**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

|  |  |
| --- | --- |
|  | **УТВЕРЖДАЮ:**  **ООО "МАДП "Пентаскул"**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Малихина С.О.**  **приказ от 31-01-2023 № 2/ОП** |

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

**профессиональной переподготовки**

**Наименование программы**

Графический дизайн и визуальные коммуникации. Международные практики

**Квалификация**

графический дизайнер

**Новый вид профессиональной деятельности**

Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

**Документ о квалификации**

Диплом о профессиональной переподготовке

**Общая трудоемкость**

1080 академических часов

**Форма обучения**

Заочная

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Общая характеристика программы (цель, планируемые результаты обучения)

2. Содержание программы (учебный план, календарный учебный график)

3. Организационно-педагогические условия реализации программы

4. Оценка качества освоения программы (формы аттестации, контроля, оценочные материалы и иные компоненты)

5. Список используемой литературы и информационных источников

Приложение № 1. Рабочие программы дисциплин

Приложение № 2. Программа итоговой аттестации

Приложение № 3. Оценочные материалы

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

**(цель, планируемые результаты обучения)**

**Нормативные правовые основания разработки программы.**

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

Перечень документов, с учетом которых создана программа:

1. Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствия профессиональных стандартов (утв. приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 января 2015г. №ДЛ-1/05);
2. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по профессии 54.01.20 Графический дизайнер (утв. Приказом Минобрнауки России от 09.12.2016 № 1543).
3. Профессиональный стандарт "Графический дизайнер" (утв. Приказом Минтруда России от 17.01.2017 № 40н).

**1.1. Категория обучающихся.**

К освоению программы допускаются лица: имеющие/получающие образование из перечня профессий СПО/специальностей СПО и перечня направлений/специальностей ВО.

**1.2. Форма обучения - заочная.**

Программа реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

**1.3. Цель реализации программы и планируемые результаты обучения.**

**Цель:** формирование новых профессиональных компетенций обучающегося в сфере графического дизайна и визуальных коммуникаций.

**Характеристика профессиональной деятельности выпускника.**

Выпускник готовится к выполнению следующих видов деятельности:

1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5).
2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6).

**Присваиваемая квалификация:** графический дизайнер.

**Планируемые результаты обучения.**

Результатами освоения обучающимися программы являются приобретенные выпускником компетенции, выраженные в способности применять полученные знания и умения при решении профессиональных задач.

**Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения программы:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.1. Основные приемы и методы выполнения художественно-графических работ.  З 1.1.2. Цветоделение, цветокоррекция, художественное ретуширование изображений в соответствии с характеристиками воспроизводящего оборудования.  З 1.1.3. Основы технологии производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения.  З 1.1.4. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  З 1.1.5. Профессиональная терминология в области дизайна. | У 1.1.1. Работать с проектным заданием на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  У 1.1.2. Использовать средства дизайна для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  У 1.1.3. Использовать компьютерные программы, необходимые для создания и корректирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.1. Изучение проектного задания на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  ПО 1.1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика.  З 2.2.2. Теория композиции.  З 2.2.3. Цветоведение и колористика.  З 2.2.4. Типографика, фотографика, мультипликация.  З 2.2.5. Основы рекламных технологий.  З 2.2.6. Технологические процессы производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения.  З 2.2.7. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  З 2.2.8. Профессиональная терминология в области дизайна. | У 2.2.1. Анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  У 2.2.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории.  У 2.2.3. Использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  У 2.2.4. Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов. | ПО 2.2.1. Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  ПО 2.2.2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  ПО 2.2.3. Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОК 01 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.. |
| ОК 02 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.. |
| ОК 09 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности. |
| ПК 1.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять выбор технических и программных средств для разработки дизайн-макета с учетом их особенностей использования.. |
| ПК 2.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании при разработке дизайн-макета на основе технического задания.. |
| ПК 2.3 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Разрабатывать дизайн-макет на основе технического задания.. |
| ПК 4.1 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Анализировать современные тенденции в области графического дизайна для их адаптации и использования в своей профессиональной деятельности.. |

**1.4. Общая трудоемкость программы.**

Общая трудоемкость освоения программы дополнительного профессионального образования составляет 1080 академических часов за весь период обучения.

**2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

**(учебный план, календарный учебный график)**

**2.1. Учебный план программы, реализуемой с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование разделов и дисциплин | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | | Формы промежуточной и итоговой аттестации (ДЗ, З) 1 |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Общепрофессиональные дисциплины** | | | | | |
| 1. | Введение в профессию «Графический дизайнер» | 55 | 25 | 30 | З |
| 2. | Пропедевтика. Основы композиции | 50 | 20 | 30 | ДЗ |
| 3. | Теория и психология цвета | 50 | 20 | 30 | З |
| **Специальные дисциплины** | | | | | |
| 4. | Adobe Photoshop: основные инструменты и возможности | 60 | 20 | 40 | З |
| 5. | Adobe Illustrator. Работа с векторной графикой | 60 | 20 | 40 | З |
| 6. | Программа вёрстки Adobe Indesign | 55 | 20 | 35 | З |
| 7. | Типографика | 50 | 20 | 30 | ДЗ |
| 8. | Основы вёрстки | 50 | 20 | 30 | ДЗ |
| 9. | Иллюстрация и основы фотографии | 60 | 20 | 40 | ДЗ |
| 10. | Концепция айдентики | 60 | 20 | 40 | З |
| 11. | Визуальная айдентика бренда. Дизайн-система | 70 | 20 | 50 | З |
| 12. | Дизайн коммуникаций | 50 | 20 | 30 | ДЗ |
| 13. | Предпечатная подготовка | 50 | 20 | 30 | З |
| 14. | Практикум по разработке айдентики | 70 | 20 | 50 | ДЗ |
| **Дисциплины дополнительной подготовки** | | | | | |
| 15. | Графика в визуальных коммуникациях | 70 | 20 | 50 | ДЗ |
| 16. | Креативная типографика | 70 | 20 | 50 | ДЗ |
| 17. | Сторителлинг и разработка рекламного персонажа бренда | 70 | 20 | 50 | ДЗ |
| 18. | Дизайн коммуникаций. Практикум | 70 | 20 | 50 | ДЗ |
| Итоговая аттестация | | 10 | | | Итоговый междисциплинарный экзамен |
| **ИТОГО** | | **1080** | | | |

1 ДЗ – дифференцированный зачет. З - зачет.

**2.2. Календарный учебный график.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование дисциплин | Общая трудоемкость, в акад. час. | Учебные недели 2 |
| 1. | Введение в профессию «Графический дизайнер» | 55 | 1-3 |
| 2. | Пропедевтика. Основы композиции | 50 | 4-5 |
| 3. | Теория и психология цвета | 50 | 6-7 |
| 4. | Adobe Photoshop: основные инструменты и возможности | 60 | 8-10 |
| 5. | Adobe Illustrator. Работа с векторной графикой | 60 | 11-12 |
| 6. | Программа вёрстки Adobe Indesign | 55 | 13-14 |
| 7. | Типографика | 50 | 15-16 |
| 8. | Основы вёрстки | 50 | 17-18 |
| 9. | Иллюстрация и основы фотографии | 60 | 19-20 |
| 10. | Концепция айдентики | 60 | 21-23 |
| 11. | Визуальная айдентика бренда. Дизайн-система | 70 | 24-26 |
| 12. | Дизайн коммуникаций | 50 | 27-29 |
| 13. | Предпечатная подготовка | 50 | 30-31 |
| 14. | Практикум по разработке айдентики | 70 | 32-35 |
| 15. | Графика в визуальных коммуникациях | 70 | 36-39 |
| 16. | Креативная типографика | 70 | 40-43 |
| 17. | Сторителлинг и разработка рекламного персонажа бренда | 70 | 44-47 |
| 18. | Дизайн коммуникаций. Практикум | 70 | 48-51 |
| Итоговая аттестация | | 10 | 52 |

2 Учебные недели отсчитываются с момента зачисления в Образовательную организацию.

2.3. Рабочие программы дисциплин представлены в Приложении № 1.

2.4. Программа Итоговой аттестации представлена в Приложении № 2.

2.5. Оценочные материалы представлены в Приложении № 3.

**3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

**3.1 Материально-технические условия реализации программы.**

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ДИЗАЙН-ПРОФЕССИЙ «ПЕНТАСКУЛ» (далее – Образовательная организация) располагает материально-технической базой, обеспечивающей реализацию образовательной программы и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

**3.2. Требования к материально-техническим условиям со стороны обучающегося (потребителя образовательной услуги).**

Рекомендуемая конфигурация компьютера:

1. Разрешение экрана от 1280х1024.
2. Pentium 4 или более новый процессор с поддержкой SSE2.
3. 512 Мб оперативной памяти.
4. 200 Мб свободного дискового пространства.
5. Современный веб-браузер актуальной версии (Firefox 22, Google Chrome 27, Opera 15, Safari 5, Internet Explorer 8 или более новый).

**3.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы.**

Образовательная организация обеспечена электронными учебниками, учебно-методической литературой и материалами по всем учебным дисциплинам (модулям) программы. Образовательная организация также имеет доступ к электронным образовательным ресурсам (ЭОР).

При реализации программ с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в Образовательной организации созданы условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя:

1. Электронные информационные ресурсы.
2. Электронные образовательные ресурсы.
3. Совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств.

Данная среда способствует освоению обучающимися программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Электронная информационно-образовательная среда Образовательной организации обеспечивает возможность осуществлять следующие виды деятельности:

1. Планирование образовательного процесса.
2. Размещение и сохранение материалов образовательного процесса.
3. Фиксацию хода образовательного процесса и результатов освоения программы.
4. Контролируемый доступ участников образовательного процесса к информационным образовательным ресурсам в сети Интернет.
5. Проведение мониторинга успеваемости обучающихся.

