содержание. Разнообразие этих форм огромно. Шрифтом можно любоваться так же. Как мы любим произведение искусства.

Логотипы различных фирм.

Логотипы из акцидентных шрифтов.

Знаки с использованием приема контрформы.

Стилизация букв в логотипах.

Упражнения №15

В CorelDRAW создайте логотип. В качестве основы выберите гарнитуру, подходящую по стилю проектируемому знаку. Напишите слово, затем. Если необходимо, с помощью инструмента Shape (форма) измените трекинг и 9или) кернинг, угол поворота букв, траекторию строки. Положение относительно базовой линии или другие параметры. Преобразуйте текст в кривые и примените декоративные эффекты.

Выполнить на компьютере эскизы информационной продукции АГУ – логотип, каталоги, буклеты, визитки.

Выполните ручные эскизы информационной продукции АГУ – логотип, визитки.

Планшет 50\*40, гуашь, картон, бумага, карандаш, кисть и пр.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

**Тема 16 Особенности различных видов печатной рекламной продукции. Плакаты. Листовки. Проектный анализ.**

Методы дизайн-проектирования рекламной продукции.

Особенности различных видов печатной рекламной продукции.

Рекламные материалы с текстовой информацией – бланки, схемы, листовки, плакаты, проспекты, каталоги – стали неотъемлемой частью повседневной жизни.

Листовки.

Листовка с большей вероятностью донесет рекламную информацию, если не будет выброшена в первые пять минут. На обратную сторону рекламного листка простой формы можно поместить схему метро. Расписание движения транспорта или другую справочную информацию. Более интересное и оригинальное решение – листовка, выполненная в виде какой-либо функциональной вещи: закладки для книги, календаря, подставки для стакана и т.д.

Буклеты.

Второй по популярности распространения печатный рекламный материал – буклеты. Эти листы с печатным материалом, сложенные определенным образом. В виде буклетов оформляют информационные материалы, театральные программки, приглашения, путеводители, детские книжки.

Визитные карточки.

Визитные карточки в наше время это идентификационный документ, который вручают с целью экономии времени при знакомстве. Карточка может быть индивидуальной или корпоративной, носить деловой или личный характер.

Проектный анализ.

Задумывая проект, дизайнер начинает с анализа. Анализ в дизайне подводит к проектному решению через рассмотрение определенного круга проблем и соотнесение с собственной творческой позицией. В процессе проектирования позволяет развивать проектную идею, сравнивая варианты по функциональным и художественным критериям. В анализе большую роль играет логический подход. Анализ в дизайне – предпроектное

изучение задач и обстоятельств проектирования, осмысление промежуточных и конечных результатов работы. Далее следует проектный анализ.

Проектный анализ - система мер, обеспечивающих адекватное отражение архитектурных и дизайнерских идей в условных формах подачи проектного материала в процессе проектирования. Стремление к улучшению проектного предложения заставляет автора в течение всего периода проектирования постоянно проверять и перепроверять — достаточно ли выразительно выглядит объект, то ли впечатление возникнет у потребителя в процессе его эксплуатации. Для успешного проектного анализа в распоряжении дизайнера должны находиться средства, позволяющие шаг за шагом сверять получившееся с первоначальными идеями, и если надо — вносить исправления.

Эти средства должны включать инструменты эстетического контроля соответствия результатов выполнения рутинных проектных операций (расчерчивание и образмеривание условных проекций, прорисовка деталей и фрагментов целого и т.д.) исходным предложениям и меры по исправлению допущенных ошибок. Вместе они составляют методологию проектного анализа, т.е. набор эмпирических советов и правил, позволяющих автору: отойти, «отвыкнуть» от непрерывного общения со своим детищем, увидеть его свежим, непредвзятым взглядом; сверить проделанное с внутренне сформулированной творческой задачей, найти объективные и случайные отступления от намеченной «идеальной цели»; Проектно-аналитические действия: Исследуемые особенности проекта (оригинальность, масштабность, тектоническая организация, эмоциональный строй) - Объекты анализа (дизайн-концепция (функционально-пространственная организация процесса), архитектурно-художественная идея (предметно-пространственная композиция), элементы композиции (архитектурно-дизайнерские «темы») - Приемы и методы проектирования (графическое завершение проекта, составление дополнительных проекций, моделей и изображений, «отстранение» визуального решения - составление условных аналитических схем (композиционная структура, соотношение масштабных уровней, ритмическая организация, колористический анализ и т.д.)) -Варианты потенциальных ошибок (технические (технологические), организационные, декоративные несоответствия, искажения образа) -Направления завершения проекта (исправление композиции, гармонизационные мероприятия, уточнение художественной задачи) -Ресурсы совершенствования проекта (технология функциональных процессов, материалы и оборудование, организационно-пространственная схема декоративные предложения) - Основные пути совершенствования проектных предложений (введение «доминантной темы», «доводка» доминанты, перестройка акцентного комплекса, целенаправленная корректировка исходных визуальных форм (стилизация, «Фирменный стиль», индивидуализация, работа с цветом, исправление пропорций и т.д.), масштабная координация).

В проектном анализе нужно проанализировать «формальные» качества работы: гармоничность, колористическую согласованность, ритмические и пропорциональные связи и закономерности; Но кроме того дизайнеру надо уметь представлять любую целостно задуманную проектную модель в виде предельно упрощенных условных схем, иллюстрирующих «частные» формальные или содержательные стороны проектного замысла, например, в виде обобщенных композиционных схем. Дело в том, что в процессе «обрастания» дизайн-концепции реальными размерами, конструкциями, наборами оборудования исходная идея часто искажается, заслоняется случайными впечатлениями и подробностями. Поэтому время от времени имеет смысл по уже наработанным материалам проекта составлять условные схемы взаимосвязей композиционных элементов получающейся структуры, разбивая ее на содержательные уровни: пространственная композиция (акцентно-доминантный строй комплекса), композиционные системы отдельных предметно-пространственных или декоративно-художественных фрагментов и т.д.

Условные композиционные схемы помогают избавиться от набегающих по ходу работы ошибок и искажений и проясняют автору положительные и отрицательные стороны его идей, дают импульс к их развитию. Другой прием — составление схем масштабной координации как на базе общих проекций объекта или комплекса, так и для его фрагментарных предметно-пространственных сочетаний. Представляя, какие принципиальные масштабные впечатления («героический» или «камерный» масштаб) должен получить зритель от восприятия всего ансамбля, какие его компоненты должны осуществлять предполагаемые связи объекта с потребителем (тактильные контакты, подробное восприятие полной системы масштабных состояний, укрупненные общие ощущения), автор может нацелено вносить необходимые преобразования в масштабный, а следовательно и композиционный строй своего произведения.

Методы дизайн-проектирование.

Следующим этапом дизайн проектирования выступает определения метода проектирования. Метод (от греч. *methodos* — путь исследования, познания, теория, учение) — совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения действительности, подчиненных решению конкретной задачи. В дизайнерском творчестве метод представляет собой совокупность приемов, способов, целесообразных действий, направленных на упорядочение проектного процесса. Метод отражает повторяемость приемов и путей дизайнерской деятельности, впоследствии становятся закономерности создания проектной модели правилами работы дизайнера.

«Концепция и методы проектирования в дизайне».

Лозунг «полезное должно быть прекрасным», выдвинутый дизайном на заре своего становления, сменился убеждением: «прекрасное и есть полезное». Тема очень актуальна, как для «человека со стороны», а самое главное для дизайнера. Дизайнер должен быть высокообразованным, иметь целостное и объемное мировоззрение, что будет способствовать грамотному применению в теории и на практике. Мировоззрение влияет на формирование концепции, которая определяет способ понимания себя как творца и профессионала, и трактовку проектируемой продукта, как целого. Дизайн создается человеком и для человека, они неразделимо связаны друг с другом.

