**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ДИЗАЙН-ПРОФЕССИЙ «ПЕНТАСКУЛ»**

117628 город Москва, улица Грина, дом 34, корпус 1, эт. 1 пом. V оф. 11, тел. +7(880)055-07-67

e-mail: dekanat@pentaschool.ru, веб-сайт: pentaschool.ru

АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ ДИСЦИПЛИН В СОСТАВЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Графический дизайн и визуальные коммуникации. Международные практики

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Введение в профессию «Графический дизайнер»»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** формирование/совершенствование профессиональных компетенций обучающихся в сфере особенностей профессии «Графический дизайнер».

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. История возникновения дизайн-проектирования.

 Тема 1. История возникновения дизайн-проектирования. Основные характеристики дизайн-деятельности. Что такое проект. Два подхода к проектированию. История возникновения дизайн-проектирования. Допроектная эпоха. Кто придумал молоток? Предпосылки возникновения проектной деятельности. Сходства и различия проекта и творческого акта. Идея и концепция. Три проектные модели и их связь.

 Тема 2. Основные этапы развития графического дизайна. Становление графического дизайна. Плакатное искусство Тулуз Лотрека, Альфонса Мухи и ЛуцианаБернхарда. Появление фирменных стилей. Питер Беренс, 1907 г., фирменный стиль AEG. Фирменный стиль компании «Braun» и «Оливетти». 20-е годы XX века. Создание Веркбунд, 1907 г. и AIGA -American Institute of Graphic Art. Вклад школы «Баухауз» в развитие графического дизайна, 1919 г. 60-е годы XX века, Ульмская школа дизайна. 90-е годы XX века. Новая типографика Дэвида Карсона и Невила Броуди.

 Тема 3. Новый этап развития графического дизайна. Новая роль графического дизайна. Парадигма графического дизайна и культурная революция 70-х годов XX века. Понятие бренда в контексте графического дизайна. Вещь и информация.

 Тема 4. Обзор основных школ графического дизайна. Обзор основных школ графического дизайна. Швейцарская типографика. Польский плакат. Французский плакат. Американский графический дизайн. Японский плакат. Советский агитационный плакат. Товарные знаки и упаковка в СССР. Российский дизайн 1990-2000 гг..

 Модуль II. Дизайн как сфера деятельности.

 Тема 1. Определение графического дизайна. Определение графического дизайна. Графический дизайн в контексте других видов дизайна.

 Тема 2. Дизайнер и общество. Дизайнер и общество. Социальный плакат.

 Тема 3. Сферы деятельности и профессии в графическом дизайне. Сферы деятельности и профессии в графическом дизайне. Книжное проектирование. Брендинг и реклама. Шрифтовое проектирование. Упаковка и инфографика. Проектирование UX/UI.

 Тема 4. Проектирование визуальных коммуникаций. Визуальные коммуникации. Комплексность. Модульность. Функциональность.

 Модуль III. Основные принципы проектирования в графическом дизайне.

 Тема 1. Антропоцентрический подход в дизайне. Эргономика и юзабилити в дизайне. Определение юзабилити. Семейство стандартов IS0 9241. Проектирование пользовательского интерфейса.

 Тема 2. Основные этапы дизайн-проектирования. Дизайн-проект в сфере графического дизайна. Начало. Ведение. Завершение.

 Тема 3. Принципы дизайн-мышления. Метафора в графическом дизайне. Принципы проведения и использования мозгового штурма. Применение техники бисоциаций. В. Папанека в графическом дизайне.

 Модуль IV. Графический дизайн как профессия.

 Тема 1. Ведущие мировые и российские дизайнеры и студии. Современные тренды в графическом дизайне. Мероприятия и издания в графическом дизайне.

 Тема 2. Основные компетенции графического дизайнера. Основные компетенции графического дизайнера. Применение основных компетенций на практике.

 Тема 3. Варианты трудоустройства для дизайнера. Дизайн-студия и рекламное агентство. Дизайн-отдел в компании. Фриланс. Этапы карьеры в графическом дизайне.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Пропедевтика. Основы композиции»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** изучение базовых понятий графического дизайна, основополагающих принципов формальной композиции, композиции цвета и средств организации графического пространства.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Средства выразительности в графическом дизайне.

 Тема 1. Основы визуального восприятия. Сравнение, силуэт, подобие и контраст. Сравнение как базовый принцип визуального восприятия. Особенности формирование силуэта. Силуэт как ведущий фактор восприятия изображения. Гармонизация по принципу подобия. Гармонизация по принципу контраста.

 Тема 2. Введение. Линия, пятно, точка. Понятие растра, виды растра. Текстура. Понятия точки. Точка и формат. Понятие линии. Понятие пятна. Три способа изображения пятна. Понятие растра. Виды и применение растра. Понятие фактуры. Сравнение фактуры и растра.

 Тема 3. Формообразование в ГД. Геометрические примитивы. Определение геометрических примитивов. Выразительные свойства круга. Выразительные свойства треугольника. Выразительные свойства квадрата.

 Тема 4. Принципы взаимодействия форм в ГД. Сложение и вычитание силуэта. Инверсия изображения. Разрушение и организация формы. Принципы взаимодействия форм в ГД. Сложение и вычитание силуэта. Инверсия изображения. Разрушение и организация формы.

 Модуль II. Базовые принципы формальной композиции и средства организации графического пространства.

 Тема 1. Центр и периферия. Динамическое равновесие. Золотое сечение. Основы композиции в ГД. Центр и периферия. Динамическое равновесие. Золотое сечение.

 Тема 2. Три базовых контраста композиции: размер, тон, количество. Понятие базовых контрастов. Контраст по величине формы. Контраст по количеству объектов. Контраст по тону.

 Тема 3. Пропорции формата как выразительное средство. Композиционные оси и поля восприятия. Понятие структуры применительно к графической композиции. Пропорции формата как выразительное средство. Композиционные оси. Поля восприятия.

 Тема 4. Основные композиционные схемы. Ритм и сетка. Композиционная линейка масштабов. Основные композиционные схемы. Ритм и сетка в композиции. Композиционная линейка масштабов.