Содержание учебных дисциплин (модулей) и учебно-методических материалов представлено в учебно-методических ресурсах, размещенных в электронной информационно-образовательной среде Образовательной организации.

Учебно-методическая литература представлена в виде электронных информационных и образовательных ресурсов в библиотеках и в системе дистанционного обучения. Образовательная организация имеет удаленный доступ к электронным каталогам и полнотекстовым базам:

1. http://www.lomonosov.online/ – электронная научно-образовательная библиотека «Современные образовательные технологии в социальной сфере»;
2. http://www.biblioclub.ru/ – университетская библиотека, ЭБС «Университетская библиотека онлайн».

**3.4. Кадровое обеспечение программы.**

Реализация программы профессиональной переподготовки обеспечивается педагогическими работниками, требование к квалификации которых регулируется законодательством Российской Федерации в сфере образования и труда.

**4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ**

**(формы аттестации, контроля, оценочные материалы и иные компоненты)**

**4.1. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

В процессе обучения используется тестирование как форма текущего контроля успеваемости.

Формой промежуточной аттестации по дисциплинам программы является зачет или дифференцированный зачет. Для получения положительной отметки по промежуточной аттестации обучающийся должен набрать определенное количество баллов согласно системе оценивания.

Промежуточная аттестация включает в себя прохождение тестирования и выполнение практического задания. Промежуточная аттестация входит в период (время изучения) учебной дисциплины и проводится в форме, указанной в учебном плане. Время, отводимое на промежуточную аттестацию, заложено в каждой дисциплине программы (столбец практические занятия и тестирование). При наборе определенного количества баллов для получения отметки не ниже «зачтено» или «удовлетворительно» при прохождении тестирования, практическое задание не является обязательным для выполнения.

Вариант оценочных материалов представлен в Приложении №3.

**Системы оценивания.**

По результатам промежуточной аттестации выставляются отметки по стобалльной, двухбалльной и (или) четырехбалльной системам оценивания.

Соответствие балльных систем оценивания:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Количество баллов  по стобалльной системе | Отметка  по двухбалльной системе | Отметка  по четырехбалльной системе |
| 81-100 | «зачтено» | «отлично» |
| 61-80 | «зачтено» | «хорошо» |
| 51-60 | «зачтено» | «удовлетворительно» |
| менее 51 | «не зачтено» | «неудовлетворительно» |

Оценка результатов освоения обучающимся образовательной программы или ее части осуществляется в соответствии со следующими критериями:

отметка «зачтено» ставится обучающемуся, успешно освоившему учебную дисциплину и не имеющему задолженностей по результатам текущего контроля успеваемости;

отметка «не зачтено» ставится обучающемуся, имеющему задолженности по результатам текущего контроля успеваемости по дисциплине;

отметка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил материал раздела образовательной программы, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;

отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных программой, допустившему несущественные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;

отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, испытывает затруднения при выполнении практических работ;

отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части материала раздела образовательной программы, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы; обучающемуся, который после начала промежуточной аттестации отказался ее проходить.

**4.2. Итоговая аттестация.**

Итоговая аттестация обучающихся по программе профессиональной переподготовки является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме. Итоговая аттестация проводится в форме итогового междисциплинарного экзамена (Приложение №2).

Итоговая аттестация предназначена для определения общих и специальных (профессиональных) компетенций обучающихся, определяющих подготовленность к решению профессиональных задач, установленных образовательной программой.

**Критерии оценки результатов освоения образовательных программ.**

По результатам итоговой аттестации выставляются отметки по стобалльной системе и четырехбалльной.

Соответствие балльных систем оценивания:

|  |  |
| --- | --- |
| Количество баллов  по стобалльной системе | Отметка  по четырехбалльной системе |
| 81-100 | «отлично» |
| 61-80 | «хорошо» |
| 51-60 | «удовлетворительно» |
| менее 51 | «неудовлетворительно» |

Оценка результатов освоения программы осуществляется в соответствии со следующими критериями:

отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, не показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных программой; допустившему серьезные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;

отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему частичное освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных программой; сформированность не в полной мере новых компетенций и профессиональных умений для осуществления профессиональной деятельности;

отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных программой, допустившему несущественные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;

отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему полное освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), всестороннее и глубокое изучение литературы.

**5. СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

**Основная литература.**

1. Adobe Illustrator. Работа с векторной графикой\_new. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=19903

2. Авотынь, Т.Б. Основы композиции / Т.Б. Авотынь. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2016. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=4131

3. Алпатова, Е.В. Основы верстки / Е.В. Алпатова. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2019. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=18237

4. Бастамова Мария Радиковна, Графика в визуальных коммуникациях / Бастамова Мария Радиковна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26029

5. Бастамова Мария Радиковна, Дизайн коммуникаций. Практикум / Бастамова Мария Радиковна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26032

6. Бастамова Мария Радиковна, Креативная типографика / Бастамова Мария Радиковна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26030

7. Бастамова Мария Радиковна, Сторителлинг и разработка рекламного персонажа бренда / Бастамова Мария Радиковна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26031

8. Витковский, К.А. Программа вёрстки Adobe Indesign\_new / К.А. Витковский. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2019. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=19905

9. Дизайн коммуникаций. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26192

10. Куракова, А.Е. Иллюстрация и основы фотографии / А.Е. Куракова. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2019. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=20711

11. Проскурина Марина Викторовна, Визуальная айдентика бренда. Дизайн-система / Проскурина Марина Викторовна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26191

12. Проскурина Марина Викторовна, Концепция айдентики / Проскурина Марина Викторовна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26190

13. Проскурина, М.В. Типографика / М.В. Проскурина. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2019. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=19977

14. Теория и психология цвета\_new. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=19901

15. Тихомирова Дарья Анатольевна, Голуб Ольга Георгиевна, Adobe Photoshop: основные инструменты и возможности / Тихомирова Дарья Анатольевна, Голуб Ольга Георгиевна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26189

16. Филиппов, М.А. Практикум по разработке айдентики / М.А. Филиппов. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2020. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=20719

17. Филиппов, М.В. Введение в профессию «Графический дизайнер» / М.В. Филиппов. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2019. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=20709

18. Черникович Илья Николаевич, Предпечатная подготовка / Черникович Илья Николаевич. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=25876

**Дополнительная литература.**

1. Ананьева, Н.В. Рекламная деятельность / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Суслова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 198 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496962 (дата обращения: 09.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7638-3733-9. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=496962

2. Арбатский, И.В. Шрифт и массмедиа: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по программам магистерской подготовки по направлениям Дизайн, Дизайн архитектурной среды, Градостроительство / И.В. Арбатский. – Красноярск : СФУ, 2015. – 271 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496976 (дата обращения: 09.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7638-3358-4. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=496976

3. Арт-менеджмент / Л.Н. Жуковская, С.В. Костылева, В.С. Лузан и др. ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2016. – 188 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496978 (дата обращения: 09.09.2019). – Библиогр.: с. 179-184. – ISBN 978-5-7638-3491-8. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=496978

4. Безрукова Е. А., Мхитарян Г. Ю.. Шрифтовая графика: учебное наглядное пособие [Электронный ресурс] / Кемерово:Кемеровский государственный институт культуры,2017. -130с. - 978-5-8154-0407-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=487657

5. Божко А. Н.. Обработка растровых изображений в Adobe Photoshop [Электронный ресурс] / М.:Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ»,2016. -320с. - . - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=428970

6. Божко А. Н.. Ретушь и коррекция изображений в Adobe Photoshop [Электронный ресурс] / М.:Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ»,2016. -427с. - . - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=428789

7. Ганиева Н. М.. Технология формных процессов: учебное пособие [Электронный ресурс] / Омск:Издательство ОмГТУ,2017. -134с. - 978-5-8149-2524-4. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=493308

8. Григорян, Е.С. Корпоративная социальная ответственность / Е.С. Григорян, И.А. Юрасов. – 2-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 248 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496198 (дата обращения: 09.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03159-5. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=496198

9. Дымова, С.С. Введение в рекламу и PR : учебное пособие : [16+] / С.С. Дымова, В.С. Матюшкин, В.Ю. Филин ; Институт бизнеса и дизайна. – Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр.: 122-123. – ISBN 978-5-6042873-3-0. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=572919

10. Инженерная и компьютерная графика: учебное пособие [Электронный ресурс] / Ставрополь:СКФУ,2017. -286с. -. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=494714

11. История и теория аудиовизуальных искусств: учебно-методический комплекс, Ч. 2. Эстетика и история фотографии [Электронный ресурс] / Кемерово:КемГУКИ,2015. -52с. - . - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=438724

12. Исхаков, О.А. Аналоговые и цифровые фотопроцессы в полиграфии / О.А. Исхаков ; Министерство образования и науки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Казанский национальный исследовательский технологический университет». – Казань : Издательство КНИТУ, 2017. – 204 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=501151 (дата обращения: 09.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7882-2239-4. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=501151

13. Казарина Т. Ю.. Пропедевтика: практикум [Электронный ресурс] / Кемерово:Кемеровский государственный институт культуры,2016. -52с. - 978-5-8154-0337-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=472627

14. Казарина Т. Ю.. Пропедевтика: учебное пособие [Электронный ресурс] / Кемерово:Кемеровский государственный институт культуры,2016. -104с. - 978-5-8154-0337-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=472626