Цель проектируемого продукта это ответ на потребность человека. Разрабатываемый проект «приходит в жизнь» в конкретное время и в конкретном месте. Для достижения цели необходимо учитывать внешние и внутренние факторы: технические характеристики изделия, его экономичность, характер материалов и конструктивных элементов, технологичность, удобство транспортировки и хранения и т.д. В ходе разработки большую роль играет аналитическая деятельность самого дизайнера, критика профессионалов, мнение заказчика и потребителя.

Самым существенным моментом является неразрывная связь всех обще проективных задач именно с целью продукта. Дизайнер должен грамотно разрабатывать концепцию, быть профессионалом своего дела, образованным, эрудированным, искателем приключений, жаждущим новых открытий. Дизайн, как явление общественной жизни, буквально пронзил все сферы человеческого творчества. В пределах этого явления традиционные художественно-промышленные профессии - гончары, мебельщики, сапожники, ювелиры - превратились в относительно обособленный отряд «прикладников», поддерживающих главную ударную силу - художников-модельеров промышленного и графического цехов.

Более того, дизайнерами стали и всегда считавшиеся самостоятельными зодчие. Ибо появилась и утверждается новая профессия - дизайн среды, лишившая архитекторов львиной доли их продукции. Дизайн как сложный синтез художественного проекта, процесса и результата деятельности, художественно-эстетической концепции и выражения ее в произведениях дизайна требует особого комплексного подхода к его изучению. Важно отметить, что дизайн осознается как способ преодоления разрыва между технической цивилизацией и духовной культурой, а дизайнерское проектирование представляется

способом гармонизации жизни человека в урбанистической среде. В то же время дизайн как деятельность в контексте проектной культуры остается малоизученным феноменом. Исторической и социокультурной трансформации подвергается не только сам дизайн, но и проектность как стиль мышления и способ деятельности. Дизайнерская деятельность в современном мире является много субъектной. Субъектом дизайна как социокультурной деятельности, субъектом проектирования социокультурного пространства выступает не только дизайнер-профессионал, но и «рядовой» потребитель вещей, продукции профессионального дизайнерского проектирования. Дизайнер через свою профессиональную деятельность способствует вживанию полезного предмета, продукции в рамки повседневной жизни, но использование дизайнерского предложения остается в конечном счете за потребителем, который в ходе повседневного манипулирования вещами создает собственную не только предметную, но и духовно-смысловую среду.

Упражнения №16

В CorelDRAW создайте эскиз листовки.

Выполните вручную эскизы листовки

Планшет 50\*40, гуашь, картон, бумага, карандаш, кисть и пр.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

**Тема 17. «Концепция и методы проектирования в дизайне». Дизайн и социум.**

#### **Разработка концепции проекта.**

Методы дизайн-проектирования сувенирной продукции. Календари. Блокноты.

«Концепция и методы проектирования в дизайне».

Лозунг «полезное должно быть прекрасным», выдвинутый дизайном на заре своего становления, сменился убеждением: «прекрасное и есть полезное». Тема очень актуальна, как для «человека со стороны», а самое главное для дизайнера. Дизайнер должен быть высокообразованным, иметь целостное и объемное мировоззрение, что будет способствовать грамотному применению в теории и на практике. Мировоззрение влияет на формирование концепции, которая определяет способ понимания себя как творца и профессионала, и трактовку проектируемой продукта, как целого. Дизайн создается человеком и для человека, они неразделимо связаны друг с другом.

Цель проектируемого продукта это ответ на потребность человека. Разрабатываемый проект «приходит в жизнь» в конкретное время и в конкретном месте. Для достижения цели необходимо учитывать внешние и внутренние факторы: технические характеристики изделия, его экономичность, характер материалов и конструктивных элементов, технологичность, удобство транспортировки и хранения и т.д. В ходе разработки большую роль играет аналитическая деятельность самого дизайнера, критика профессионалов, мнение заказчика и потребителя.

Самым существенным моментом является неразрывная связь всех обще проективных задач именно с целью продукта. Дизайнер должен грамотно разрабатывать концепцию, быть профессионалом своего дела, образованным, эрудированным, искателем приключений, жаждущим новых открытий. Дизайн, как явление общественной жизни, буквально пронзил все сферы человеческого творчества. В пределах этого явления традиционные художественно-промышленные профессии - гончары, мебельщики, сапожники, ювелиры - превратились в относительно обособленный отряд «прикладников», поддерживающих главную ударную силу - художников-модельеров промышленного и графического цехов.

Более того, дизайнерами стали и всегда считавшиеся самостоятельными зодчие. Ибо появилась и утверждается новая профессия - дизайн среды, лишившая архитекторов львиной доли их продукции. Дизайн как сложный синтез художественного проекта, процесса и результата деятельности, художественно-эстетической концепции и выражения ее в произведениях дизайна требует особого комплексного подхода к его изучению. Важно

отметить, что дизайн осознается как способ преодоления разрыва между технической цивилизацией и духовной культурой, а дизайнерское проектирование представляется способом гармонизации жизни человека в урбанистической среде. В то же время дизайн как деятельность в контексте проектной культуры остается малоизученным феноменом. Исторической и социокультурной трансформации подвергается не только сам дизайн, но и проектность как стиль мышления и способ деятельности. Дизайнерская деятельность в современном мире является многосубъектной. Субъектом дизайна как социокультурной деятельности, субъектом проектирования социокультурного пространства выступает не только дизайнер-профессионал, но и «рядовой» потребитель вещей, продукции профессионального дизайнерского проектирования. Дизайнер через свою профессиональную деятельность способствует вживанию полезного предмета, продукции в рамки повседневной жизни, но использование дизайнерского предложения остается в конечном счете за потребителем, который в ходе повседневного манипулирования вещами создает собственную не только предметную, но и духовно-смысловую среду.

#### Дизайн и социум.

В современном обществе дизайн становится сферой не только функционального проектирования, но и способом смыслового конструирования, игрой со смыслами. Современное потребление превращается в интенсивный процесс постоянного обновления вещей. Человек, руководствуясь своими желаниями, страхами, фантазиями, модой, престижем и т.д., стремится к постоянной погоне за новым, обновляя свое пространство, свою среду обитания. Кроме функционального использования, создание и потребление вещей становится деятельностью по формированию новой смысловой реальности. Объектом дизайнерского проектирования выступают вещи, «продукция», предметная среда. Вещи, предметы, исполненные смыслами культуры, выступают элементом моделируемой с их помощью социокультурной реальности.

В предметах дизайна получают предметно-вещественную закрепленность не только культурные смыслы бытийственного, экзистенциального характера, но и совокупность социальных отношений. Проектируя свою продукцию, дизайнер закладывает модель действия, манипуляции, оперирования. Соотнесение вещи со смысловым универсумом как источником, хранилищем накопленных смыслов превращает вещь в социокультурный проект, реализуемый в процессе социокультурных практик повседневности. Символически-знаковая, коммуникативная природа смыслового универсума определяет способы конструирования социокультурного пространства как манипуляции со знаками, а проектирование дизайнерской продукции – как лингвистическую деятельность. Рассмотрение дизайн-проектирования в социокультурном контексте обнаруживает, что унификация, стандартизация, агрегатирование и комбинаторика составляют язык, стиль мышления и способы деятельности в рамках модернистской проектности. Эти черты выступают не только техническим, но и культурологическим фактором, освобождая человека от беспорядочного многообразия вещей, трансформируя и редактируя всю совокупность отношений между человеком и предметным миром, культурные идеалы и ценности.

#### Разработка концепции проекта.

Когда перед дизайнером встает вопрос о проектировании, на первый план выходит такая система, как дизайнер - проект - предмет – вещь», которая полностью показывает дизайнерскую деятельность, деятельность от изначального замысла до «жизни вещи». Проект, согласно определению С.И. Ожегова - это «разработанный план сооружения, устройства чего-либо; предварительный текст какого-нибудь документа; замысел, план». Структура проектной деятельности сложна и включает следующие моменты: синтез воображения и абстрактного мышления, воображения и рассудка, интуитивного и дискурсивного способность предвосхищения, антиципация-синтез внутреннего, сокровенного, имманентно присущего творцу и внешнего, даваемого культурой и обстоятельствами консистенция знаний, игровой момент, единство отражения и

преображения действительности единство сознательного и бессознательного единство новаторского и репродуктивного. Когда мы осмысливаем продукцию на стадии ее существования в качестве проекта, то понимаем, что она еще не существует, но задумана и должна появиться». Человек совершает «выбор между существующим и несуществующим в пользу того, что пока отсутствует». Дизайнер «дает жизнь». В процессе разработки вещи дизайнер должен учитывать ее свойства и качества, которые будут пользоваться спросом у потенциальных покупателей. «Дизайнер создает предметный мир, построенный по эстетическим законам, главным свойством которого является соразмерность человеку. Ничто в мире не воспринимается людьми абсолютно объективно, без ощущения и учета собственного присутствия.