 Модуль III. Базовые принципы композиции цвета.

 Тема 1. Цвето-тональное решение. Основные цветовые сочетания и виды цветовых контрастов. Составление цветовой гаммы на основе цветового круга И. Иттена. Понятие цвето-графической композиции. Цвето-тональное графическое решение. Основные цветовые сочетания. Виды цветовых контрастов. Составление цветовой гаммы на основе цветового круга И. Иттена.

 Тема 2. Дизайн цвета. Основной и дополнительные цвета. Колорит и акцент. Понятие дизайна цвета. Основной и дополнительный цвет в цвето-графической композиции. Теплохолодность в дизайне цвета. Понятие колорита. Понятие акцента.

 Тема 3. Графические, пространственные и образные характеристики цвета. Цвет как выразительное средство в графическом дизайне. Графические характеристики цвета. Пространственные характеристики цвета. Образные характеристики цвета.

 Модуль IV. Основные принципы графической стилизации.

 Тема 1. Скетчинг – выявление образа и структуры объекта. Опорные точки силуэта и связи внутри формы. Эскизирование в графической стилизации. Выявление структуры в эскизировании. Выявление образа в эскизировании. Опорные точки силуэта и связи внутри знаковой формы.

 Тема 2. Выявление образа через упрощение формы. Основной геометрический примитив. Техники исполнения скетча для создания образного решения. Выявление образа через упрощение формы. Основной геометрический примитив в стилизации. Создание образного решения с помощью графических техник.

 Тема 3. Био- и техно-пластика. Линейное, пятновое и гибридные решения в стилизации. Пластические решения в стилизации. Био-и техно-пластика. Линейное, пятновое и гибридные решения в стилизации.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Теория и психология цвета»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** формирование профессиональных компетенций в области теории и психологии цвета.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Колористика и природа цвета.

 Тема 1. Физические основы цвета. Понятия: цветовые диапазоны, спектр, волны, измерения и синтез цвета.

 Тема 2. Теория цвета. Отличие хроматических и ахроматических цветов. Как работает цветовой круг. Виды цветовых контрастов и эффект их применения. Применение контрастов в разных направлениях дизайна.

 Тема 3. Передача цвета. Системы RGB, CMYK, Pantone. Системы цвета - RGB, CMYK, Pantone..

 Модуль II. Психология цвета.

 Тема 1. Восприятие цвета. Особенности восприятия цвета. Оттенки цвета. Суть синестезии.

 Тема 2. Цветовое воздействие и цветовая гармония, отношение к цвету. Психологическое и физиологическое воздействие цвета. Цветовые координаты (как измерить цвет): тон, насыщенность, яркость.

 Тема 3. Воздействие цвета на восприятие пространства. Как цвет оптически расширяет, сужает, вытягивает пространство. Тяжелые и легкие, активные и пассивные цвета..

 Модуль III. Работа с цветом в дизайне.

 Тема 1. Роль цвета в дизайне. Цвет в дизайне разных направлений.

 Тема 2. Цифровые колористические решения. Как работает цвет в композиции. Цветовые акценты. Как соотносятся форма и цвет предмета.

 Тема 3. Краски и их смешение. Каким образом получаются разные цвета за счет смешения красок.

 Тема 4. Составление цветовых схем. Правила составления цветовых схем.

 Тема 5. Цвет в визуальной коммуникации. Убеждение цветом в рекламе. Как цветовое решение влияет на действия потребителя..

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Adobe Photoshop: обработка, ретушь, коллажирование»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** формирование профессиональных компетенций обучающихся в сфере работы в программе растровой графики Adobe Photoshop (обработка, ретушь, коллажирование).

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Основные инструменты и возможности программы.

 Тема 1. Особенности растровой графики, области применения. Примеры исполнения различных задач. Форматы изображений. ПО в жизни графического дизайнера. Экскурс в диджитал графику. Возможности программы. Форматы изображений.

 Тема 2. Интерфейс и инструменты программы. История программы. Начало работы. Интерфейс и рабочая среда. Импорт изображений, режим трансформации и сохранение документа.

 Тема 3. Выделенная область, инструменты выделения. Трансформация. Иллюстрация и скетч. Инструменты рисования. Специфика цифрового рисования. Инструменты рисования. Процесс создания иллюстрации. Выделенная область.

 Модуль II. Работа с фотоизображением. Ретушь.

 Тема 1. Цветовое пространство. Цветокоррекция. Спектр. Черно-белое изображение, перевод с использованием цветных фильтров. Дисперсия света. Цветовой круг. Цветовые пространства и профили. Свойства цвета. Психология цвета, создание палитры. Поканальные гистограмма и кривые.

 Тема 2. Экспозиция, гистограмма. Кривые. HDR и тоновый диапазон. Понятие экспозиции. Составляющие экспозиционной тройки. Гистограмма. Тоновый диапазон. Корректирующий слой. Кривые и уровни. Тоновая коррекция. HDR.

 Тема 3. Инструменты “штамп”, “заплатка”. Деформация перспективы, фильтр “пластика”. Дополнительные этапы ретуши. Закономерности ретуши портрета. Алгоритм работы. Инструменты клонирования и восстановления. Частные методики ретуши портрета. Ретушь снимков архитектуры и интерьеров. Деформация перспективы.

 Модуль III. Фотореалистичный коллаж. Анимация.

 Тема 1. Стиль слоя, режим наложения. Смарт-объекты и растровые элементы. Смарт-объект. Режим наложения. Эффект двойной экспозиции.

 Тема 2. Вёрстка в Adobe Photoshop, работа с текстом. Система координат и выравнивание. Работа с текстом. Стиль слоя. Создание голографического текста.

 Тема 3. Фотореалистичный коллаж. Объём и тени. Создание водяного знака. Запись экшена (операции). Создание mockup. Реалистичный фотоколлаж. Объём и «правильные» тени.

 Тема 4. Таймлайн и анимация. Виды анимации. Создание анимации с изменением прозрачности слоёв. Создание анимации с изменением положения слоёв.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Adobe Illustrator. Работа с векторной графикой»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** формирование навыков работы в редакторе векторной графики Adobe Illustrator.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Вводный.