15. Казарина Т. Ю.. Цветоведение и колористика: практикум [Электронный ресурс] / Кемерово:Кемеровский государственный институт культуры,2017. -36с. - 978-5-8154-0382-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=472625

16. Клещев О. И.. Технологии полиграфии: учебное пособие [Электронный ресурс] / Екатеринбург:Архитектон,2015. -108с. - 978-5-7408-0223-7. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=455450

17. Клещев О. И.. Типографика: учебное пособие [Электронный ресурс] / Екатеринбург:Архитектон,2016. -172с. - 978-5-7408-0249-7. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=455452

18. Комиссарова Я. В.. Основы полиграфологии: учебник для магистров [Электронный ресурс] / М.:Проспект,2016. -188с. - 978-5-392-21097-8. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=444882

19. Кравчук В. П.. Типографика и художественно-техническое редактирование: учебное наглядное пособие [Электронный ресурс] / Кемерово:КемГУКИ,2015. -48с. - 978-5-8154-0309-3. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=438320

20. Кузвесова Н. Л.. История графического дизайна : от модерна до конструктивизма: учебное пособие [Электронный ресурс] / Екатеринбург:Архитектон,2015. -107с. - 978-5-7408-0203-9. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=455462

21. Леонидова Г. Ф.. Настольные издательские системы: учебное пособие [Электронный ресурс] / Кемерово:Кемеровский государственный институт культуры,2017. -136с. - 978-5-8154-0387-1. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=487685

22. Литунов С. Н., Гусак Е. Н.. Основы печатных процессов: учебное пособие [Электронный ресурс] / Омск:Издательство ОмГТУ,2017. -166с. - 978-5-8149-2493-3. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=493345

23. Марочкина С. С., Дмитриева Л. М., Азарова Е. В.. Введение в специальность : реклама: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.:Юнити-Дана,2015. -239с. - 978-5-238-01657-3. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=114757

24. Марусева И. В.. Мишень вкуса : аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение»: монография [Электронный ресурс] / М.|Берлин:Директ-Медиа,2016. -305с. - 978-5-4475-7044-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=438287

25. Молочков В. П.. Основы фотографии [Электронный ресурс] / М.:Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ»,2016. -401с. - . - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=429069

26. Овчинникова Р. Ю.. Дизайн в рекламе : основы графического проектирования: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.:Юнити-Дана,2015. -239с. - 978-5-238-01525-5. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=115010

27. Оксинойд К. Э.. Управление социальным развитием организации: учебное пособие [Электронный ресурс] / Москва:Издательство «Флинта»,2017. -182с. - 978-5-9765-0031-0. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=115105

28. Саблина, Н. А. Теория и практика цвета в профессиональном образовании дизайнеров : [16+] / Н. А. Саблина, И. В. Самойлова ; Липецкий государственный педагогический университет им. П.П. Семенова-Тян-Шанского, Институт культуры и искусства, Кафедра изобразительного, декоративно-прикладного искусства и дизайна. – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2021. – 89 с. : ил., табл.. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=693950

29. Управление персоналом : учебник для вузов / Е.А. Аксенова, Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремин и др. ; под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 561 с. - ISBN 5-238-00290-4. - URL: biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118464

30. Чернатони, Л. Брендинг: как создать мощный бренд : учебник / Л. Чернатони, М. МакДональд ; предисл. Б. Л. Ерёмина ; ред. Г. А. Клебче ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 559 с.. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691470

31. Чуваргина Н. П.. Основы графической композиции : учебно-методическое пособие по дисциплине «Основы композиции (пропедевтика)» [Электронный ресурс] / Екатеринбург:Архитектон,2015. -44с. - . - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=455438

32. Шарков Ф. И.. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»,2016. -324с. - 978-5-394-00792-7. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=453044

33. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03519-7. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=116042

34. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 272 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573436 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03152-6. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=573436

35. Шевелина Н. Ю.. Графическая и цветовая композиция : пропедевтика: практикум [Электронный ресурс] / Екатеринбург:Архитектон,2015. -33с. - 978-5-7408-0217-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=455471

36. Шпаковский В. О., Егорова Е. С.. PR-дизайн и PR-продвижение: учебное пособие [Электронный ресурс] / Москва|Вологда:Инфра-Инженерия,2018. -453с. - 978-5-9729-0217-0. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=493884

37. Шульдова, С. Г. Компьютерная графика : учебное пособие / С. Г. Шульдова. – Минск : РИПО, 2020. – 301 с. : ил., табл.. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599804

Приложение № 1 к дополнительной

профессиональной программе

профессиональной переподготовки

«Графический дизайн и визуальные коммуникации. Международные практики»

**РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН**

**Рабочая программа дисциплины**

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

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.1. Основные приемы и методы выполнения художественно-графических работ.  З 1.1.5. Профессиональная терминология в области дизайна. | У 1.1.1. Работать с проектным заданием на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.1. Изучение проектного задания на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика.  З 2.2.5. Основы рекламных технологий.  З 2.2.8. Профессиональная терминология в области дизайна. | У 2.2.1. Анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  У 2.2.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. | ПО 2.2.1. Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОК 01 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.. |
| ОК 02 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Введение в профессию «Графический дизайнер»» составляет 55 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. История возникновения дизайн-проектирования** | | | | |
| 1. | История возникновения дизайн-проектирования | 2 | 1 | 1 |
| 2. | Основные этапы развития графического дизайна | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Новый этап развития графического дизайна | 4 | 2 | 2 |
| 4. | Обзор основных школ графического дизайна | 4 | 2 | 2 |
| **ВСЕГО** | | 13 | 6 | 7 |
| **Модуль II. Дизайн как сфера деятельности** | | | | |
| 1. | Определение графического дизайна | 2 | 1 | 1 |
| 2. | Дизайнер и общество | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Сферы деятельности и профессии в графическом дизайне | 4 | 2 | 2 |
| 4. | Проектирование визуальных коммуникаций | 4 | 2 | 2 |
| **ВСЕГО** | | 13 | 6 | 7 |
| **Модуль III. Основные принципы проектирования в графическом дизайне** | | | | |
| 1. | Антропоцентрический подход в дизайне | 4 | 2 | 2 |
| 2. | Основные этапы дизайн-проектирования | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Принципы дизайн-мышления | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 14 | 6 | 8 |
| **Модуль IV. Графический дизайн как профессия** | | | | |
| 1. | Ведущие мировые и российские дизайнеры и студии | 4 | 2 | 2 |
| 2. | Основные компетенции графического дизайнера | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Варианты трудоустройства для дизайнера | 6 | 3 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 7 | 8 |
| **ИТОГО** | | **55** | **25** | **30** |

**Форма промежуточной аттестации:** Зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. История возникновения дизайн-проектирования.  2. Основные этапы развития графического дизайна.  3. Новый этап развития графического дизайна.  4. Обзор основных школ графического дизайна. | 1. Создание вручную копии одного из логотипов Тони Фостера 2. Создание подборки из 12-ти плакатов школы «Баухауз», в которых как выразительное средство используются геометрические примитивы |
| 2. | 1. Определение графического дизайна.  2. Дизайнер и общество.  3. Сферы деятельности и профессии в графическом дизайне.  4. Проектирование визуальных коммуникаций. | 1. Создание социального плаката на тему «Террор», опираясь на знаковый графический прием, который используют в своих плакатах Лех Древински и Александр Фалдин 2. Составление подборки из 5-ти примеров модульного построения знаков визуальной коммуникации, созданных по принципу фирменного стиля и знаков навигации аэропорта Кельн-Бонн, Германия |
| 3. | 1. Антропоцентрический подход в дизайне.  2. Основные этапы дизайн-проектирования.  3. Принципы дизайн-мышления. | Проведение мозгового штурма (тема по выбору) |
| 4. | 1. Ведущие мировые и российские дизайнеры и студии.  2. Основные компетенции графического дизайнера.  3. Варианты трудоустройства для дизайнера. | 1. Проведение анализа компетенций графического дизайнера, а также вариантов трудоустройства графического дизайнера (не менее 5 вариантов) 2. Создание своего варианта плаката «Лицо» по примеру произведений Владимира Чайки |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Филиппов, М.В. Введение в профессию «Графический дизайнер» / М.В. Филиппов. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2019. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=20709

**Дополнительная литература.**

1. Марочкина С. С., Дмитриева Л. М., Азарова Е. В.. Введение в специальность : реклама: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.:Юнити-Дана,2015. -239с. - 978-5-238-01657-3. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=114757

2. Марусева И. В.. Мишень вкуса : аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение»: монография [Электронный ресурс] / М.|Берлин:Директ-Медиа,2016. -305с. - 978-5-4475-7044-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=438287

3. Овчинникова Р. Ю.. Дизайн в рекламе : основы графического проектирования: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.:Юнити-Дана,2015. -239с. - 978-5-238-01525-5. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=115010