Дизайнер работает в материальном, чувственно-воспринимаемом мире, где связь человека с миром подразумевается сама собой. Создавая что-либо новое, человек осуществляет себя в этом мире. При этом дизайнеру требуется не только адекватно выразить себя, но соответствовать потребностям других. Фантазия дизайнера не безгранична. Главной отправной точкой любой проективной деятельности выступает сам человек. Представление о прекрасном, красивом, эстетически значимом всегда имеет основанием духовно-психологическое состояние человека при чувственном восприятии им тех или иных форм предметного мира. Несоразмерное, непропорциональное человеку оценивается главным образом как неудобное, эстетически несущественное либо безобразное не для человека». Дизайн создается человеком и для человека. Они неразделимо связаны друг с другом, здесь синтезируются, история, культура, география, индивидуальность и др. История постоянно меняется, слили, модные тенденции, вкусы следовательно отношение человека.

С течением времени все больше внимания уделяется индивидуальности человека. мода изменчива, сегодня мы носим одно, а завтра это не модно и вещь становится не нужной. Разница менталитета не позволяет найти понимания. В жизнь вступает такое конкретно-историческим содержание, как понятие «мера человека». «Понятие «мера человека» сегодня предполагает возрастающее внимание к индивидуальности заказчика. На первое место выходит соответствие образу жизни, а не модной тенденции как таковой, личному вкусу, а не только стереотипному представлению и т.д. Конечно, все люди различны, и для кого-то будет важным соответствие чужому авторитетному мнению. Однако установка потребителя не должна сужать установку творца: соотношение единичного и общего (типичного, сословного, корпоративного, субкультурного) в каждом случае следует искать отдельно. Мера человека включает человека в процесс проектирования. Ф.Т. Мартынов считает основным законом создания эстетических форм преодоление стереотипов, автоматизма повседневной восприятия и вживания в бытие. Можно добавить, что эстетическое восприятие изначально не сводимо к простому чувственному восприятию: созерцание совершается через «чувственное» впечатление но самостоятельно по отношению к нему. Только после этого обживания они становятся носителями эстетических качеств. В своих работах Ф.Т. Мартынов выделяет четыре основные принципа эстетического формообразования в архитектуре и дизайне: эстетической целостности, эстетической целесообразности, эстетической гармонизации, эстетической выразительности. Три из них оказываются в большей степени связанными с формой как таковой, ее объективными свойствами, Принцип эстетической целостности включает в себя не только формальные, но мировоззренческие и социальные моменты. Он является путем к достижению «меры человека» «В простейшей формулировке принцип целостности означает требование соотносить любую деталь, элемент с целым и выражать это целое в любой детали и в любом элементе», - определяет Ф.Т. Мартынов. Существенным целым, с которым человек соотносит предметную деятельность, является картина мира, выражающая мировоззрение. Автор выделяет в европейской культуре три последовательно сменяющих друг друга типа мировоззрений - космоцентрическое, геоцентрическое и субъектно-центрическое. Он характеризует современную

мировоззренческую тенденцию как «универсализацию творчества, эстетически-художественный синтез всех сфер человеческого бытия: природного и социального, искусства и действительности, технически-рационального и лирически - эмоционального, типологического и индивидуального, статической конструктивной сферы в самом искусстве, динамической жизненности, духовности, объективно-исторического и субъективной человеческой чувственности». Ф.Т. Мартынов связывает развитие этой тенденции с мощным ростом «универсализации человека и его деятельности, общественной практики».

Кроме того, эта тенденция вырастает как синтез двух предваряющих ее субъектно-центрических картин мира, одно из которых в качестве высшей эстетической ценности устанавливала «порядок», а другая — «хаос» Необходимо ли проекту обязательно быть воплощенным в материал?

1) Художественный набросок самодостаточен, даже если за ним не последует создание окончательного варианта в материале. Вещь обретает полноту существования посредством предметной реализации проекта.

2) Искусство - способ духовного освоения действительности; дизайн материально-духовен.

3) Искусство - ответ на потребность в самореализации; дизайн - на практически-духовную потребность другого человека.

4) Искусство создает художественную реальность, удваивая мир; дизайн - формирует реальность, предметную среду.

5) Искусство воспринимается главным образом высшими чувствами; продукт дизайна - телесно-чувственно.

6) Художественный набросок может возникать спонтанно, под влиянием вдохновения, эмоции; для создания дизайнерского проекта требуется рациональное осмысление целей, задач, функций.

Искусство предполагает возможность свободного поиска и построения форм; дизайн, по большому счету, его запрещает, исходя из обязательности связи функции и формы, внешних и внутренних качеств предмета.

Художественный компонент может присутствовать в дизайнерском проекте, но не является основополагающим. «М.С. Каган полагает, что дизайн представляет собой создание проектного прообраза вещи, отождествляя проектирование с дизайном в целом». Сейчас есть рекламные агентства, креативные отделы, арт-директора, креативные директора, которые занимаются разработками дизайн-концепций. Но бесспорно, чтобы «продукт» стал дизайном он должен быть воплощен. Хорошая идея это больше половина проекта. В крупных студиях разделяют «мозг» (креативный директор) и дизайнера, который просто грамотно выполняет работу.

Необходимость связана с осознанием сущности. Поэтому отправной точкой проектирования является представление «продукта» как целого, в его предельной смысловой обобщенности, позволяющей быть самим собою и, следовательно, занять необходимое место в мире и выполнить свою функцию. Для полноты описания дизайнерской деятельности необходимо добавить к осознанию замысла последующую проверку отдельных его элементов, связанную с восхождением от частного к общему. Интуитивно выведенному представлению о целостной вещи сопутствует дискурсивная работа сознания. Проверить интуицию опытом и логикой позволяет процедура синтеза, подтверждающего истинность отправного положения или представления. Группируя частные признаки в более общие разряды и классы характеристик, проектировщику необходимо проверить правильность гипотетической модели.

Весь процесс может быть представлен следующим образом: Учет обстоятельств, знание актуальной ситуации → представление о «продукте» как сущности → расчленение представления на простейшие элементы → анализ → разбор элементов → (отсевание возможностей) → Установление реальных связей между ними → синтез → обобщение→

Представление о вещи как сущности → освоение вещи. Прodelьваемая работа корректирует начальную модель. Чем ближе к тождеству отправная и завершающая точки, тем более полным и существенным будет продукт проектирования. Полнота достижима лишь при наличии четких представлений о состоянии предметной среды, требованиях заказчика, обстоятельствах будущей реализации проекта и т.д. Проективная деятельность осуществляется не в вакууме, являясь частью общекультурного процесса, включающего политическую, социально-экономическую, технологическую, религиозную, научную, правовую, художественную и другие сферы. На них влияют природно-климатические факторы, традиции, история. Целостное представление проектировщика о «продукции» выступает элементом более широкого социокультурного процесса и зависит от его тенденций в той же степени, что и от субъективного настроения, способностей, таланта дизайнера. Поэтому можно говорить о необходимости выработки проектировщиком собственной целостной систематичной картины мира, в котором он живет и работает. Когда эта система взглядов, представлений, оценок и принципов, охватывающих мир, влияет на поступки и решения дизайнера, можно говорить о наличии у него собственного мировоззрения».