 Тема 1. Вектор и растр — наглядное пояснение разницы. Сферы применения Adobe Illustrator. Настройки холста. Отличие векторной графики от растрового изображения. Сферы дизайна, где используется Adobe Illustrator. Базовые настройки холста в Adobe Illustrator.

 Тема 2. Знакомство с интерфейсом. Как устроен интерфейс программы. Основное меню. Панель управления. Панель палитр..

 Модуль II. Рисуем сет иконок.

 Тема 1. Простые фигуры и их свойства. Инструменты группы "Фигуры". Инструмент "Прямоугольник" и его свойства.

 Тема 2. Обводка и заливка. Работа с разными формами из группы "Фигуры". Цвет. Инструменты «Заливка» и «Обводка».

 Тема 3. Обработка контуров. Как с помощью палитры "Обработка контуров" создавать из простых фигур более сложные.

 Тема 4. Инструменты "Отражение", "Поворот". Применение инструментов «Зеркальное отражение» и «Поворот».

 Тема 5. Трансформирование. Варианты применение инструмента «Свободное трансформирование».

 Тема 6. Монтажная область, слои. Структура и режимы слоев. Применение слоев в работе.

 Тема 7. Экспорт для экранов и веб. Варианты экспорта и сохранения файлов..

 Модуль III. Рисуем иконку-иллюстрацию.

 Тема 1. Точки и направляющие. Трансформация фигуры посредством опорных точек и направляющих. Использование инструментов «Опорная точка» и «Прямое выделение».

 Тема 2. Инструмент "Перо". Правила применения инструмента «Перо».

 Тема 3. Настройки обводки. Различные свойства обводки. Работа с линией при помощи кривых безье. Работа с инструментами «Ширина» и «Динамические профили обводки».

 Тема 4. Палитры. Возможности управления цветом. Как подобрать палитру, исходя из цветовой гармонии. Применение инструмента «Изменение цвета».

 Тема 5. Создание градиентов. Применение градиентов в работе..

 Модуль IV. Рисуем плакат.

 Тема 1. Импорт растровых изображений. Параметры качественного растрового изображения. Импорт растрового изображения в редактор.

 Тема 2. Трассировка растровых изображений. Как использовать трассировку растрового изображения. Как управлять параметрами трассировки.

 Тема 3. Инструмент "Текст". Свойства инструмента «Текст». Как работать с разными шрифтами. Преобразование текста в кривые.

 Тема 4. Текст по контуру. Применение текста в качестве графического элемента. Использование текста по контуру.

 Тема 5. Обтравочные маски. Создание обтравочных масок в работе с векторной и растровой графикой. Создание составных масок и более сложных масок на несколько объектов.

 Тема 6. Режимы смешения. Применение смешения слоев. Различные режимы смешения слоев.

 Тема 7. Сетки и выравнивание. Как выровнять объекты с помощью палитры «Выравнивание». Применение «направляющих» и их свойств.

 Тема 8. Экспорт. Экспорт иллюстрации. Отправка изображения на печать..

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Программа вёрстки Adobe Indesign»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** формирование профессиональных компетенций обучающегося в сфере применения программы вёрстки Adobe Indesign.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Введение и изучение интерфейса.

 Тема 1. Сферы применения программы. Интерфейс Adobe InDesign. Для чего предназначен InDesign. Отличие InDesign от Illustrator и Photoshop. Интерфейс программы.

 Тема 2. Инструменты, палитры, команды меню. Работа с объектами. Инструменты. Их функционал и возможности. Цветовые пространства в InDesign: CMYK, RGB. Создание документа. Изменение размеров и ориентации листа. Экспорт документа в формат PDF, обзор пресетов.

 Тема 3. Трансформация объектов. Палитры Выравнивание (Align), Трансформирование (Transform), Обработка контуров (Pathfinder). Параметры объектов. Создание объектов. Трансформация объектов (вращение, искажение, изменений пропорций). Выравнивание объектов. Создание сложных объектов с помощью инструмента Pathfinder. Прозрачность объектов и режимы наложения. Градиентная прозрачность объекта..

 Модуль II. Работа с текстом и объектами.

 Тема 1. Работа с текстом в InDesign. Понятие текстового фрейма. Создание текстового фрейма. Изменение пропорций текстового фрейма и создание многоколоночного фрейма. Перетекание текстового фрейма в рамках одной и нескольких полос издания. Импортирование текста в InDesign.

 Тема 2. Свойства текста. Настройки символов и абзацев. Изменение шрифта и его кегля (размера). Копирование настроек текста с помощью инструмента «пипетка». Изменений цвета текста и его прозрачности. Искажение текста. Выравнивания текста. Добавление табуляции в текст. Добавление буквицы в начало абзаца. Создание стилей текста (обзорно).

 Тема 3. Текст вдоль контура. Перевод текста в кривые. Линки (все о них и зачем они нужны). Изменение направления текста: вдоль контура кривой, по кругу, по границам иных фигур. Варианты преобразования текста в кривые, горячие клавиши и метод с использованием конвертации в PDF. Ликбез по линкам, плюсы и минусы их использования..

 Модуль III. Работа со стилями.

 Тема 1. Работа со стилями символов и абзацев (Character и Paragraph Style). Paragraph и Character style, их отличие и совместная работа. Углубленная настройка стилей и их возможности. Настройка простой последовательности стилей.

 Тема 2. Создание и настройка вложенных стилей (Nested Styles). Возможности Nested Style, или последовательность стилей в рамках одной строки.

 Тема 3. Создание и настройка стилей таблиц (Table Styles). Структура таблиц, виды ячеек. Настройка стилей ячеек. Настройка стиля таблицы и их возможности.

 Тема 4. Настройка стилей обводки (Stroke Styles). Возможность создания своей, индивидуальной обводки, которая будет применена в оформлении таблицы.

 Тема 5. Генерация содержания документа/книги. Принцип создания содержания. Настройки стилей содержания. Настройки отточия..

 Модуль IV. Шаблоны страниц.

 Тема 1. Шаблоны страниц (Master Pages). Шаблон и его основная функция. Создание родительского и дочернего шаблона и для чего это нужно. Создание автоматической нумерации. Добавление статичного и динамичного колонтитула в шаблон издания.