**Рабочая программа 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. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.1. Основные приемы и методы выполнения художественно-графических работ.  З 1.1.5. Профессиональная терминология в области дизайна. | У 1.1.1. Работать с проектным заданием на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.1. Изучение проектного задания на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика.  З 2.2.2. Теория композиции. | У 2.2.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. | ПО 2.2.2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОК 01 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.. |
| ОК 02 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Пропедевтика. Основы композиции» составляет 50 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Средства выразительности в графическом дизайне** | | | | |
| 1. | Основы визуального восприятия. Сравнение, силуэт, подобие и контраст | 2 | 1 | 1 |
| 2. | Введение. Линия, пятно, точка. Понятие растра, виды растра. Текстура | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Формообразование в ГД. Геометрические примитивы | 3 | 1 | 2 |
| 4. | Принципы взаимодействия форм в ГД. Сложение и вычитание силуэта. Инверсия изображения. Разрушение и организация формы | 4 | 2 | 2 |
| **ВСЕГО** | | 12 | 5 | 7 |
| **Модуль II. Базовые принципы формальной композиции и средства организации графического пространства** | | | | |
| 1. | Центр и периферия. Динамическое равновесие. Золотое сечение | 2 | 1 | 1 |
| 2. | Три базовых контраста композиции: размер, тон, количество | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Пропорции формата как выразительное средство. Композиционные оси и поля восприятия | 3 | 1 | 2 |
| 4. | Основные композиционные схемы. Ритм и сетка. Композиционная линейка масштабов | 4 | 2 | 2 |
| **ВСЕГО** | | 12 | 5 | 7 |
| **Модуль III. Базовые принципы композиции цвета** | | | | |
| 1. | Цвето-тональное решение. Основные цветовые сочетания и виды цветовых контрастов. Составление цветовой гаммы на основе цветового круга И. Иттена | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Дизайн цвета. Основной и дополнительные цвета. Колорит и акцент | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Графические, пространственные и образные характеристики цвета | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 13 | 5 | 8 |
| **Модуль IV. Основные принципы графической стилизации** | | | | |
| 1. | Скетчинг – выявление образа и структуры объекта. Опорные точки силуэта и связи внутри формы | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Выявление образа через упрощение формы. Основной геометрический примитив. Техники исполнения скетча для создания образного решения | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Био- и техно-пластика. Линейное, пятновое и гибридные решения в стилизации | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 13 | 5 | 8 |
| **ИТОГО** | | **50** | **20** | **30** |

**Форма промежуточной аттестации:** диф.зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Основы визуального восприятия. Сравнение, силуэт, подобие и контраст.  2. Введение. Линия, пятно, точка. Понятие растра, виды растра. Текстура.  3. Формообразование в ГД. Геометрические примитивы.  4. Принципы взаимодействия форм в ГД. Сложение и вычитание силуэта. Инверсия изображения. Разрушение и организация формы. | Создание двух формальных композиций в квадрате на темы "Динамика" и "Статика". Создание формальной композиции в квадрате на свободную тему, с использованием в композиции 3 видов растра Создание двух формальных композиций в квадрате на темы "Сложение силуэта" и "Вычитание силуэта" |
| 2. | 1. Центр и периферия. Динамическое равновесие. Золотое сечение.  2. Три базовых контраста композиции: размер, тон, количество.  3. Пропорции формата как выразительное средство. Композиционные оси и поля восприятия.  4. Основные композиционные схемы. Ритм и сетка. Композиционная линейка масштабов. | Создание трех формальных композиций в квадрате на тему: "взрыв" Создание композиции на основе одной буквы (по выбору), с изображением ее во всех 3-х видах масштабов в соответствии со «шкалой масштабов» Создание симметричной и асимметричной композиции |
| 3. | 1. Цвето-тональное решение. Основные цветовые сочетания и виды цветовых контрастов. Составление цветовой гаммы на основе цветового круга И. Иттена.  2. Дизайн цвета. Основной и дополнительные цвета. Колорит и акцент.  3. Графические, пространственные и образные характеристики цвета. | Переложение в цвето-графическую композицию (5 цветов) композиции из задания к Модулю 1. Составление цветовой гаммы Создание композиций в цветах зимнего и летнего колоритов |
| 4. | 1. Скетчинг – выявление образа и структуры объекта. Опорные точки силуэта и связи внутри формы.  2. Выявление образа через упрощение формы. Основной геометрический примитив. Техники исполнения скетча для создания образного решения.  3. Био- и техно-пластика. Линейное, пятновое и гибридные решения в стилизации. | Создание структурного наброска, образного наброска, изображения линией и пятном бытового объекта (по выбору) Создание геометрического изображения выбранного бытового объекта |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Авотынь, Т.Б. Основы композиции / Т.Б. Авотынь. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2016. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=4131

**Дополнительная литература.**

1. Казарина Т. Ю.. Пропедевтика: практикум [Электронный ресурс] / Кемерово:Кемеровский государственный институт культуры,2016. -52с. - 978-5-8154-0337-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=472627

2. Казарина Т. Ю.. Пропедевтика: учебное пособие [Электронный ресурс] / Кемерово:Кемеровский государственный институт культуры,2016. -104с. - 978-5-8154-0337-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=472626

3. Чуваргина Н. П.. Основы графической композиции : учебно-методическое пособие по дисциплине «Основы композиции (пропедевтика)» [Электронный ресурс] / Екатеринбург:Архитектон,2015. -44с. - . - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=455438

**Рабочая программа дисциплины**

**«Теория и психология цвета»**

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.2. Цветоделение, цветокоррекция, художественное ретуширование изображений в соответствии с характеристиками воспроизводящего оборудования. | У 1.1.1. Работать с проектным заданием на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.1. Изучение проектного задания на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.3. Цветоведение и колористика. | У 2.2.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. | ПО 2.2.2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОК 01 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.. |
| ОК 02 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Теория и психология цвета» составляет 50 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Колористика и природа цвета** | | | | |
| 1. | Физические основы цвета | 5 | 2 | 3 |
| 2. | Теория цвета | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Передача цвета. Системы RGB, CMYK, Pantone | 6 | 2 | 4 |
| **ВСЕГО** | | 16 | 6 | 10 |
| **Модуль II. Психология цвета** | | | | |
| 1. | Восприятие цвета | 5 | 2 | 3 |
| 2. | Цветовое воздействие и цветовая гармония, отношение к цвету | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Воздействие цвета на восприятие пространства | 7 | 3 | 4 |
| **ВСЕГО** | | 17 | 7 | 10 |
| **Модуль III. Работа с цветом в дизайне** | | | | |
| 1. | Роль цвета в дизайне | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Цифровые колористические решения | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Краски и их смешение | 3 | 1 | 2 |
| 4. | Составление цветовых схем | 4 | 2 | 2 |
| 5. | Цвет в визуальной коммуникации | 4 | 2 | 2 |
| **ВСЕГО** | | 17 | 7 | 10 |
| **ИТОГО** | | **50** | **20** | **30** |

**Форма промежуточной аттестации:** Зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Физические основы цвета.  2. Теория цвета.  3. Передача цвета. Системы RGB, CMYK, Pantone. | Выполнение хроматических и ахроматических тоновых растяжек Выполнение композиции заливкой акварелью и композицию ахроматических тонов Составление цветовой гармонии. Подбор примеров контрастов на каждый тип контрастов в том направлении дизайна, который изучает обучающийся |
| 2. | 1. Восприятие цвета.  2. Цветовое воздействие и цветовая гармония, отношение к цвету.  3. Воздействие цвета на восприятие пространства. | Выявление нюансной шкалы Составление цветовой схемы-диаграммы иллюстрации, персонажа или бренда (ручная или компьютерная подача на выбор) |
| 3. | 1. Роль цвета в дизайне.  2. Цифровые колористические решения.  3. Краски и их смешение.  4. Составление цветовых схем.  5. Цвет в визуальной коммуникации. | Создание гармоничной цветовой композиции одного и того же городского пейзажа /фирменного стиля /сайта / интерьера в 4-х разных вариантах, используя разные цветовые схемы на цветовом круге Создание гармонических сочетаний в соответствии с цветовой схемой и составление на их основе выразительных композиций Создание композиции в технике "мозаика" |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Теория и психология цвета\_new. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=19901

**Дополнительная литература.**

1. Казарина Т. Ю.. Цветоведение и колористика: практикум [Электронный ресурс] / Кемерово:Кемеровский государственный институт культуры,2017. -36с. - 978-5-8154-0382-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=472625

2. Саблина, Н. А. Теория и практика цвета в профессиональном образовании дизайнеров : [16+] / Н. А. Саблина, И. В. Самойлова ; Липецкий государственный педагогический университет им. П.П. Семенова-Тян-Шанского, Институт культуры и искусства, Кафедра изобразительного, декоративно-прикладного искусства и дизайна. – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2021. – 89 с. : ил., табл.. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=693950

3. Шевелина Н. Ю.. Графическая и цветовая композиция : пропедевтика: практикум [Электронный ресурс] / Екатеринбург:Архитектон,2015. -33с. - 978-5-7408-0217-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=455471

**Рабочая программа дисциплины**

**«Adobe Photoshop: основные инструменты и возможности»**

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.4. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | У 1.2. Использовать средства дизайна для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  У 1.3. Использовать компьютерные программы, необходимые для создания и корректирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ПК 1.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять выбор технических и программных средств для разработки дизайн-макета с учетом их особенностей использования.. |
| ПК 2.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании при разработке дизайн-макета на основе технического задания.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Adobe Photoshop: основные инструменты и возможности» составляет 60 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Знакомство с программой Adobe Photoshop** | | | | |
| 1. | Основные инструменты программы Adobe Photoshop | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Специфика растровой графики. Цветовые модели. Разрешение. Основы работы с цветом (палитры) | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Основы использования интерфейса программы | 4 | 1 | 3 |
| 4. | Принципы работы со слоями | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 5 | 10 |
| **Модуль II. Основы коллажирования** | | | | |
| 1. | Основы тоновой и цветовой коррекции | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Различные способы вырезания объектов | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Продвинутые способы вырезания объектов: маски и перо | 3 | 1 | 2 |
| 4. | Использование фильтров и цветов | 3 | 1 | 2 |
| 5. | Свет: создание теней и объемов | 3 | 1 | 2 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 5 | 10 |
| **Модуль III. Основы создания дизайн-макетов** | | | | |
| 1. | Основные инструменты верстки. Линейки, направляющие, отступы, воздух | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Иерархия и теория близости | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Тонкости работы со шрифтами. Подбор шрифта, шрифт по форме, в объекте, кегль и выключка | 3 | 1 | 2 |
| 4. | Цвет, градиент, векторная и растровая графика, использование смарт объектов и дополнительных кистей | 3 | 1 | 2 |
| 5. | Хитрости дизайна: скрипты, шаблоны и мокапы | 3 | 1 | 2 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 5 | 10 |
| **Модуль IV. Основы ретуши** | | | | |
| 1. | Цветовая коррекция изображений. Настройка яркости, насыщенности, контрастности, цветового баланса | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Изменение цвета глаз, волос, кожи, «отбеливание зубов», устранение «эффекта красных глаз» | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Обработка кожи | 4 | 1 | 3 |
| 4. | Добавление реалистичности фото, резкость и подавление шума | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 5 | 10 |
| **ИТОГО** | | **60** | **20** | **40** |

**Форма промежуточной аттестации:** Зачет.

**Тематическое содержание дисциплины.**

Модуль I. Знакомство с программой Adobe Photoshop.