Мировоззрение человека емко и неоднородно. Для дизайнера очень важно быть высокообразованным, иметь целостное и объемное мировоззрение, что будет способствовать грамотному применению в теории и на практике. В мировоззрение входят знания о различных теориях, направлениях, школах, религиях. Так же дизайнер должен обращаться к истории, могут возникнуть неожиданные «находки». Мировоззрение влияет на формирование концепции, которая определяет способ понимания себя как творца и профессионала, и трактовку проектируемой вещи как целого. Рациональное начало определяет выработку определенных принципов и приемов, оформление в концепцию. Мировоззрение ↔ концепция творчества ↔ концепция проекта ↔ проект Представленная схема может быть и не последовательной или исключать элементы. Концепция всегда неповторима в ней могут появляться или исчезнуть элементы, развитие может возникнуть спонтанно и не относится к конкретной схеме. Концепция включает многое, она должна быть осмысленна, сформулирована, синтезирована, закономерна. Дизайнер с одной стороны подчинен чувствам, а с другой разуму и в концепции нужно объединить, осмыслить, выделить главное.

Хорошо оформленная концепция на много приближает к реальному воплощению. Цель проектируемого «продукта» это ответ на потребность человека. Разрабатываемый проект «приходит в жизнь» в конкретное время и в конкретном месте. Для достижения цели необходимо учитывать внешние и внутренние факторы: технические характеристики изделия, его экономичность, характер материалов и конструктивных элементов, технологичность, удобство транспортировки и хранения и т.д. В ходе разработки большую роль играет аналитическая деятельность самого дизайнера, критика профессионалов, мнение заказчика и потребителя. Самым существенным моментом является неразрывная связь всех обще проективных задач именно с целью продукта. Способствуют концептуализации такие тенденции современного проектирования, как дифференциация и специализация и нарастающая осознанность, целесообразность, целенаправленность.

Эффективность труда дизайнера существенно зависит от того, насколько точно выбранный им метод работы соответствует уровню сложности того круга проблем, в который внедряется проектировщик. «Первый подход преобладал и преобладает в практике дизайн-деятельности на всех этапах становления и развития дизайна как профессии, служит основой концепций в системе дизайнерского образования и имеет результатом тот образ дизайна, который символизирует собой не только масштабность достижений современной науки и техники, но и прогрессивную направленность социальных процессов. Сложность проблем дизайна, обращает внимание проектировщика на тот факт, что в индустриальном и постиндустриальном дизайне каждая проблема должна быть сформулирована и решена

как уникальная, учитывающая всю многомерность негативной и позитивной информации о человеке и обществе».

«Разрабатывая концепцию и определяя проблему дизайнер учитывает следующие факторы:

1 Решение частично заключено в постановке проблемы. Верно сформулированная проблема направляет и облегчает поиски решения.

2 Люди очень разные. Индивидуальная чувственность человека может определяться его возрастом, полом, родом занятий, разнообразием отклонений от нормы в сфере восприятия звука, цвета, холода и т. д. Но существуют и менее заметные различия такие, как уровень гигиены, бдительности, внимания, отношение к приоритетам, к опасным ситуациям.

3 Общество плюралистично и динамично. Существуют значительные различия в приоритетах и ценностных ориентирах между различными социальными группами. Преобладающие системы социальных ценностей, официальная идеология, уровень образования населения существенно изменяются за время творческой деятельности одного дизайнера. Личная точка зрения проектировщика может быть одной из многих и весьма отличающейся от мнения большинства.

4 Дизайн создает полезные системы. Процессы, опыт, стили жизни становятся сегодня основным фокусом дизайна, а его продукция - инструментальными компонентами системы.

5 Дизайн обладает политическими функциями. Дизайн - носитель изменений. Дизайн нацелен на поиск путей улучшения, усовершенствования окружающего мира, нацелен на поиск путей контроля за изменениями, на преобразование того, что может и должно быть.

Методы, которыми достигается изменения, имеют такое же политическое значение, как и получаемые в их результате изменения. Какие-либо массовые средства, применяемые к значительной части населения, могут иметь как конструктивные, так и деструктивные последствия, могут являться стабилизаторами позитивных социальных провесов, но могут вести и к утрате контроля над ними. Благополучное существование и выживание человечества в XXI век, в значительной степени основано на функционировании массовых, стандартизированных форм питания, жилья, труда, систем обмена и распределения. Именно поэтому любые инициативы, направленные на изменение, преобразование установившихся форм, должны проходить систему контроля, ограждающего общество и каждого человека в отдельности от тиражирования возможных деструктивных решений». Новые концепции дизайн-деятельности, новые концепции дизайн-проблем и мастерства должны больше соответствовать требованиям сегодняшнего дня, чем монотонный стандарт классической технизированной системности. Но если эти концепции не будут разработаны дизайнерами, то неизбежно они будут предложены и разработаны представителями других специальностей, которые на деле осуществят задачи дизайнеров, независимо от того, называют они себя дизайнерами или нет. В целях внедрения более эффективных форм проектной деятельности и практики привлечения потребителей дизайнерам необходимо располагать детально продуманной системой моделей и концепций проектирования. Система познавательных моделей или концепций - важное средство обеспечения вариативности в создании физической системы, а также инфраструктуры нефизических данных о системе, в рамках которых все физические артефакты производятся и используются. Исходя из приведенных рассуждений, можно утверждать, что дизайн - это коллективная деятельность профессионалов в сфере творческого осмысления и создания новых социальных ценностей, объектов, систем взаимосвязей.

Методы дизайн-проектирование.

Следующим этапом дизайн проектирования выступает определения метода проектирования. Метод (от греч. *methodos* — путь исследования, познания, теория, учение) — совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения

действительности, подчиненных решению конкретной задачи. В дизайнерском творчестве метод представляет собой совокупность приемов, способов, целесообразных действий, направленных на упорядочение проектного процесса. Метод отражает повторяемость приемов и путей дизайнерской деятельности, впоследствии становятся закономерности создания проектной модели правилами работы дизайнера.

Упражнения №17

В CorelDRAW создайте эскиз листовки.

Выполните вручную эскизы листовки

Планшет 50\*40, гуашь, картон, бумага, карандаш, кисть и пр.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

**Тема 18. Методы дизайн-проектирования сувенирной продукции. Значки.**

**Футболки. Бейсболки.**

Методы дизайн-проектирование.

Упражнение №18

Выполнить на компьютере эскизы сувенирной продукции - значков, футболок, бейсболок и т.д.

Выполните вручную эскизы сувенирной продукции.

Планшет 50\*40, гуашь, картон, бумага, карандаш, кисть и пр.

Рекомендуемая литература:

«Искусство цвета» Иоханнеса Иттена.

«Декоративная композиция» Г. Логвиненко.

«Композиция в дизайне» В. Устин.

**Тема19. Упаковка продукта. Товарная этикетка. POS-материалы.**

Упаковка продукта.

Товарная этикетка.

Функциональные требования к упаковке.

Из истории этикетки.

Влияние дизайна упаковки и этикетки на продвижение товара.

POS- материалы.

Для продвижения новой продукции необходимо:

- продумать идею, определить «философию» товара;
- разработать единую торговую марку и, если существует несколько единиц ассортимента, марочные названия для каждой группы выпускаемой продукции;
- сконструировать упаковку, привлекающую новых клиентов;
- придумать рекламные слоганы, поддерживающие торговую марку;
- создать рекламные средства (POS-материалы) и организовать грамотную выкладку продукции на местах продаж;
- разработать и поддерживать фирменный стиль компании- хороший фирменный стиль всегда улучшает имидж предприятия.

При решении каждой из этих задач необходимо участие дизайнера.

Итак, начинать работу нужно с рекламной идеи. Все остальное – реализация этой идеи. Дизайн упаковки, этикетки и POS – материалов зависит от выбранного стиля, который определяется характером продукции.

Упражнение №19

Выполнить эскизы POS-материалов вручную и на компьютере.

Отобранные эскизы реализовать в материале.