 Тема 2. Нумерация страниц. Создание нумерации. Нумерация с указанием общего количества полос в издании. Декоративная нумерация. Нумерация с изменением направления цифр.

 Тема 3. Настройка колонтитулов (Running Header). Возможные сложности и их решение. Принцип создания многострунных бегущих колонтитулов..

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Типографика»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** формирование у обучающихся профессиональных компетенций в области типографики.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. История шрифта и развития типографики.

 Тема 1. История типографики. Введение. Происхождение книгопечатания. Печатная книга. Роль антиквы в наборе. Брусковые шрифты и гротески в типографике. Методы печати в типографике.

 Тема 2. Стили и стилистические течения в типографике. Эпоха классицизма. Типографика ренессанса. Ренессансные прямые шрифты. Ренессансные курсивы. Шрифты маньеризма. Типографика барокко. Типографика рококо. Типографика неоклассицизма. Типографика романтизма. Викторианский стиль. Движение искусств и ремесел. Эпоха модернизма. Ар-нуво. Экспрессионизм. Типографика реализма. Геометрический модернизм. Лирический модернизм. Футуризм и конструктивизм. Баухаус и новая типографика. Ар-деко. Поздний модернизм или швейцарский стиль. Эпоха постмодернизма. Типографика постмодернизма.

 Тема 3. История латиницы. Введение. Древнейшие системы письма. Финикийская письменность. Греческая письменность. Латинские почерки в письме. Готическое письмо. Латиница и книгопечатание.

 Тема 4. Происхождение и развитие кириллицы. Язычество. Славянская азбука. Кириллические почерки. Кириллица в печатной книге. Реформы кириллицы. После реформ.

 Модуль II. Шрифт.

 Тема 1. Архитектура и основные параметры шрифты. Оптическая компенсация. Основные понятия. Параметры наборной строки. Шрифтовые начертания. Оптическая компенсация.

 Тема 2. Классификация шрифтов: Антиква, Гротески, Брусковые шрифты. Введение. Антиквенные шрифты. Гротески. Брусковые шрифты.

 Тема 3. Каллиграфия и леттеринг. Введение в каллиграфию. Арабская каллиграфия (арабика). Западная каллиграфия. Восточная каллиграфия. Каллиграфия Китая. Японская каллиграфия. Леттеринг.

 Модуль III. Типографика.

 Тема 1. Наборы в верстке, микротипографика. Верстка. Составляющие верстки. Наборы в верстке. Способы, помогающие улучшить читаемость текста в наборе. Колонки. Текст по контуру. Микротипографика.

 Тема 2. Особенности верстки для web и печатных изданий. Введение. Применение стиля для оформления документа. Верстка многостраничного документа. О шрифтах. Верстка для web.

 Тема 3. Сочетания шрифтов. Введение. Гармоничные сочетания. Контрастные сочетания.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Основы вёрстки»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** формирование профессиональных компетенций обучающихся в сфере основ полиграфической верстки.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Основные принципы вёрстки.

 Тема 1. Форматы и поля. Формат. Стандартные форматы. Визитки. Нестандартные форматы. Выбор полей. Поля внутри полосы.

 Тема 2. Модульность. Прямоугольники и их согласованность, считываемость. Модули. Принципы деления на модули. Считываемость модулей.

 Тема 3. Принципы верстки: часть 1. Примитивы вёрстки, правила внутреннего и внешнего, близость, выравнивание. Примитивы верстки. Точка. Линия. Прямоугольник. Правило внутреннего и внешнего. Выравнивание.

 Тема 4. Принципы верстки: часть 2. Контраст, якорные объекты. Якорные объекты. Контраст.

 Тема 5. Сетка. Принципы создания модульной сетки, расчет сетки. Основные виды сеток. Швейцарская типографика. Расчет сетки. Как использовать сетку.

 Модуль II. Работа с текстом.

 Тема 1. Шрифт. Выбор подходящего шрифта, параметры шрифта, сочетаемость. Шрифт и параметры. Выбор подходящего шрифта. Сочетаемость шрифтов.

 Тема 2. Текстовые блоки. Заголовок, основной текст, подписи, врезки, цитаты. Разделение текста на блоки. Какие бывают текстовые блоки. Заголовки и подзаголовки. Наборный текст. Выносы, врезы и цитаты.

 Тема 3. Основной текст. Выравнивание и другие параметры, приводность. Ошибки. Нестандартное расположение текста. Выравнивание (выключка) текста. Выключка по формату. Флаговое выравнивание (выключка). Выравнивание (выключка) по центру. Приводность текста. Нестандартное расположение текста.

 Тема 4. Особые виды текста. Списки, сноски, примечания, подписи. Простые списки. Сложные списки. Сноски и примечания. Подписи.

 Модуль III. Графические элементы на макете.

 Тема 1. Изображение. Подбор подходящих фотографий и иллюстраций, работа с фотобанками. Сочетаемость. Работа с фотобанками. Векторная графика. Сочетаемость.

 Тема 2. Иллюстрация. Расположение на странице. Доминирующие и вспомогательные иллюстрации. Их расположение по сетке. Расположение. Выравнивание по сетке. Кадрирование фотографий.

 Тема 3. Элементы. Отбивки, плашки, линейки, фон. Отбивки и линейки. Плашки. Иконки. Фон. Создание акцента.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Иллюстрация и основы фотографии»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** формирование профессиональных компетенций в сфере основ фотографии и применения иллюстрации в графическом дизайне.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Иллюстрация в дизайне. Основы рисунка.

 Тема 1. Иллюстрация в графическом дизайне. Области применения иллюстрации в графическом дизайне. Жанры иллюстрации. Современная иллюстрация. Программы для портативных устройств.

 Тема 2. Этапы создания иллюстраций. Построение простой формы, симметрия. Аналог/диджитал. Алгоритм создания иллюстрации. Линия симметрии. Пропорции.

 Тема 3. Основы рисунка: перспектива, линия горизонта, точки схода. Перспектива. Линия горизонта. Точки схода.