Тема 1. Основные инструменты программы Adobe Photoshop. Инструменты выделения по форме. Кадрирование, нарезка. Инструменты ретуши. Инструменты работы с цветом. Инструменты работы с тоном изображения.

Тема 2. Специфика растровой графики. Цветовые модели. Разрешение. Основы работы с цветом (палитры). Растровые и векторные изображения. Основные цветовые модели: RGB, CMYK — разница, особенности применения. Палитры цветов и градиентов.

Тема 3. Основы использования интерфейса программы. Основная панель меню. Строка параметров выбранного инструмента. Выпадающее меню. Дополнительные панели – палитры (вкладка Окна). Рабочее окно. Строка состояния документа.

Тема 4. Принципы работы со слоями. Виды слоев. Создание новых слоёв, их режимы наложения, прозрачности, видимость слоёв, коррекция слоёв.

Модуль II. Основы коллажирования.

Тема 1. Основы тоновой и цветовой коррекции. Что такое цветовая и тоновая коррекция. Где используется цветовая и тоновая коррекция. Автоматические инструменты коррекции. Коррекция с помощью Яркость/Контраст. Уровни, Кривые. Цветовой тон/Насыщенность. Цветовой баланс и Тени/Cвета.

Тема 2. Различные способы вырезания объектов. Выделение с помощью инструмента выделения по форме (M). Выделение с помощью инструменты свободного выделения (L). Выделение с помощью быстрого выделения (W). Инверсия, размытие по краю. Перенесение области выделения на отдельный слой. Инструмент Ластик. Выделение через Цветовой диапазон.

Тема 3. Продвинутые способы вырезания объектов: маски и перо. Вариант выделения с помощью кривых и инструмента Перо. Инструмент Маска.

Тема 4. Использование фильтров и цветов. Для чего служат и какие задачи выполняют фильтры. Применение фильтров из галереи и краткий обзор на примерах их использования. Что такое смартфильтры? Палитры цветов, градиентов, библиотеки. Краткий обзор узоров и стилей.

Тема 5. Свет: создание теней и объемов. Инструменты ручного затемнения, осветления, обесцвечивания. Создание теней на изображении с помощью кистей и трансформации формы. Использование палитры слоёв и инструментов Curve для создания дополнительного объёма изображения.

Модуль III. Основы создания дизайн-макетов.

Тема 1. Основные инструменты верстки. Линейки, направляющие, отступы, воздух. Настройки при создании макета для web и под печать. Линейки и их настройки. Как и для чего используются направляющие и сетка. Какую роль в макете играют отступы. Зачем в макете «воздух».

Тема 2. Иерархия и теория близости. Целостность композиции. Равновесие, баланс. Соподчинение.

Тема 3. Тонкости работы со шрифтами. Подбор шрифта, шрифт по форме, в объекте, кегль и выключка. Горизонтальный, вертикальный текст. Обтравочная маска для текста (фигуры). Палитры для работы с текстом. Сетка для верстки текста. Правила хорошего тона в верстке текста.

Тема 4. Цвет, градиент, векторная и растровая графика, использование смарт объектов и дополнительных кистей. Использование цвета градиентов в дизайне, инструмент пипетка. Подбор цвета для макета, координаты цвета. Смарт объекты и инструмент Кадр. Использование инструментов карандаш, кисть.

Тема 5. Хитрости дизайна: скрипты, шаблоны и мокапы. Что такое скрипты, операции и как их создавать. Как помогают шаблоны в дизайне. Мокапы – что это такое и как использовать. Мудборд, что это и для чего.

Модуль IV. Основы ретуши.

Тема 1. Цветовая коррекция изображений. Настройка яркости, насыщенности, контрастности, цветового баланса. Цветовые модели и оттенки кожи. Анализ перед коррекцией кожи. Цветовая и тоновая коррекция кожи. Тонирование фото.

Тема 2. Изменение цвета глаз, волос, кожи, «отбеливание зубов», устранение «эффекта красных глаз». Коррекция глаз. Отбеливание зубов. Инструмент Пластика. Коррекция волос. Добавление макияжа.

Тема 3. Обработка кожи. Точечная коррекция с помощью инструментов заплатка, штамп, восстанавливающая кисть. Ретушь по методу частотного разложения. Разложение на две частоты с помощью операции вычитания.

Тема 4. Добавление реалистичности фото, резкость и подавление шума. Способы дополнительного объема и реалистичности: с помощью Каналов, Коррекции, Краевого контраста, Кривых.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Основные инструменты программы Adobe Photoshop.  2. Специфика растровой графики. Цветовые модели. Разрешение. Основы работы с цветом (палитры).  3. Основы использования интерфейса программы.  4. Принципы работы со слоями. | Создание простого коллажа из фото и нескольких геометрических фигур различных форм и цветов |
| 2. | 1. Основы тоновой и цветовой коррекции.  2. Различные способы вырезания объектов.  3. Продвинутые способы вырезания объектов: маски и перо.  4. Использование фильтров и цветов.  5. Свет: создание теней и объемов. | Коррекция с примером до/после – цветовая и тоновая коррекция изображения Приведение изображения к образцу |
| 3. | 1. Основные инструменты верстки. Линейки, направляющие, отступы, воздух.  2. Иерархия и теория близости.  3. Тонкости работы со шрифтами. Подбор шрифта, шрифт по форме, в объекте, кегль и выключка.  4. Цвет, градиент, векторная и растровая графика, использование смарт объектов и дополнительных кистей.  5. Хитрости дизайна: скрипты, шаблоны и мокапы. | Создание макета с использованием текста и изображения: карточка товара Создание рекламного макета с использованием текста и изображения, а также градиентов и фигурных кистей. Демонстрация макета на готовом мокапе |
| 4. | 1. Цветовая коррекция изображений. Настройка яркости, насыщенности, контрастности, цветового баланса.  2. Изменение цвета глаз, волос, кожи, «отбеливание зубов», устранение «эффекта красных глаз».  3. Обработка кожи.  4. Добавление реалистичности фото, резкость и подавление шума. | Коррекция изображения по тону, цвету, насыщенности и контрасту. Изменение у модели цвета глаз и волос, отбеливание зубов Коррекция изображения по тону, цвету, насыщенности и контрасту. Ретушь портрета с помощью частотного разложения, добавление дополнительного объема с помощью кривых. Детализация глаз |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Тихомирова Дарья Анатольевна, Голуб Ольга Георгиевна, Adobe Photoshop: основные инструменты и возможности / Тихомирова Дарья Анатольевна, Голуб Ольга Георгиевна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26189

**Дополнительная литература.**

1. Божко А. Н.. Обработка растровых изображений в Adobe Photoshop [Электронный ресурс] / М.:Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ»,2016. -320с. - . - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=428970

2. Божко А. Н.. Ретушь и коррекция изображений в Adobe Photoshop [Электронный ресурс] / М.:Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ»,2016. -427с. - . - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=428789

3. Шульдова, С. Г. Компьютерная графика : учебное пособие / С. Г. Шульдова. – Минск : РИПО, 2020. – 301 с. : ил., табл.. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599804

**Рабочая программа дисциплины**

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

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.4. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | У 1.1.2. Использовать средства дизайна для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  У 1.1.3. Использовать компьютерные программы, необходимые для создания и корректирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика.  З 2.2.7. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | У 2.2.3. Использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 2.2.3. Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОК 09 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности. |
| ПК 2.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании при разработке дизайн-макета на основе технического задания.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Adobe Illustrator. Работа с векторной графикой» составляет 60 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Вводный** | | | | |
| 1. | Вектор и растр — наглядное пояснение разницы. Сферы применения Adobe Illustrator. Настройки холста | 7 | 2 | 5 |
| 2. | Знакомство с интерфейсом | 8 | 3 | 5 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 5 | 10 |
| **Модуль II. Рисуем сет иконок** | | | | |
| 1. | Простые фигуры и их свойства | 1.5 | 0.5 | 1 |
| 2. | Обводка и заливка | 1.5 | 0.5 | 1 |
| 3. | Обработка контуров | 1.5 | 0.5 | 1 |
| 4. | Инструменты "Отражение", "Поворот" | 1.5 | 0.5 | 1 |
| 5. | Трансформирование | 3 | 1 | 2 |
| 6. | Монтажная область, слои | 3 | 1 | 2 |
| 7. | Экспорт для экранов и веб | 3 | 1 | 2 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 5 | 10 |
| **Модуль III. Рисуем иконку-иллюстрацию** | | | | |
| 1. | Точки и направляющие | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Инструмент "Перо" | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Настройки обводки | 3 | 1 | 2 |
| 4. | Палитры | 3 | 1 | 2 |
| 5. | Создание градиентов | 3 | 1 | 2 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 5 | 10 |
| **Модуль IV. Рисуем плакат** | | | | |
| 1. | Импорт растровых изображений | 1.5 | 0.5 | 1 |
| 2. | Трассировка растровых изображений | 1.5 | 0.5 | 1 |
| 3. | Инструмент "Текст" | 1.5 | 0.5 | 1 |
| 4. | Текст по контуру | 1.5 | 0.5 | 1 |
| 5. | Обтравочные маски | 1.5 | 0.5 | 1 |
| 6. | Режимы смешения | 1.5 | 0.5 | 1 |
| 7. | Сетки и выравнивание | 3 | 1 | 2 |
| 8. | Экспорт | 3 | 1 | 2 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 5 | 10 |
| **ИТОГО** | | **60** | **20** | **40** |