Размер и материал по выбору студентов.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

## **Тема 20. Плакат. История рекламно-плакатной графики. Приемы, используемые в современном плакате.**

Плакат. Одна из наиболее интересных областей графического дизайна – плакат. Его основная функция – невербальный способ передачи сообщения,

когда более половины информационной нагрузки приходится не на текст, а на изображение. Один и тот же текст на плакате будет восприниматься по-разному в зависимости от используемой картинки, графического оформления, выбранного шрифта. Хорошие, образные рекламные плакаты – произведения искусства.

История рекламно-плакатной графики.

Приемы, используемые в современном плакате.

Упражнение №19

Выполнить эскизы плаката вручную и на компьютере.

Электронный вариант распечатать на Ф А-3.

Отобранные эскизы выполненные вручную, реализовать в материале.

Размер планшета 50\*40, гуашь, карандаш, пастельная бумага, клей ПВА, рапидограф.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

### **Тема 21. Тема Дизайн – проект «Астраханский сувенир».**

Изучение истории Астраханской области. Знакомство с историческими местами города Астрахани. Экскурсия по городу Астрахани. Посещение музеев города Астрахани.

Создание рекламной продукции посвященной Астраханской тематике. Разработка эскизов плакатов, значков, магнитов, буклетов, панно, часов, сумок, пакетов и т.д.

Упражнение №21

Выполнить эскизы сувенирной продукции вручную и на компьютере.

Электронный вариант распечатать на Ф А-3.

Отбранные эскизы, выполненные вручную, реализовать в материале.

Размер планшета 50\*40, гуашь, карандаш, пастельная бумага, клей ПВА, рапидограф, материал по выбору студентов.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

### **Тема 22. Наружная реклама.**

Наружная реклама имеет массу преимуществ. Во-первых, она явно лидирует по охвату потребителей.

Наружная реклама - наиболее зрелищная из всех видов реклам. Главное ее оружие - большой размер, качественное исполнение, четкий текст. Не стоит вкладывать в рекламу глубокий философский смысл. Текст, размещенный на щитах или других уличных носителях, должен быть коротким, простым и категоричным. Наружная реклама находится в поле зрения всего несколько секунд, поэтому она должна состоять из одной картинке и содержать не более семи слов.

Смысл рекламы должен быть сконцентрирован и в тексте, и в изображении, но для более эффективного запоминания нужно использовать эмоциональный контекст.

Виды наружной рекламы.

Упражнение №22

Выполнить эскизы наружной рекламной продукции вручную и на компьютере.

Электронный вариант распечатать на Ф А-3.

Отбранные эскизы, выполненные вручную, реализовать в материале.

Размер планшета 50\*40, гуашь, карандаш, пастельная бумага, клей ПВА, рапидограф, материал по выбору студентов.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

### **Тема 23. Изобразительные средства телевизионной рекламы.**

Телевизионная реклама – самая дорогая (ее стоимость на 30% выше всех других видов рекламы), самая престижная и массовая. Эффективность ее воздействия определяется сочетанием звука и динамичного изображения. Возможностями всесторонне продемонстрировать потребительские качества продукции, использованием спецэффектов.

Виды телевизионной рекламы.

Некоторые приемы телевизионной рекламы.

Упражнения №21

Выполнить рекламный ролик.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

**Тема 24. Дизайн-проект. Эскиз оформления экстерьера предлагаемого объекта «Филармонии», «Театра Юного зрителя», «Ярмарки на площади у стен Кремля» и т.д.**

Знакомство с памятниками архитектуры города Астрахани.

Подготовка студентами презентации повешенной городу Астрахани. Астраханскому заповеднику, Астраханской области, историческим местам и памятникам города Астрахани и Астраханской области.

Упражнение №22

Выполнить эскизы оформления фасада здания, площади, парка, набережной реки Волги, посвященным к «Дню города», вручную и на компьютере.

Электронный вариант распечатать на Ф А-3.

Отобранные эскизы, выполненные вручную, реализовать в материале.

Размер планшета 50\*40, гуашь, карандаш, пастельная бумага, клей ПВА, рапидограф, материал по выбору студентов.

Тема оформления ярмарки, площади или другого объекта выбирается преподавателем, так же как и объект. Это может быть «День города». «День рыбака», «Новый год» и т.д.

Работа над эскизом ведется на компьютере и вручную. Задание является итоговым, контрольным, где студент должен показать все полученные умения и навыки. Студент может применить в работе любые виды оформления и рекламы, включая и световые.

Рекомендуемая литература:

«Декоративная композиция» Г.М. Логвиненко Москва Владос 2009г.

«Композиция в дизайне» В.Б. Устин Москва АСТ Артель 2009г.

Основные виды рекламной полиграфической продукции

Буклет - как правило, это отпечатанный с двух сторон лист с одним или несколькими сгибами. Здесь предоставляется краткая информация о продукте, услуге или торговой марке. Часто представляет собой компактный и недорогой вариант корпоративного проспекта, рассчитанный на массовую аудиторию.

Брошюра - позволяет получить более полную информацию о товарах или услугах компании, с использованием красочных фотографий, детального описания продукта и цены.

Листовка - один из самых недорогих и эффективных рекламных носителей. Цель рекламной листовки - донести до потребителя информацию о продукте или услуге, сформировать интерес и потребность в приобретении товара.

Карманный календарь представляет собой универсальный и наиболее массовый фирменный сувенир, который может быть подарен как сам по себе, так и в пакете с другими рекламными материалами. Карманные календари необходимы в течение всего года, компактны и удобны в использовании.

Квартальный календарь - разновидность настенных календарей, у которых на рабочей поверхности представлена квартальная календарная сетка. Удобство и функциональность квартальной календарей обеспечивают их стабильную популярность у пользователей, в силу чего на них чаще всего размещают корпоративную рекламу.

Настенный календарь - важный элемент формирования интерьера. Настенные календари относятся к разряду престижных представительских сувениров, нацелены на поддержание положительного имиджа компании.

Настольный календарь является не только деловым инструментом, но и частью обстановки рабочего стола. Настольный календарь находится перед глазами человека постоянно - тем вернее запомнится размещенная на нем рекламная информация.

Плакат - крупное рекламное изображение. Размещаются на щитах, на выставках, в магазинах. Их задача - сформировать у потребителя определенное отношение к товару, показать его с лучшей стороны, побудить к покупке.

Оформление магазина. Разработка концепции рекламных продуктов.

## **5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)**

Практикуются следующие виды лекций: 1) вводные, посвященные изучению нормативной литературы, описанию современных тенденций графического дизайна; 2). установочные. Установочные лекции предполагают сжатое, компактное и при этом неполное изложение материала (некоторые аспекты оставлены для самостоятельного изучения), заключительные и тематические.

Обзорные лекции открывают и завершают тематический блок. Их основная цель: познакомить обучающихся с основными видами и приёмами графических работ в типографике, осмысление конкретных проектов; систематизировать, обобщить конкретные вопросы тем, поднять их до уровня проблемного анализа, актуальных суждений или выводов оценочного характера. Обзорные лекции содержат минимум фактологической информации. Используется репродуктивный и проблемный методы изложения.

На семинарах, на базе полученных теоретических знаний, рекомендованных источников, собственного опыта, обучающиеся под руководством преподавателя обсуждают, изучают и закрепляют основные вопросы. Коллективно обсуждают предложенные вопросы, сообщения; самостоятельно готовят рефераты, доклады, презентации.

Практические занятия предусматривают закрепление теоретического курса в виде практической работы, включающей основные элементы проектирования.

Главными источниками являются основная и дополнительная литература, интернет-источники, презентации и фильмы по темам.