 Тема 4. Светотеневой рисунок. Предмет в пространстве, преломление сред. Светотеневой рисунок. Падающая тень. Преломление сред.

 Модуль II. Стилизация в иллюстрации.

 Тема 1. Стили в иллюстрации. Авторский стиль. Реализм. Гротеск и сюрреализм. Декоративный и фэшн. Наив и примитивизм. Минимализм.

 Тема 2. Стилизация объектов. Стилизация. Начало. Штрих. Способы набора тона. Упражнения.

 Тема 3. Создание персонажа: пропорции лица, мимика. Пропорции человеческого лица. Мимика и характер. Стилизация. Создание персонажа.

 Тема 4. Создание персонажа: фигура человека. Пропорции человеческой фигуры. Части тела. Стилизация. Создание персонажа.

 Модуль III. Изометрия и плоский стиль: пошаговая инструкция.

 Тема 1. Плоский дизайн и изометрия как стилистическое решение иллюстрации. История плоского дизайна. Фас - грань - изометрия. “Объём” в плоском дизайне. Изометрия.

 Тема 2. Передача объёма в изометрии. Цвет в плоском дизайне. Свет и блики. Тени. Светотеневое решение. Развитие цветочувствительности.

 Тема 3. Текстура и фактура, художественные кисти. Финальные этапы обработки: тренды. Текстура. Художественные кисти. Тени, градиенты и шум. Реалистичные элементы в плоском дизайне.

 Модуль IV. Основы фотографии. Создание галереи.

 Тема 1. Основы фотографии. Крупность кадра, композиция фото. Экспозиция и фокусное расстояние. Глубина резкости и длинная выдержка. Крупность кадра. Точка съёмки и ракурс. Композиция фотографии и формат. Контраст и ритм.

 Тема 2. Студийный свет. Цветовое решение. Классификация света. Естественный и искуственный свет. Характеристики света. Источники освещения. Студийный свет и схема света. Эффектный свет. Цветовое решение снимка/серии.

 Тема 3. Стили в фотографии. Жанры и их особенности. Стили и жанры фотографии. Жанровые особенности и психология восприятия. Серия.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Визуальная айдентика: разработка логотипа»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** формирование/совершенствование профессиональных компетенций обучающихся в сфере визуальной айдентики: разработке логотипа.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Зачем бренд заказчику и потребителю. Суть бренда.

 Тема 1. Интервью заказчика. Продукт. Торговая марка. Бренд. Производственное мышление. Маркетинговое мышление. Брендинговое мышление.

 Тема 2. Психотипы потребителей. Гедонисты. Независимые. Эстеты. Традиционалисты.

 Тема 3. Суть бренда. Цели и задачи. Исследования. Платформа бренда. Метафора. Вербальная айдентика. Визуальная айдентика. Внедрение и обратная связь.

 Модуль II. Образная выразительность в брендинге. Анализ конкурентов. Сбор референсов.

 Тема 1. Метафора и метонимия. Контент. Дизайнер. Арт-директор. Вербальный словарь. Когнитивный словарь.Семантика. Ощущения. Понятие метафоры. Свойства метафоры. Понятие метонимии.

 Тема 2. Расширенная метафора. Понятия метафоры и метонимии. Расширенная метафора (изометрическая). Для чего подбирать метафору. Тип бренда; что должна связать метафора.

 Тема 3. Анализ конкурентов. Продукт. Аудитория. Конкуренты. Рынок и тренды. Что даст исследование конкурентов дизайнеру.

 Тема 4. Референсы. Эволюция логотипа HMV. Что такое референсы. Где найти ответы на вопросы «что» и «как» рисовать. Сколько вариантов должен создать дизайнер. Референсы семантики. Что нарисовать в качестве «портала». Референсы характера. Как нарисовать «кролика из будущего». Референсы характера. Как нарисовать JAZZ. Обсуждение с заказчиком..

 Модуль III. Разновидности айдентики. Разработка логотипа.

 Тема 1. Разновидности айдентики. Визуальная айдентика. Логотип. Палитра. Шрифт. Стилеобразующие. Фотостиль. Разновидности систем айдентики.

 Тема 2. Шрифтовой логотип. Пиктограмма. Идеограмма. Логотип. Товарный знак. Изобразительный и шрифтовой логотип. Плюсы изобразительного логотипа. Плюсы шрифтового логотипа.

 Тема 3. Изобразительный логотип. Как проверить качество логотипа. Семиотика. Разновидности изобразительного логотипа. Типы семиотических знаков.

 Тема 4. Финализация логотипа. Творческое задание на визуальную айдентику. Концепции. Финализация. Зачем финализировать логотип..

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Визуальная айдентика: фирменный стиль и дизайн коммуникаций»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** формирование профессиональных компетенций обучающихся в сфере визуальной айдентики (фирменный стиль и дизайн коммуникаций).

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Визуальные константы бренда: цвет, шрифт, графика.

 Тема 1. Цвет в айдентике. Айдентика. Цветовая палитра. Ограничение цвета. Отсутствие ограничений цвета. Удаление цвета. Недопустимое использование логотипа. Фиксация значения цветов во всех популярных стандартах.

 Тема 2. Шрифт в айдентике. Шрифт - уникальный инструмент. Шрифт как диагностический признак бренда. Шрифт и типографика в коммуникациях бренда. Как подобрать шрифт
для айдентики. Где подбирать шрифты. Кратко о лицензиях на шрифт.

 Тема 3. Графика в айдентике. Дополнительная графика в системе элементов айдентики. Роль дополнительной графики. Фотостиль и стиль иллюстраций. Компоновка элементов..

 Модуль II. Дизайн коммуникаций бренда. Кинестетическая айдентика.

 Тема 1. Точки контакта. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Инструмент выявления точек контакта при взаимодействии с брендом — Customer Journey Map. Точки контакта в CJM. Коммуникации бренда LUSH.

 Тема 2. Дизайн коммуникаций. Коммуникации в продуктовом брендинге. Порядок восприятия упаковки. Функции упаковки. Функция информирования упаковки — это сообщение о характеристиках бренда. Удачный и неудачный рестайлинг упаковки.