**Форма промежуточной аттестации:** Зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Вектор и растр — наглядное пояснение разницы. Сферы применения Adobe Illustrator. Настройки холста.  2. Знакомство с интерфейсом. | Выполнение заданий, направленных на отработку умения использовать в практической деятельности знания устройства интерфейса программы Adobe Illustrator |
| 2. | 1. Простые фигуры и их свойства.  2. Обводка и заливка.  3. Обработка контуров.  4. Инструменты "Отражение", "Поворот".  5. Трансформирование.  6. Монтажная область, слои.  7. Экспорт для экранов и веб. | Отрисовка иконок с помощью простых фигур, с применением базовых инструментов программы |
| 3. | 1. Точки и направляющие.  2. Инструмент "Перо".  3. Настройки обводки.  4. Палитры.  5. Создание градиентов. | Отрисовка объекта с помощью инструмента «Перо» Создание простой иллюстрации в программе |
| 4. | 1. Импорт растровых изображений.  2. Трассировка растровых изображений.  3. Инструмент "Текст".  4. Текст по контуру.  5. Обтравочные маски.  6. Режимы смешения.  7. Сетки и выравнивание.  8. Экспорт. | Создание двусторонней визитки Создание афиши с текстом и иллюстрациями |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Adobe Illustrator. Работа с векторной графикой\_new. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=19903

**Дополнительная литература.**

1. Инженерная и компьютерная графика: учебное пособие [Электронный ресурс] / Ставрополь:СКФУ,2017. -286с. -. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=494714

2. Кузвесова Н. Л.. История графического дизайна : от модерна до конструктивизма: учебное пособие [Электронный ресурс] / Екатеринбург:Архитектон,2015. -107с. - 978-5-7408-0203-9. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=455462

3. Шульдова, С. Г. Компьютерная графика : учебное пособие / С. Г. Шульдова. – Минск : РИПО, 2020. – 301 с. : ил., табл.. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599804

**Рабочая программа дисциплины**

**«Программа вёрстки Adobe Indesign»**

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.4. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | У 1.1.2. Использовать средства дизайна для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  У 1.1.3. Использовать компьютерные программы, необходимые для создания и корректирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика.  З 2.2.7. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | У 2.2.3. Использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 2.2.3. Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОК 09 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности. |
| ПК 2.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании при разработке дизайн-макета на основе технического задания.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Программа вёрстки Adobe Indesign» составляет 55 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Введение и изучение интерфейса** | | | | |
| 1. | Сферы применения программы. Интерфейс Adobe InDesign | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Инструменты, палитры, команды меню. Работа с объектами | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Трансформация объектов. Палитры Выравнивание (Align), Трансформирование (Transform), Обработка контуров (Pathfinder). Параметры объектов | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 13 | 5 | 8 |
| **Модуль II. Работа с текстом и объектами** | | | | |
| 1. | Работа с текстом в InDesign | 4 | 1 | 3 |
| 2. | Свойства текста. Настройки символов и абзацев | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Текст вдоль контура. Перевод текста в кривые. Линки (все о них и зачем они нужны) | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 14 | 5 | 9 |
| **Модуль III. Работа со стилями** | | | | |
| 1. | Работа со стилями символов и абзацев (Character и Paragraph Style) | 2 | 1 | 1 |
| 2. | Создание и настройка вложенных стилей (Nested Styles) | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Создание и настройка стилей таблиц (Table Styles) | 3 | 1 | 2 |
| 4. | Настройка стилей обводки (Stroke Styles) | 3 | 1 | 2 |
| 5. | Генерация содержания документа/книги | 3 | 1 | 2 |
| **ВСЕГО** | | 14 | 5 | 9 |
| **Модуль IV. Шаблоны страниц** | | | | |
| 1. | Шаблоны страниц (Master Pages) | 4 | 1 | 3 |
| 2. | Нумерация страниц | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Настройка колонтитулов (Running Header). Возможные сложности и их решение | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 14 | 5 | 9 |
| **ИТОГО** | | **55** | **20** | **35** |

**Форма промежуточной аттестации:** Зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Сферы применения программы. Интерфейс Adobe InDesign.  2. Инструменты, палитры, команды меню. Работа с объектами.  3. Трансформация объектов. Палитры Выравнивание (Align), Трансформирование (Transform), Обработка контуров (Pathfinder). Параметры объектов. | Создание документа и трансформация объектов |
| 2. | 1. Работа с текстом в InDesign.  2. Свойства текста. Настройки символов и абзацев.  3. Текст вдоль контура. Перевод текста в кривые. Линки (все о них и зачем они нужны). | Работа с текстовыми фреймами |
| 3. | 1. Работа со стилями символов и абзацев (Character и Paragraph Style).  2. Создание и настройка вложенных стилей (Nested Styles).  3. Создание и настройка стилей таблиц (Table Styles).  4. Настройка стилей обводки (Stroke Styles).  5. Генерация содержания документа/книги. | Настройка трех типов стилей Paragraph Style на основе изображений. |
| 4. | 1. Шаблоны страниц (Master Pages).  2. Нумерация страниц.  3. Настройка колонтитулов (Running Header). Возможные сложности и их решение. | Повтор полос с 18 по 25, с настройкой стилей, полей, master pages и автоматической нумерации на основе фрагмента современного издания Яна Чихольда. |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Витковский, К.А. Программа вёрстки Adobe Indesign\_new / К.А. Витковский. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2019. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=19905

**Дополнительная литература.**

1. Леонидова Г. Ф.. Настольные издательские системы: учебное пособие [Электронный ресурс] / Кемерово:Кемеровский государственный институт культуры,2017. -136с. - 978-5-8154-0387-1. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=487685

2. Марусева И. В.. Мишень вкуса : аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение»: монография [Электронный ресурс] / М.|Берлин:Директ-Медиа,2016. -305с. - 978-5-4475-7044-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=438287

3. Шульдова, С. Г. Компьютерная графика : учебное пособие / С. Г. Шульдова. – Минск : РИПО, 2020. – 301 с. : ил., табл.. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599804

**Рабочая программа дисциплины**

**«Типографика»**

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.1. Основные приемы и методы выполнения художественно-графических работ. | У 1.1.2. Использовать средства дизайна для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика.  З 2.2.4. Типографика, фотографика, мультипликация. | У 2.2.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. | ПО 2.2.3. Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОК 01 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.. |
| ПК 2.3 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Разрабатывать дизайн-макет на основе технического задания.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Типографика» составляет 50 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. История шрифта и развития типографики** | | | | |
| 1. | История типографики | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Стили и стилистические течения в типографике | 3 | 1 | 2 |
| 3. | История латиницы | 5 | 2 | 3 |
| 4. | Происхождение и развитие кириллицы | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 16 | 6 | 10 |
| **Модуль II. Шрифт** | | | | |
| 1. | Архитектура и основные параметры шрифты. Оптическая компенсация | 5 | 2 | 3 |
| 2. | Классификация шрифтов: Антиква, Гротески, Брусковые шрифты | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Каллиграфия и леттеринг | 7 | 3 | 4 |
| **ВСЕГО** | | 17 | 7 | 10 |
| **Модуль III. Типографика** | | | | |
| 1. | Наборы в верстке, микротипографика | 5 | 2 | 3 |
| 2. | Особенности верстки для web и печатных изданий | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Сочетания шрифтов | 7 | 3 | 4 |
| **ВСЕГО** | | 17 | 7 | 10 |
| **ИТОГО** | | **50** | **20** | **30** |

**Форма промежуточной аттестации:** диф.зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. История типографики.  2. Стили и стилистические течения в типографике.  3. История латиницы.  4. Происхождение и развитие кириллицы. | Определение стилей в типографике на предложенных изображениях Определение типов письма Определение типов кириллического письма |
| 2. | 1. Архитектура и основные параметры шрифты. Оптическая компенсация.  2. Классификация шрифтов: Антиква, Гротески, Брусковые шрифты.  3. Каллиграфия и леттеринг. | Определение параметров, влияющих на начертание шрифта, для предложенных изображений Определение типов используемых на изображениях шрифтов Выбор способов создания шрифтовой композиции |
| 3. | 1. Наборы в верстке, микротипографика.  2. Особенности верстки для web и печатных изданий.  3. Сочетания шрифтов. | Создание шрифтовой композиции, демонстрирующей основные особенности шрифта Оформление печатной полосы (афиша, обложка, страница журнала - на выбор обучающегося), с использованием шрифта в качестве основного средства выразительности в композиции |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Проскурина, М.В. Типографика / М.В. Проскурина. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2019. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=19977

**Дополнительная литература.**

1. Арбатский, И.В. Шрифт и массмедиа: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по программам магистерской подготовки по направлениям Дизайн, Дизайн архитектурной среды, Градостроительство / И.В. Арбатский. – Красноярск : СФУ, 2015. – 271 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496976 (дата обращения: 09.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7638-3358-4. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=496976