### **5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

**Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся**

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
Тема 1. Рукотворный мир как результат деятельности человека. Зрительное восприятие формы в пространстве.	32	<i>Творческое задание</i>
Тема 2. Иллюзорность при восприятии графики.	32	<i>Творческое задание</i>
Тема 3. Искусство цвета. Значение цвета в изобразительном искусстве.	32	<i>Творческое задание</i>

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
Первоначальные умения проектной деятельности.		
Тема 4. Композиция. Технология изготовления изделий из различных материалов. Открытка. Панно.	30	<i>Творческое задание</i>
Тема 5. Типы композиции. Практическая работа по построению формальной композиции. Поиск и применение информации для решения технических и технологических задач.	13	<i>Творческое задание</i>
Тема 6. Основы типографического дизайна. Выбор темы. Работа с аналогами. Упаковка. Визитка.	13	<i>Творческое задание</i>
Тема 7. Шрифтовая композиция. Создание эскиза рекламной продукции.	13	<i>Творческое задание</i>
Тема 8 Рекламная табличка.	15	<i>Творческое задание</i>
Тема 9. Создание эффективных публикаций. Композиция текста и изображения.  изготовления изделия	13	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 10. «Декоративное панно» для интерьера.	13	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 11. Дизайн Web-страниц. Эскиз. Упаковка, Пакет, Сумка.	13	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 12. Цвет в Web. Перспективы развития Web – дизайна. Эскиз. Интерьерное украшение.	15	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 13. Визуальные средства рекламы. Знак-индекс как частный случай формальной композиции.	14	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 14. Стилизация объекта по собственному или заданному свойству. Изобразительный знак. Новогодняя игрушка.	14	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 15. Знак на основе шрифтовых элементов. Комбинированные знаки. Этапы разработки товарных знаков. Информационной продукции АГУ факультета, салона – каталоги, буклеты, визитки.	14	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
Тема 16 Особенности различных видов печатной рекламной продукции. Листовки. Проектный анализ. Методы дизайн-проектирования рекламной продукции.	15	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 17. «Концепция и методы проектирования в дизайне». Дизайн и социум. Разработка концепции проекта. Методы дизайн - проектирования сувенирной продукции. Календари. Блокноты.	6	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 18. Методы дизайн-проектирования сувенирной продукции. Значки. Футболки. Бейсболки.	6	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 19. Упаковка продукта. Товарная этикетка. POS-материалы.	6	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 20. Плакат. История рекламно-плакатной графики. Приемы, используемые в современном плакате.	5	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 21. Тема Дизайн – проект «Астраханский сувенир»	13	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 22. Наружная реклама.	13	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 23. Изобразительные средства телевизионной рекламы.	13	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>
Тема 24. Дизайн-проект. Эскиз оформления экстерьера предлагаемого объекта «Филармонии», «Театра Юного зрителя», «Ярмарки на Кремлевской площади» и т.д.	13	<i>Лабораторные работы, оформление отчета</i>

**5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины (модуля), выполняемые обучающимися самостоятельно**  
Не предусмотрено.

## **6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

### **6.1. Образовательные технологии**

**Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий**

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Рукотворный мир как результат деятельности человека. Зрительное восприятие формы в пространстве.	<i>Обзорная лекция</i>	<i>Выполнение практических заданий,</i>	<i>Не предусмотрено</i>

		<i>тематические дискуссии</i>	
Тема 2. Иллюзорность при восприятии графики.	<i>Лекция-диалог</i>	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 3. Искусство цвета. Значение цвета в изобразительном искусстве. Первоначальные умения проектной деятельности.	<i>Интерактивная лекция</i>	<i>Выполнение практических заданий.</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 4. Композиция. Технология изготовления изделий из различных материалов. Открытка. Панно.	<i>Интерактивная лекция</i>	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 5. Типы композиции. Практическая работа по построению формальной композиции. Поиск и применение информации для решения технических и технологических задач.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 6. Основы типографического дизайна. Выбор темы. Работа с аналогами. Упаковка. Визитка.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 7. Шрифтовая композиция. Создание эскиза рекламной продукции.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>	<i>Не предусмотрено</i>

Тема 8 Рекламная табличка.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 9. Создание эффективных публикаций. Композиция текста и изображения. изготовления изделия	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 10. «Декоративное панно» для интерьера.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 11. Дизайн Web-страниц. Эскиз. Упаковка, Пакет, Сумка.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 12. Цвет в Web. Перспективы развития Web – дизайна. Эскиз. Интерьерное украшение.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 13. Визуальные средства рекламы. Знак-индекс как частный случай формальной композиции.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 14. Стилизация объекта по собственному или заданному свойству. Изобразительный знак. Новогодняя игрушка.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 15. Знак на основе шрифтовых элементов. Комбинированные знаки. Этапы разработки товарных знаков. Информационной продукции АГУ факультета, салона – каталоги, буклеты, визитки.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>

Тема 16 Особенности различных видов печатной рекламной продукции. Листовки. Проектный анализ. Методы дизайн-проектирования рекламной продукции.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 17. «Концепция и методы проектирования в дизайне». Дизайн и социум. Разработка концепции проекта. Методы дизайн - проектирования сувенирной продукции. Календари. Блокноты.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 18. Методы дизайн-проектирования сувенирной продукции. Значки. Футболки. Бейсболки.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 19. Упаковка продукта. Товарная этикетка. POS-материалы.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 20. Плакат. История рекламно-плакатной графики. Приемы, используемые в современном плакате.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 21. Тема Дизайн – проект «Астраханский сувенир»	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 22. Наружная реклама.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 23. Изобразительные средства телевизионной рекламы.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
Тема 24. Дизайн-проект. Эскиз оформления экстерьера предлагаемого объекта «Филармонии», «Театра Юного зрителя», «Ярмарки на Кремлевской площади» и т.д.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>
<b>3 семестр.</b> Тема 1. Рукотворный мир как результат деятельности человека. Зрительное восприятие формы в пространстве.	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Лабораторная работа.</i>

## **6.2. Информационные технологии**

Информационные технологии, используемые при реализации различных видов учебной и внеучебной работы:

- использование возможностей Интернета в учебном процессе (использование информационного сайта преподавателя на Учебном портале АГУ (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление обучающихся с оценками и др.);
- использование электронных материалов по графическому дизайну, как источника информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций);
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (учебно-методические материалы других вузов).

- использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т. е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);

- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Цифровое обучение»).

### 6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

	Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем
1.	<a href="http://dlib.eastview.com">Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС»</a> <a href="http://dlib.eastview.com">http://dlib.eastview.com</a> Имя пользователя: AstrGU Пароль: AstrGU
2.	Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов <a href="http://www.polpred.com">www.polpred.com</a>
3.	Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» <a href="https://library.asu.edu.ru/catalog/">https://library.asu.edu.ru/catalog/</a>
4.	Электронный каталог «Научные журналы АГУ» <a href="https://journal.asu.edu.ru/">https://journal.asu.edu.ru/</a>
5.	Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) – сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек. <a href="http://mars.arbicon.ru">http://mars.arbicon.ru</a>
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ MARKSQL-вариант. № 080620070635 (безгранично).

2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет».  
<https://biblio.asu.edu.ru>

3. Федеральная электронная корпоративная библиотека. [www.gior.ru](http://www.gior.ru).  
(для студентов логин-studagy, пароль-studAGY3).

4. Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ. <http://diss.rsl.ru>

5. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Директ-Медиа» «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>.

6. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Центр цифровой дистрибуции» «КНИГАФОНД». [www.knigafund.ru/](http://www.knigafund.ru/)

7. Электронная библиотечная система (ЭБС) издательства «Лань». [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com).

8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru>.

9. Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС». <http://dlib.eastview.com/>.

**6.3.1. Программное обеспечение** На занятиях студенты работают с персональными компьютерами с установленной программой «Arhi Cad», работу на которой они изучают на занятиях по компьютерным технологиям. Кроме указанной программы, при условии персонального владения, студент может иметь программы «Avto Cad», «Revit» и др.

Программное обеспечение для студентов ФаиД предоставляется университетом и установлено на компьютерную технику университета.

### **6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ MARKSQL-вариант. № 080620070635 (безгранично).

2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет». <https://biblio.asu.edu.ru>

3. Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ. <http://diss.rsl.ru>

4. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Директ-Медиа» «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>.

5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru>.

6. Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС». <http://dlib.eastview.com/>.