 Тема 3. Кинестетическая айдентика. Образ бренда — вербальное, визуальное и кинестетическое выражение сути бренда. Пример использования примеров кинестетической
айдентики для определения концепции торговой сети. За счёт чего создаётся урбанистический образ. За счёт чего создаётся фермерский образ. За счёт чего создаётся образ функциональности. За счёт чего создаётся образ домашнего супермаркета. За счёт чего создаётся образ "галереи еды". Способы передачи кинестетических ощущений..

 Модуль III. Презентация айдентики и оформление паспорта стандартов.

 Тема 1. Презентация айдентики. Структура презентации концепции айдентики. Задача, характеристики бренда. Метафора бренда. Референсы характера и семантики. Логотип. Логотип среди конкурентов. Палитра, шрифты. Стилеобразующие элементы. Оформление коммуникаций. Обзорный лист элементов айдентики. Сравнение вариантов концепции.

 Тема 2. Паспорт стандартов. Структура и назначение паспорта стандартов. Типовое руководство по использованию элементов визуальной айдентики. Язык бренда.

 Тема 3. Творческое мышление. Инерция мышления. Творческое мышление. Популярные техники творческого поиска. Ментальные карты. Случайный синтез. Матрица ценностей. Мозговой штурм. Латеральное мышление..

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Дизайн рекламы. Практикум»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** приобретение/совершенствование обучающимися профессиональных компетенций в сфере дизайна рекламы.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Реклама как важная составляющая маркетинговых коммуникаций.

 Тема 1. Основные понятия и характеристики рекламы (функции, классификация). Коммуникационный подход. Функциональный подход. Материальный подход. Роль рекламы в жизни современного общества.

 Тема 2. Исторические вехи и важные персоналии. История развития зарубежной рекламы. Развитие рекламы в России.

 Тема 3. Цели и задачи рекламного сообщения: для кого и зачем. Рекламодатели. Рекламные агентства. Схема рекламной коммуникации. Главная цель рекламы.

 Тема 4. Роль маркетинга и маркетинговых коммуникаций в современном мире. Нужда. Потребность. Товар. Запрос. Маркетинг. Маркетинговые коммуникации.

 Модуль II. Психология восприятия рекламы и эффективность.

 Тема 1. Психология восприятия рекламы, механизмы воздействия на целевую аудиторию. Рекламный образ. Принципы визуального восприятия.

 Тема 2. Формулы создания эффективной рекламы (AIDA и пр.) и измерение эффективности рекламного сообщения: цели, задачи и методы. Уровни психологического воздействия рекламы. Модели AIDAS, DIBABA, DAGMAR.

 Тема 3. Целевой маркетинг: сегментирование аудитории. Сегментация рынка. Критерии сегментации. Метод персон.

 Модуль III. Графический дизайн в рекламе.

 Тема 1. Каналы рекламных коммуникаций. Виды рекламных носителей (digital/offline). Группы каналов маркетинговых коммуникаций. Современный офлайн-маркетинг. Онлайн-каналы. Digital-каналы.

 Тема 2. Визуальный образ как решение маркетинговой задачи. От идеи к реализации. Шаги, которые важно учесть при разработке визуального образа.

 Тема 3. Способы генерирования идей. Мозговой штурм (brain storm). Ментальные карты (mind mapping). Генератор генераторов идей. Метод литературных троп.

 Тема 4. Дизайн-макет: необходимые элементы и их взаимодействие. Бриф. ТЗ. Макет.

 Тема 5. Анализ визуальных рекламных сообщений известных брендов. Сторителлинг от Макдоналдс. Panasonic. No battery, no fun. Avito. Люди – людям. К импрессионистам нужно прийти: навигационная реклама Пушкинского музея.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Предпечатная подготовка»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** сформировать целостное представление об особенностях и технологиях подготовки макетов к печати.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Виды печати.

 Тема 1. Основы полиграфического производства. Как устроен процесс изготовления печатной продукции. Воспроизведение изображений при печати. Виды и способы печати. Виды печатной продукции.

 Тема 2. Традиционные способы печати. Плоская офсетная печать. Высокая печать: флексография и леттерпресс. Глубокая печать. Цифровая печать.

 Тема 3. Специальные виды и способы печати. Специальные виды и способы печати. Трафаретная печать. Тампопечать. Сублимационная печать. Печать с использованием плашечных цветов. Влияние элементов печатного процесса на стоимость тиража..

 Модуль II. Подготовка к печати.

 Тема 1. Допечатная подготовка: стандарты и общие принципы. Этапы допечатной подготовки. Основные параметры макета. Стандартные форматы файлов. Ловушки цвета - почему на печати все бывает “по-другому”.

 Тема 2. Допечатная подготовка: алгоритм подготовки макета. Технические требования для различных способов печати. Алгоритм подготовки макета. Сохранение и проверка PDF.

 Тема 3. Подготовка макета к печати в разных редакторах. Подготовка макета в Adobe Photoshop. Подготовка макета в Adobe Illustrator. Подготовка макета в Adobe InDesign.

 Тема 4. Полиграфические материалы и их применение. Ассортимент полиграфических материалов. Бумага. Картон. Полимерные плёнки..

 Модуль III. Постпечатная подготовка.

 Тема 1. Печать рекламных материалов на разных носителях. Наружная и внутренняя реклама. Печать для сектора b2b (носители коммерческого предложения). Печать для сектора b2c (носители рекламного предложения). Подготовка к печати материалов для рекламного продвижения товара (разные форматы и носители).

 Тема 2. Отделочные процессы в полиграфии: специфика тиснения. Специфика отделочных процессов в полиграфии. Тиснение: блинтовое, конгревное, с фольгой, текстурирование. Лакирование: материалы и технологии. Штанцевание, бигование, высечка. Брошюрирование.

 Тема 3. Отделочные процессы: лакирование, штанцевание, бигование, перфорация, брошюрирование. Лакирование: материалы и технологии. Штанцевание, бигование, высечка. Брошюрирование..

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Практикум по разработке айдентики»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** формирование у обучающихся умений и навыков создания платформы бренда, фирменного стиля и презентации проекта.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Предпроектный анализ.