2. Безрукова Е. А., Мхитарян Г. Ю.. Шрифтовая графика: учебное наглядное пособие [Электронный ресурс] / Кемерово:Кемеровский государственный институт культуры,2017. -130с. - 978-5-8154-0407-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=487657

**Рабочая программа дисциплины**

**«Основы вёрстки»**

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.3. Основы технологии производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения. | У 1.1.2. Использовать средства дизайна для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  У 1.1.3. Использовать компьютерные программы, необходимые для создания и корректирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика.  З 2.2.6. Технологические процессы производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения.  З 2.2.7. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | У 2.2.3. Использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 2.2.2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОК 09 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности. |
| ПК 2.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании при разработке дизайн-макета на основе технического задания.. |
| ПК 2.3 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Разрабатывать дизайн-макет на основе технического задания.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Основы вёрстки» составляет 50 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Основные принципы вёрстки** | | | | |
| 1. | Форматы и поля | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Модульность. Прямоугольники и их согласованность, считываемость | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Принципы верстки: часть 1. Примитивы вёрстки, правила внутреннего и внешнего, близость, выравнивание | 3 | 1 | 2 |
| 4. | Принципы верстки: часть 2. Контраст, якорные объекты | 3 | 1 | 2 |
| 5. | Сетка. Принципы создания модульной сетки, расчет сетки | 4 | 2 | 2 |
| **ВСЕГО** | | 16 | 6 | 10 |
| **Модуль II. Работа с текстом** | | | | |
| 1. | Шрифт. Выбор подходящего шрифта, параметры шрифта, сочетаемость | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Текстовые блоки. Заголовок, основной текст, подписи, врезки, цитаты. Разделение текста на блоки | 4 | 2 | 2 |
| 3. | Основной текст. Выравнивание и другие параметры, приводность. Ошибки. Нестандартное расположение текста | 5 | 2 | 3 |
| 4. | Особые виды текста. Списки, сноски, примечания, подписи | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 17 | 7 | 10 |
| **Модуль III. Графические элементы на макете** | | | | |
| 1. | Изображение. Подбор подходящих фотографий и иллюстраций, работа с фотобанками. Сочетаемость | 5 | 2 | 3 |
| 2. | Иллюстрация. Расположение на странице. Доминирующие и вспомогательные иллюстрации. Их расположение по сетке | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Элементы. Отбивки, плашки, линейки, фон | 7 | 3 | 4 |
| **ВСЕГО** | | 17 | 7 | 10 |
| **ИТОГО** | | **50** | **20** | **30** |

**Форма промежуточной аттестации:** диф.зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Форматы и поля.  2. Модульность. Прямоугольники и их согласованность, считываемость.  3. Принципы верстки: часть 1. Примитивы вёрстки, правила внутреннего и внешнего, близость, выравнивание.  4. Принципы верстки: часть 2. Контраст, якорные объекты.  5. Сетка. Принципы создания модульной сетки, расчет сетки. | Вёрстка листовки формата А6 Вёрстка буклета (евроформат: 1/3 А4) |
| 2. | 1. Шрифт. Выбор подходящего шрифта, параметры шрифта, сочетаемость.  2. Текстовые блоки. Заголовок, основной текст, подписи, врезки, цитаты. Разделение текста на блоки.  3. Основной текст. Выравнивание и другие параметры, приводность. Ошибки. Нестандартное расположение текста.  4. Особые виды текста. Списки, сноски, примечания, подписи. | Вёрстка шрифтового плаката на одну из заданных тем, с использованием одного или нескольких шрифтов (на выбор). Стиль, шрифт и формат плаката - на выбор обучающегося |
| 3. | 1. Изображение. Подбор подходящих фотографий и иллюстраций, работа с фотобанками. Сочетаемость.  2. Иллюстрация. Расположение на странице. Доминирующие и вспомогательные иллюстрации. Их расположение по сетке.  3. Элементы. Отбивки, плашки, линейки, фон. | Вёрстка брошюры формата 70х100/16 (количество полос - на усмотрение обучающегося) |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Алпатова, Е.В. Основы верстки / Е.В. Алпатова. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2019. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=18237

**Дополнительная литература.**

1. Клещев О. И.. Технологии полиграфии: учебное пособие [Электронный ресурс] / Екатеринбург:Архитектон,2015. -108с. - 978-5-7408-0223-7. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=455450

2. Комиссарова Я. В.. Основы полиграфологии: учебник для магистров [Электронный ресурс] / М.:Проспект,2016. -188с. - 978-5-392-21097-8. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=444882

3. Литунов С. Н., Гусак Е. Н.. Основы печатных процессов: учебное пособие [Электронный ресурс] / Омск:Издательство ОмГТУ,2017. -166с. - 978-5-8149-2493-3. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=493345

**Рабочая программа дисциплины**

**«Иллюстрация и основы фотографии»**

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.4. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | У 1.1.2. Использовать средства дизайна для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  У 1.1.3. Использовать компьютерные программы, необходимые для создания и корректирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика.  З 2.2.4. Типографика, фотографика, мультипликация.  З 2.2.7. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | У 2.2.3. Использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 2.2.3. Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОК 09 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности. |
| ПК 4.1 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Анализировать современные тенденции в области графического дизайна для их адаптации и использования в своей профессиональной деятельности.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Иллюстрация и основы фотографии» составляет 60 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Иллюстрация в дизайне. Основы рисунка** | | | | |
| 1. | Иллюстрация в графическом дизайне | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Этапы создания иллюстраций. Построение простой формы, симметрия | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Основы рисунка: перспектива, линия горизонта, точки схода | 4 | 1 | 3 |
| 4. | Светотеневой рисунок. Предмет в пространстве, преломление сред | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 5 | 10 |
| **Модуль II. Стилизация в иллюстрации** | | | | |
| 1. | Стили в иллюстрации | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Стилизация объектов | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Создание персонажа: пропорции лица, мимика | 4 | 1 | 3 |
| 4. | Создание персонажа: фигура человека | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 5 | 10 |
| **Модуль III. Изометрия и плоский стиль: пошаговая инструкция** | | | | |
| 1. | Плоский дизайн и изометрия как стилистическое решение иллюстрации | 4 | 1 | 3 |
| 2. | Передача объёма в изометрии | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Текстура и фактура, художественные кисти | 6 | 2 | 4 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 5 | 10 |
| **Модуль IV. Основы фотографии. Создание галереи** | | | | |
| 1. | Основы фотографии. Крупность кадра, композиция фото | 4 | 1 | 3 |
| 2. | Студийный свет. Цветовое решение | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Стили в фотографии. Жанры и их особенности | 6 | 2 | 4 |
| **ВСЕГО** | | 15 | 5 | 10 |
| **ИТОГО** | | **60** | **20** | **40** |

**Форма промежуточной аттестации:** диф.зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Иллюстрация в графическом дизайне.  2. Этапы создания иллюстраций. Построение простой формы, симметрия.  3. Основы рисунка: перспектива, линия горизонта, точки схода.  4. Светотеневой рисунок. Предмет в пространстве, преломление сред. | Сквозное построение натюрморта из нескольких предметов с тоновым решением Создание быстрого скетча с изображением городского пейзажа |
| 2. | 1. Стили в иллюстрации.  2. Стилизация объектов.  3. Создание персонажа: пропорции лица, мимика.  4. Создание персонажа: фигура человека. | Создание персонажа по заданным параметрам |
| 3. | 1. Плоский дизайн и изометрия как стилистическое решение иллюстрации.  2. Передача объёма в изометрии.  3. Текстура и фактура, художественные кисти. | Создание иллюстрации с использованием изометрии |
| 4. | 1. Основы фотографии. Крупность кадра, композиция фото.  2. Студийный свет. Цветовое решение.  3. Стили в фотографии. Жанры и их особенности. | Подбор референсов фотографий для рекламной акции |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Куракова, А.Е. Иллюстрация и основы фотографии / А.Е. Куракова. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2019. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=20711

**Дополнительная литература.**

1. История и теория аудиовизуальных искусств: учебно-методический комплекс, Ч. 2. Эстетика и история фотографии [Электронный ресурс] / Кемерово:КемГУКИ,2015. -52с. - . - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=438724

2. Молочков В. П.. Основы фотографии [Электронный ресурс] / М.:Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ»,2016. -401с. - . - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=429069

**Рабочая программа дисциплины**

**«Концепция айдентики»**

**1. Цель освоения дисциплины:** формирование у обучающихся профессиональных компетенций в сфере визуальной айдентики.

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.5. Профессиональная терминология в области дизайна. | У 1.2. Использовать средства дизайна для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1. Изучение проектного задания на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ПК 1.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять выбор технических и программных средств для разработки дизайн-макета с учетом их особенностей использования.. |
| ПК 2.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании при разработке дизайн-макета на основе технического задания.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Концепция айдентики» составляет 60 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Брендинг и визуальная айдентика** | | | | |
| 1. | Что такое бренд, брендинг, визуальная айдентика | 6 | 2 | 4 |
| 2. | Этапы разработки брендинга и айдентики | 6 | 2 | 4 |
| 3. | Брифинг с заказчиком | 7 | 2 | 5 |
| **ВСЕГО** | | 19 | 6 | 13 |
| **Модуль II. Основа концепции айдентики: целевая аудитория, анализ конкурентов, бренд-платформа** | | | | |
| 1. | Целевая аудитория | 6 | 2 | 4 |
| 2. | Карта конкурентов | 6 | 2 | 4 |
| 3. | Бренд-платформа | 8 | 3 | 5 |
| **ВСЕГО** | | 20 | 7 | 13 |
| **Модуль III. Методология и практика разработки концепции айдентики** | | | | |
| 1. | Метафора бренда | 6 | 2 | 4 |
| 2. | Концептуальный подход как альтернатива метафоре | 7 | 2 | 5 |
| 3. | Референсы | 8 | 3 | 5 |
| **ВСЕГО** | | 21 | 7 | 14 |
| **ИТОГО** | | **60** | **20** | **40** |

**Форма промежуточной аттестации:** Зачет.

**Тематическое содержание дисциплины.**

Модуль I. Брендинг и визуальная айдентика.