## **7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **7.1. Паспорт фонда оценочных средств**

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Основы производственного мастерства» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

**Таблица 6. Соответствие разделов, тем дисциплины (модуля), результатов обучения по дисциплине (модулю) и оценочных средств**

Контролируемый раздел, тема дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 1. Рукотворный мир как результат деятельности человека. Зрительное восприятие формы в пространстве.	ОПК3, ОПК4	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>
Тема 2. Иллюзорность при восприятии графики.	ОПК3, ОПК4	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>
Тема 3. Искусство цвета. Значение цвета в изобразительном искусстве. Первоначальные умения проектной деятельности.	ОПК3, ОПК4	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>

Контролируемый раздел, тема дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 4. Композиция. Технология изготовления изделий из различных материалов. Открытка. Панно.	ОПК3, ОПК4	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>
Тема 5. Типы композиции. Практическая работа по построению формальной композиции. Поиск и применение информации для решения технических и технологических задач.	ОПК3, ОПК4	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>
Тема 6. Основы типографического дизайна. Выбор темы. Работа с аналогами. Упаковка. Визитка.	ОПК3, ОПК4	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>
Тема 7. Шрифтовая композиция. Создание эскиза рекламной продукции.	ОПК3, ОПК4	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>
Тема 8 Рекламная табличка.	ОПК3, ОПК4	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>
Тема 9. Создание эффективных публикаций. Композиция текста и изображения.  изготовления изделия	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа.
Тема 10. «Декоративное панно» для интерьера.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа.
Тема 11. Дизайн Web-страниц. Эскиз. Упаковка, Пакет, Сумка.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа.
Тема 12. Цвет в Web. Перспективы развития Web – дизайна. Эскиз. Интерьерное украшение.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа. Подготовка к экзамену.
Тема 13. Визуальные средства рекламы. Знак-индекс как частный случай формальной композиции.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа.
Тема 14. Стилизация объекта по собственному или заданному свойству. Изобразительный знак. Новогодняя игрушка.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа.
Тема 15.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа.

Контролируемый раздел, тема дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Знак на основе шрифтовых элементов. Комбинированные знаки. Этапы разработки товарных знаков. Информационной продукции АГУ факультета, салона – каталоги, буклеты, визитки.		
Тема 16 Особенности различных видов печатной рекламной продукции. Листовки. Проектный анализ. Методы дизайн-проектирования рекламной продукции.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа. Подготовка к экзамену.
Тема 17. «Концепция и методы проектирования в дизайне». Дизайн и социум. Разработка концепции проекта. Методы дизайн - проектирования сувенирной продукции. Календари. Блокноты.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа.
Тема 18. Методы дизайн-проектирования сувенирной продукции. Значки. Футболки. Бейсболки.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа.
Тема 19. Упаковка продукта. Товарная этикетка. POS-материалы.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа.
Тема 20. Плакат. История рекламно-плакатной графики. Приемы, используемые в современном плакате.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа. Подготовка к зачету.
Тема 21. Тема Дизайн – проект «Астраханский сувенир»	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа.
Тема 22. Наружная реклама.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа.
Тема 23. Изобразительные средства телевизионной рекламы.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа.
Тема 24. Дизайн-проект. Эскиз оформления экстерьера предлагаемого объекта «Филармонии», «Театра Юного зрителя», «Ярмарки на Кремлевской площади» и т.д.	ОПК3, ОПК4	Лабораторная работа. Подготовка к экзамену.

## 7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

5 «отлично»	-даётся комплексная оценка предложенной ситуации; -демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять; - последовательное, правильное выполнение всех заданий; -умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы.
4 «хорошо»	-дается комплексная оценка предложенной ситуации; -демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять; - последовательное, правильное выполнение всех заданий;

	-возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя; -умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы.
3 «удовлетворительно»	-затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации; -неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя; -выполнение заданий при подсказке преподавателя; - затруднения в формулировке выводов.
2 «неудовлетворительно»	- неправильная оценка предложенной ситуации; -отсутствие теоретического обоснования выполнения заданий.

**Таблица 7. Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

**Таблица 8. Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

**7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)**

**Вопросы к зачету:**

1. Роль упаковки в рекламе товара.
2. Индивидуальность бренда – визуальное представление продукта.
3. Роль логотипа в рекламе товара.
4. Роль слогана в рекламе товара.
5. Стилевое единство в разработке айдентики.
6. Ценность бренда для реализации товара
7. Элементы оформления (цвет, форма, размер, масштабность, занимаемое пространство, линия, насыщенность, текстура).
8. Методика работы над проектом.
9. Что такое брендинг? Его роль в рекламе продукта.
10. Иерархия – как способ компоновки собранного материала. Система компоновки.
11. Законы цветового единства. Палитра стиля.
12. Графический язык изображения относительно заданной темы.
13. Визуальная идентичность и брендинг.
14. Методика работы над проектом. Компоновка собранного материала.
15. Роль целевого рынка в работе над проектом.
16. Иерархия в системе навигации.
17. Методика работы над плакатом.
18. По каким критериям производится анализ собранного по теме проекта материала?
19. Роль иллюстрированного материала для печатного издания (книга, журнал, газета).
20. Виды компоновки текстового материала.

**Вопросы к экзамену:**

1. Предметы рукотворного мира.
2. Влияние деятельности человека на окружающую среду.
3. Социокультурные основы графического дизайна.
4. Этапы развития графического дизайна.
5. Социокультурные функции графического дизайна.
6. Реклама как область графического дизайна.
7. Особенности и перспективы развития современного российского дизайна.
8. Этапы проектирования визуальной рекламы.
9. Характеристики изделий, объекты рекламного дизайна.
10. Композиция в дизайне рекламы, принципы композиционной организации.
11. Симметрия и ассиметрия, цвет в дизайне рекламы.
12. Эмоционально-пространственные свойства цветов, национальные особенности восприятия цвета в разных странах.

**Таблица 9. Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов**

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
<b>Код и наименование проверяемой компетенции ОПК3</b>				
1.	Задание закрытого типа	1)Что является потребительской упаковкой? а) коробка б) крышка в) открытка г) сумка	а)	1
2.		2)Процесс поиска наилучшего расположения различных элементов композиции друг относительно друга – это:	а)	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		а) компоновка б) морфология в) технология г) эргономика д) макетирование		
3.		3)Что такое логотип? а) трансформация товарного знака в объемно - пространственном решении его формы б) комбинации товарных знаков, информационных знаков, знаков отличия в) индивидуальное графическое начертание названия кампании, товара или услуги, позволяющее отличать услуги или товары физических или юридических лиц от других г) составление товарного знака из символов товарной принадлежности	в)	1
4.		4)Какой товарный знак представляет собой слова словосочетания, сочетания букв? а) звуковой б) обонятельный в) изобразительный г) световой д) словесный	в)	1
5.		5)Как называется товарный знак, рассчитанный на световой эффект? а) звуковой б) световой в) изобразительный г) рельефный д) обонятельный е) осязательный	б)	1
6.	Задание открытого типа	6)Обобщение изображенных фигур, предметов с помощью условных приемов называется классификацией: 1) Да 2) Нет	1)	1
7.		7)Товарный знак, состоящий из слова словосочетания, сочетания букв, называется изобразительным? 1) Да 2) Нет	2)	1
8.		8)Упаковка, используемая для соединения вместе отдельных товарных единиц называется красивой. 1) Да 2) Нет	2)	1
9.		9)Выражение идей, понятий или чувств с помощью условных знаков или предметов, относящихся к различным областям, – это символика? 1) Да 2) Нет	1)	1
10.		10)Макетирование применяется в дизайне в создании образцов товарной промышленности?	1)	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		1) Да                    2) Нет		
<b><i>Код и наименование проверяемой компетенции ОПК4</i></b>				
1.	Задание закрытого типа	1) Графический дизайн. А) художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникационной среды Б) одна из отраслей промышленного развития государства В) вид творческой деятельности – проектирующий концепцию развития промышленного производства Г) построение чертежей и планов, отчетов промышленного производства	А)	1
2.		2) Понятие стиля в дизайне. А) создание единого художественного образа, объединенного общими формообразующими стиливыми элементами, имеющими единую концепцию Б) направление рекламного стиля, имеющее яркое воплощение В) технологически выполненное и подготовленное к использованию рекламное предложение Г) художественные элементы оформления городской среды	А)	1
3.		3) Понятие стилизации в дизайне. А) стилизация – это варианты создания композиционных решений Б) стилизация – это предложение решения проблемы рекламным агентом В) стилизация – это изменение параметров и изобразительного выражения заданного образа, при помощи художественных средств, в контексте решения поставленной задачи Г) стилизация – это изменение фактуры, текстуры и структуры используемых поверхностей	В)	1
4.		4) Визуализация – это... А) способ передачи информации зрительным путем Б) способ создания и решения проблем В) способ общения между профессиональными группами Г) способ общественно-полезного труда	А)	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
5.		5)Фирменный слоган - это ... А) рекламная фраза для развития идеи Б) рекламный слог для конкуренции на рынке В) фирменное словосочетание Г) фраза, стихотворная строка, лозунг - являющаяся девизом, несущая в себе идею, концепцию, миссию, фирмы, кампании, товара или услуги, позволяющая отличать услуги или товары физических или юридических лиц от других	Г)	1
6.	Задание открытого типа	6) Шар создается из бумаги и картона способом приближенной развертки? 1) Да 2) Нет	1)	1
7.		7) Пригодна ли глина для создания макетов в учебном проектировании? 1) Да 2) Нет	2)	1
8.		8) Относятся ли чертежи проектной графики к свето-теневому изображению? 1) Да 2) Нет	2)	1
9.		9) К основным типам проектно-графических изображений не относятся эскизы. 1) Да 2) Нет	1)	1
10.		10) Мозговая атака-метод активизации творческого мышления, когда на решении задачи отводится минимум времени и принимаются во внимания вне предложенные решения 1) Да 2) Нет	1)	1
11.	Задание комбинированного типа	1. Состояние формы, при котором все элементы сбалансированы между собой -..... а. пропорциональность б. соподчиненностью в. тектоничностью г. контрастом д. нюансом ж. ритмом.	б)	1
12.		2. Сопоставление тела и пространства, крупного и мелкого, прозрачного и непрозрачного – примеры ... а. тождества б. контраста в. нюанса г. бионикой д. тектоникой ж. комбинаторикой	б)	1