 Тема 1. Карта конкурентов и техника сбора аналогов. Составление карты конкурентов и освоение техники сбора аналогов. Закрепление навыков сбора информации о конкурентах по трем кругам соответствия. Изучение техники сравнительного анализа и выявления ключевых преимуществ проектируемого бренда. Анализ сильных и слабых сторон конкурентной среды, разрывов в обещаниях брендов-конкурентов, изучение соответствующего сегмента рынка.

 Тема 2. Мoodboard и стилевые референсы будущего проекта. Их роль в формировании платформы бренда. Составление moodboard и сбор стилевых референсов будущего проекта. Закрепление способов передачи настроения и стиля бренда в подборках «moodboard» и «стилевые референсы». Изучение способа визуализации платформы бренда и их роли в формировании платформы бренда. Анализ стилевых особенностей проектируемого фирменного стиля на примере стилевых референсов.

 Модуль II. Разработка платформы бренда.

 Тема 1. Определение целевой аудитории, ценностей ЦА и составление таблицы «Продукт — Ценности — Характер». Закрепление навыков обработки информации для описания платформы бренда. Изучение конвертации полученных данных в дизайн-решения. Анализ полученной информации для определения позиционирования.

 Тема 2. «Бренд-код» как описание платформы бренда. Составление бренд-кода как описания платформы бренда. Закрепление навыков систематизации информации для описания платформы бренда. Изучение взаимосвязи различных частей платформы с визуализацией и дизайн-решениями. Анализ влияния позиционирования на концепцию фирменного стиля..

 Модуль III. Разработка концепции бренда.

 Тема 1. Технология «Шесть логических уровней восприятия» как способ формирования ключевой метафоры бренда. Составление таблицы «Шесть логических уровней восприятия» с целью формирования ключевой метафоры разрабатываемого бренда. Закрепление ключевых вопросов к уровням и навыков описания логических уровней восприятия. Изучение примеров формирования имиджа, бренда и персонажа на основе данной технологии. Анализ взаимовлияния логических уровней восприятия.

 Тема 2. Мозговой штурм как способ визуализации метафоры и эскизирования. Проведение мозгового штурма с целью создания вариантов визуализации метафоры. Закрепление навыков эскизирования. Изучение правил проведения мозгового штурма. Анализ полученных результатов применительно к формированию платформы бренда и фирменного стиля.

 Тема 3. Логотип как основной элемент системы визуальных коммуникаций бренда. Разработка логотипа данного бренда. Закрепление навыков эскизирования. Изучение особенностей проектирования логотипа как основного элемента системы визуальных коммуникаций бренда. Анализ формообразования логотипа на основе бренд-кода..

 Модуль IV. Разработка презентации/паспорта стандартов айдентики бренда.

 Тема 1. Способы и средства создания презентации концепции бренда и айдентики. Создание презентации концепции бренда и айдентики. Изучение способов и средств презентации платформы бренда и айдентики. Анализ составляющих презентации и отработка ведения презентации на практике. Создание фотовизуализации носителей фирменного стиля и их описания как составных частей платформы бренда.

 Тема 2. Способы и средства создания паспорта стандартов айдентики бренда. Вариативное задание. Создание паспорта стандартов айдентики бренда. Изучение способов и средств разработки паспорта стандартов. Анализ составляющих паспорта стандартов, описания носителей фирменного стиля и фотовизуализации принципиальных макетов..

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Графика в визуальных коммуникациях»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** сформировать умение создавать уникальную авторскую графику в разных техниках для конкретных дизайнерских задач.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Визуальные образы в коммуникациях: приёмы и средства.

 Тема 1. Исторические и культурные образы в дизайне. Образы, которые служили продвижению брендов. Зачем бренду графический образ. Виды графических образов: персонаж, эксклюзивная графика, серия графических сюжетов, произведение художника.

 Тема 2. Приёмы и средства образной выразительности в дизайне. Критерии выбора приемов и средств для создания образа бренда. Примеры использования средств. Как выбор графики помогает в позиционировании бренда.

 Тема 3. Характеры и стили эксклюзивной графики. Технологии создания различных видов графики. Виды печатной графики. Виды ручной графики. Как выбрать нужный материал для графики в “нужный момент”. Современные виды графики..

 Модуль II. Ручные и цифровые техники создания графики.

 Тема 1. Мастер-класс «Графика с помощью стампинга». Мастер-класс по созданию графики с помощью техники стампинга.

 Тема 2. Мастер-класс «Графика с помощью материального коллажа». Мастер-класс по созданию графики с помощью техники материального коллажа.

 Тема 3. Мастер-класс «Matte painting». Мастер-класс по созданию графики с помощью техники Matte painting.

 Тема 4. Мастер-класс «Создание изображения с помощью графики и типографики». Мастер-класс по созданию графики с помощью графики и типографики..

 Модуль III. "Подражай с умом". Исторические и визуальные образы популярной культуры как средства выразительности.

 Тема 1. Знаковые мировые студии дизайна (современная практика). Современные студии. Примеры работ.

 Тема 2. Исторические стили графики в дизайне. Стиль школы Баухаус. Альфонс Муха. Графика конструктивистов (Родченко и Эль Лисицкий). Луцан Бернхард.

 Тема 3. Крупные мировые школы и течения в дизайне. Графических стиль различных школ. Технические приемы графики. Цветовые решения.

 Тема 4. Графическая стилизация как творческий метод подражания. Подражание как творческий метод. Как определить композиционную структуру. Принципы составления цветового колорита. Виды пластических решений линий и форм. Основные пластические характеристики шрифтовых гарнитур..

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Креативная типографика»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** сформировать умение создавать уникальные авторские шрифты в разных техниках для конкретных дизайнерских задач.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Шрифт в коммуникации и иллюстрации.

 Тема 1. Как использовать шрифт в качестве основного графического элемента в коммуникациях. Примеры графического решения логотипов. Примеры графического решения шрифтовых плакатов. Примеры графического решения сувенирной продукции на основе шрифта. Примеры шрифтовой визуальной навигации.

 Тема 2. Базовые элементы шрифтовой системы. Кириллица и латиница. Принципиальные отличия кириллического и латинского шрифтов. Перечень элементов, составляющих литеры. Принципы создания пропорций шрифта. Принципы сочленения элементов литеры. Что делает из шрифтовой гарнитуры систему (единые пропорции, пластика, тип сочленений, особенные элементы).

 Тема 3. Акцидентные и декоративные шрифты. Разбор кейсов. Часть 1. Определение акцидентной надписи. Краткий обзор декоративных шрифтов (от истории до современности). Использование акцидентного набора и декоративных шрифтов в заголовках (газеты, журналы, титульные листы книг). Логотип как пример акциденции. Использование декоративных шрифтов в логотипах. Декоративные шрифты и акциденция в плакате.

 Тема 4. Акцидентные и декоративные шрифты. Разбор кейсов. Часть 2. Отличие акцидентных и декоративных шрифтов. Настроение и стиль эпохи в шрифтовых решениях. Начертание шрифта и технология изготовления литер. Объемный дизайн. Изящное искусство и иллюстрация..

 Модуль II. Ручные техники создания шрифтовых элементов.

 Тема 1. Разновидности леттеринга и применение в коммуникациях. Что такое леттеринг. Выразительные возможности кистевого леттеринга. Выразительные возможности леттеринга, выполненного мелом. Выразительные возможности рисованного леттеринга (маркер или другие виды леттеринга по выбору преподавателя). Леттеринг как способ создания уникального графического образа и донесения концепции бренда.

 Тема 2. Мастер-класс «Меловой леттеринг». Мастер-класс по созданию надписи с помощью мела.

 Тема 3. Мастер-класс «Леттеринг кистью». Мастер-класс по созданию надписи с помощью кисти.

 Тема 4. Шрифт и материальная среда. Как физический мир помогает в создании шрифтов. Создание уникальных шрифтовых гарнитур и логотипов. Как тренировать внимание для поиска креативной графики в окружающей среде. Фиксация креативной графики с помощью фотографии. Креативные шрифтовые решения из окружающей среды.

 Тема 5. Мастер-класс «Создание образной надписи с помощью техники материального коллажа». Мастер-класс по созданию надписи при помощи предметов физического мира..

 Модуль III. Разработка авторского шрифта.

 Тема 1. Методики создания акцидентного шрифта. Роль и практическое применение акцидентного шрифта в графическом дизайне. Виды акцидентного набора. Методики создания акцидентного шрифта. Примеры из практики..

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Сторителлинг и разработка рекламного персонажа бренда»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** формирование у обучающихся профессиональных компетенций в сфере проектирования коммуникации с аудиторией через концепцию истории бренда и создание персонажа, а также навыков самостоятельной разработки истории бренда и творческого подхода к созданию персонажа, выбору его характера и образа.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Искусство сторителлинга.

 Тема 1. Как работает сторителлинг. Что такое сторителлинг. Принципы, на которых строится сторителлинг. Какие истории рассказывают нам бренды и почему. Роль сторителлинга в развитии бренда.

 Тема 2. Алгоритм создания истории бренда. С чего начинается создание истории для бренда. Шаги по разработке истории бренда. Как коммуникационная среда бренда влияет на поведение персонажа. Что такое креативная идея (определение из гештальт-психологии). Групповая методика создания креативных идей: мозговой штурм (этапы и правила проведения). Индивидуальная методика создания креативных идей: техника бисоциаций (по В. Папанеку).

 Модуль II. Сторителлинг и персонаж.

 Тема 1. Рекламный персонаж в сторителлинге. Какие задачи решает бренд с помощью рекламного персонажа (маскот). Примеры использования персонажей в различных каналах коммуникации: интерактивная среда, городские рекламоносители, печатная и сувенирная продукция, аниматоры. Определение характера персонажа на основе стратегии продвижения. Рекламный персонаж как отражение ценности целевой аудитории. Как коммуникационная среда бренда влияет на поведение персонажа. Разные типы персонажей: персонаж-продукт, персонаж-потребитель, персонаж-символ.

 Тема 2. Как проектировать рекламный персонаж. Образ персонажа как часть коммуникационной стратегии бренда. Как меняется образ персонажа в зависимости от выбранной графики. Как выбрать графику и приемы для создания нужного образа персонажа. Примеры использования разных графических техник в дизайне рекламных персонажей..

 Модуль III. Разработка авторского шрифта.

 Тема 1. Как персонаж работает в разных каналах коммуникации. Обзор каналов коммуникации, в которых участвует персонаж. Поэтапный план визуальной коммуникации персонажа с целевой. Как поведение персонажа зависит от выбранного канала и этапа коммуникации.

 Тема 2. Как рассказать историю бренда с помощью персонажа. Разработка сюжета. Этапы формирования истории персонажа. Связь истории персонажа с концепцией и посланием бренда. Поиск идеи для истории персонажа. Структура истории и ее содержание. Примеры историй брендов на основе персонажа..

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**«Дизайн коммуникаций. Практикум»**

 **1. Цель освоения дисциплины:** сформировать умение создавать визуальную айдентику и креативные графические и шрифтовые решения для мероприятия.

 **2. Краткое содержание дисциплины.**

 Модуль I. Создание концепции айдентики культурного мероприятия.

 Тема 1. Выбор и адаптация графической техники для оформления мероприятия/события/локации. Создание графических элементов и фонов, отражающих концепцию мероприятия.

 Тема 2. Разработка названия и/или основной акцидентной надписи мероприятия. Создание основной шрифтовой композиции, отражающей уникальность мероприятия. Настройка цветовых, тоновых и графических характеристик акцидентной надписи и фона. Выбор оптимальных пропорций цветового решения и соотношения надписи и фона.

 Тема 3. Разработка рекламного персонажа для мероприятия. Создание эскизов персонажа в графической технике айдентики мероприятия. Оформление мокапов с персонажем. Настройка цветовых, тоновых и графических характеристик персонажа в соотношении с фоном и шрифтом.

 Тема 4. Создание комплекса рекламных носителей для мероприятия. Объединение всех наработок практикума по дизайну коммуникаций для мероприятия. Представление на группе тематических рекламных носителей и создание финальной презентации проекта..