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля).

#### 7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Оценка уровня сформированности компетенций и результатов обучения проводится в ходе текущей и промежуточной аттестаций с использованием фондов оценочных средств и с применением балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и периодической аттестации осуществляется в соответствии с положениями о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации и балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости студентов АГУ. Общее количество баллов при проведении текущего контроля должно быть не менее 60, но не более 100. При неудовлетворительном оценивании одного из показателей компетенции общая оценка также неудовлетворительная.

При сдаче практических работ оценка складывается из оценивания реферата, представления презентации, в которой оценивается грамотно и интересно представить собранным материал. Штрафы присуждаются за несвоевременность выполнения задания, за неполный объём выполненной работы, низкое качество работы в компьютерных графических проектных редакторах и др.

**Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)**

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
<b>Основной блок</b>				
1.	<i>Ответ на занятия</i>	20/1	20	По расписанию
2.	<i>Выполнение практического задания</i>	2/15	30	По расписанию
3.	<i>Лабораторные работы</i>	2/20	40	По расписанию
<b>Всего</b>			<b>90</b>	-
<b>Блок бонусов</b>				
4.	<i>Посещение занятий</i>		5	По расписанию
5.	<i>Своевременное выполнение всех заданий</i>		5	По расписанию
<b>Всего</b>			<b>10</b>	-
<b>ИТОГО</b>			<b>100</b>	-

При форме контроля «экзамен» баллы за ответ на занятия и выполнение практического задания распределяются на экзамен.

**Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)**

Показатель	Балл
<i>Опоздание на занятие</i>	-2
<i>Нарушение учебной дисциплины</i>	-2
<i>Неготовность к занятию</i>	-2
<i>Пропуск занятия без уважительной причины</i>	-2

**Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)**

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **8.1. Основная литература**

1. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс] / Курушин В. Д. - М. : ДМК Пресс, 2008. - (Самоучитель). - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5940740871.html>

2. ДИЗАЙН. ДИПЛОМНЫЕ И КУРСОВЫЕ ПРОЕКТЫ [Электронный ресурс] УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ БАКАЛАВРОВ / САЛТЫКОВА Г.М. - М. : ВЛАДОС, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785907013070.html>

3. Управление проектом в сфере графического дизайна [Электронный ресурс] / Розета Мус, Ойана Эррера - М. : Альпина Паблишер, 2016. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961422467.html>

4. Организация проектной деятельности дизайнера [Электронный ресурс]: учебное пособие / Тарасова О.П. - Оренбург: ОГУ, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785741018965.html>

### **8.2. Дополнительная литература**

1	32.97, Т 415	<b>Тимофеев, Г.</b> Графический дизайн. - Ростов н/Д : Феникс, 2002. - 320 с. - (Учебный курс). - ISBN 5-222-02077-0: 60-98 : 60-98. ФАД-2;
2	32.97, Т 415	<b>Тимофеев, Г.С.</b> Графический дизайн. - Изд. 2-е ; доп. и перераб. - Ростов н/Д : Феникс, 2004. - 320 с. - (Учебный курс). - ISBN 5-222-04697-4: 46-03 : 46-03. АБ-1; ФАД-1;
3	85.12, У 73	<b>Урусова, Н.П.</b> Проективографический метод в дизайне плоскостных и объемных объектов. Методика и практика : монография. - Карачаевск, 2008. - 164 с. - (Всероссийский научно-исследовательский ин-т технической эстетики. М-ва науки и технологий РФ). - 247-17. ФАД-1;
4	74.263.2, Л 681	<b>Лобзин, Ю.А.</b> Программа элективного курса "Графический дизайн". - М. : Русское слово, 2010. - 352 с. - ISBN 978-5-91218-021-7: 112-90 : 112-90. УЧ-5;

5	85.15, Л 507	<b>Лесняк, В.И.</b> Графический дизайн (основы профессии). - М. : ИндексМаркет, 2011. - 416 с. : ил. - ISBN 978-5-9901107-4-8: 1059-25 : 1059-25. ФАД-1;
6	85.12, Л 855	<b>Луптон, Э.</b> Графический дизайн. От идеи до воплощения / [пер. с англ. В. Иванов]. - СПб. : Питер, 2013. - 184 с. : ил. - ISBN 978-5-459-01645-1: 629-0 : 629-0. ФАД-2;
7	85.15, К 938	<b>Курушин, В.Д.</b> Графический дизайн и реклама : самоучитель. - М. : ДМК Пресс, 2001. - 272 с. : ил. - (Самоучитель). - ISBN 5-94074-087-1 : 49-35 : 49-35. ФАД-1;
8	85.12, Л 855	<b>Луптон, Э.</b> Графический дизайн от идеи до воплощения / пер. с англ. В. Иванов. - СПб. : Питер, 2014. - 184 с. : ил. - ISBN 978-5-496-00836-5: 708-00 : 708-00. ФАД-2;
9	85.15, К 683	<b>Королькова, М.К.</b> Основы графической композиции в дизайне : Учебное пособие. Рекомендовано Редсоветом ун-та в качестве учеб.пособия для студентов, обучающихся по направлению 072500 "Дизайн". - Пенза : ПГУАС, 2012. - 136 с. : ил. - (Мин-во образования и науки РФ. ФГБОУ ВПО "ПГУАС"). - 277-09. ФАД-1;

### 8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

<i>Наименование ЭБС</i>	
<p><b>Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех».</b> <a href="https://biblio.asu.edu.ru">https://biblio.asu.edu.ru</a> <i>Учетная запись образовательного портала АГУ</i></p>	
<p><b>Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента».</b> Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог в настоящее время содержит около 15000 наименований. <a href="http://www.studentlibrary.ru">www.studentlibrary.ru</a>. <i>Регистрация с компьютеров АГУ</i></p>	

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рабочая программа дисциплины при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).