Тема 1. Что такое бренд, брендинг, визуальная айдентика. Что такое бренд и брендинг. Понятие маркетинговой стратегии и бренд-платформы как ее части. Что такое айдентика. Как связана с айдентикой работа графического дизайнера. Связь визуальной айдентики с философией бренда (что первично, как айдентика отражает бренд, визуальная айдентика - это разговор с целевой аудиторией). Компоненты визуальной айдентики: логотип, палитра, шрифт, графика, фотостиль, компоновка всех элементов.

Тема 2. Этапы разработки брендинга и айдентики. Порядок проектирования бренда. План разработки платформы бренда. Понятие позиционирования бренда. Переход от вербальных формулировок к визуальным - понятие метафоры и концепции. Варианты порядка проектирования айдентики. С чего начинать работу.

Тема 3. Брифинг с заказчиком. Как провести интервью с заказчиком для формирования брифа. Ключевые вопросы, на которые должен отвечать бриф. Примеры брифов по брендам из разных сегментов. Каких ошибок следует избегать при разработке брифа.

Модуль II. Основа концепции айдентики: целевая аудитория, анализ конкурентов, бренд-платформа.

Тема 1. Целевая аудитория. Как определить, кто относится к целевой аудитории бренда. Для чего графическому дизайнеру понимание целевой аудитории. Принципы сегментации целевой аудитории. Как работает метод “Персона”: технология, примеры.

Тема 2. Карта конкурентов. Зачем нужно исследование конкурентов для создания логотипов? Алгоритм создания Карты конкурентов. Примеры карты конкурентов по разным категориям брендов. Цветовая Карта конкурентов, как она работает. Территории позиционирования конкурентов.

Тема 3. Бренд-платформа. Активы бренда. Сообщение бренда. RTB (причины верить). Характер, ценности, ролевая модель отношений бренда и потребителя. Концепция позиционирования.

Модуль III. Методология и практика разработки концепции айдентики.

Тема 1. Метафора бренда. Что такое метафора. Как она помогает в создании и отборе идей для логотипа. Алгоритм построения и отбора эффективных метафор. Критерии того, что метафора найдена удачно. Матрица ценностей как инструмент создания метафоры. Библиотека метафор. Примеры метафор.

Тема 2. Концептуальный подход как альтернатива метафоре. Что такое концептуальный подход. Место логотипа в системе визуальной идентификации бренда. Понятие ключевого элемента айдентики. Кто такой маскот. Графический прием как ключевой элемент айдентики. Шрифты, сетки, типографика как ключевые элементы. Выбор ключевого элемента.

Тема 3. Референсы. Что такое референсы. Для чего они нужны в создании айдентики. Где искать референсы. Как подбирать референсы для конкретного бренда и логотипа. Типы референсов: по семантике, по характеру.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Что такое бренд, брендинг, визуальная айдентика.  2. Этапы разработки брендинга и айдентики.  3. Брифинг с заказчиком. |  |
| 2. | 1. Целевая аудитория.  2. Карта конкурентов.  3. Бренд-платформа. | Создание портрета целевой аудитории бренда Составление “Карты конкурентов” бренда Составление бренд-платформы |
| 3. | 1. Метафора бренда.  2. Концептуальный подход как альтернатива метафоре.  3. Референсы. | Создание метафоры бренда Создание концепта для выбранного бренда Создание референсов |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Проскурина Марина Викторовна, Концепция айдентики / Проскурина Марина Викторовна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26190

**Дополнительная литература.**

1. Ананьева, Н.В. Рекламная деятельность / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Суслова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 198 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496962 (дата обращения: 09.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7638-3733-9. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=496962

2. Марусева И. В.. Мишень вкуса : аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение»: монография [Электронный ресурс] / М.|Берлин:Директ-Медиа,2016. -305с. - 978-5-4475-7044-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=438287

3. Чернатони, Л. Брендинг: как создать мощный бренд : учебник / Л. Чернатони, М. МакДональд ; предисл. Б. Л. Ерёмина ; ред. Г. А. Клебче ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 559 с.. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691470

**Рабочая программа дисциплины**

**«Визуальная айдентика бренда. Дизайн-система»**

**1. Цель освоения дисциплины:** сформировать у обучающихся понимание, как создавать фирменный стиль бренда; научить работать с цветом, шрифтами, фотостилем и графикой для разработки фирменного стиля; научить принципам и механике создания логотипа; показать, как создается логотип, от запроса до результата и согласования с заказчиком.

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.5. Профессиональная терминология в области дизайна. | У 1.2. Использовать средства дизайна для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ПК 2.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании при разработке дизайн-макета на основе технического задания.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Визуальная айдентика бренда. Дизайн-система» составляет 70 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Фирменный стиль бренда и идентичность бренда** | | | | |
| 1. | Что такое визуальная айдентика | 7 | 2 | 5 |
| 2. | Система дизайна в визуальной айдентике | 7 | 2 | 5 |
| 3. | Разновидности визуальной айдентики | 8 | 2 | 6 |
| **ВСЕГО** | | 22 | 6 | 16 |
| **Модуль II. Логотип и логобук** | | | | |
| 1. | Цветовая палитра | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Разработка логотипа Часть 1 | 4 | 1 | 3 |
| 3. | Разработка логотипа Часть 2 | 4 | 1 | 3 |
| 4. | Специфика создания разных логотипов | 4 | 1 | 3 |
| 5. | Мастер-класс 1. Разработка логотипа | 4 | 1 | 3 |
| 6. | Мастер-класс 2. Создание логобука | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 24 | 7 | 17 |
| **Модуль III. Как работают вместе константы айдентики** | | | | |
| 1. | Шрифты в фирменном стиле | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Принципы верстки, паттерны и пиктограммы | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Фотостиль и иллюстрация | 3 | 1 | 2 |
| 4. | Принципы взаимодействия констант стиля | 3 | 1 | 2 |
| 5. | Брендбук, гайдлайн, руководство по фирменному стилю | 4 | 1 | 3 |
| 6. | Мастер-класс 3. Подбор фотостиля и создание микса фотографий и иллюстраций | 4 | 1 | 3 |
| 7. | Мастер-класс 4. Принципы взаимодействия констант стиля | 4 | 1 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 24 | 7 | 17 |
| **ИТОГО** | | **70** | **20** | **50** |

**Форма промежуточной аттестации:** Зачет.

**Тематическое содержание дисциплины.**

Модуль I. Фирменный стиль бренда и идентичность бренда.

Тема 1. Что такое визуальная айдентика. Как мы идентифицируем бренд. Как выдержать единство и почему идея так важна. Как подготовиться к разработке фирменного стиля: research.

Тема 2. Система дизайна в визуальной айдентике. Фирменный стиль как часть айдентики бренда. Что такое дизайн-система и зачем она нужна. Элементы фирменного стиля: цвет, шрифт, логотип, графика, фотостиль.

Тема 3. Разновидности визуальной айдентики. Традиционная айдентика. Динамическая айдентика. Полиморфный логотип. Генеративная айдентика. Маскоты. Доминанта в айдентике: обзор кейсов из мировой практики.

Модуль II. Логотип и логобук.

Тема 1. Цветовая палитра. Цветовая палитра: баланс цветовых оттенков, сочетаемость цветов. Взаимодействие цвета. Психология и символика цвета. Ошибки и успешные решения брендов. Сколько цветов должно быть в логотипе.

Тема 2. Разработка логотипа Часть 1. Что такое логотип. Логотип в фирменном стиле. Разновидности логотипа. Несколько кейсов из разных областей.

Тема 3. Разработка логотипа Часть 2. Этапы разработки логотипа. Зачем нужна модульная сетка.

Тема 4. Специфика создания разных логотипов. Перенос логотипа в цифровой формат. Полная и сокращенная версии логотипов. Логотипы цифровой эпохи.

Тема 5. Мастер-класс 1. Разработка логотипа. Мастер-класс по разработке логотипа.

Тема 6. Мастер-класс 2. Создание логобука. Мастер-класс по cозданию логобука.

Модуль III. Как работают вместе константы айдентики.

Тема 1. Шрифты в фирменном стиле. Шрифт как способ коммуникации бренда с аудиторией и элемент визуальной айдентики бренда. Типы шрифтов: наборный и акцидентный. Зачем типографика нужна бизнесу. Шрифт коммуникаций и шрифт логотипа - в чем разница. Как подобрать шрифт для айдентики, от чего зависит выбор шрифта. Критерии того, что шрифт выбран верно. Как работать с платными шрифтами.

Тема 2. Принципы верстки, паттерны и пиктограммы. Основные принципы верстки. Разработка паттернов и пиктограмм.

Тема 3. Фотостиль и иллюстрация. Фотостиль как элемент графики в айдентике. Как определить фотостиль бренда. Как прописать ТЗ на фото. Как обойтись без фотосессии. Работа с фотобанком. Иллюстрация как элемент графики в айдентике. Как найти уникальные иллюстрации.

Тема 4. Принципы взаимодействия констант стиля. Основные и дополнительные элементы графики в айдентике. Композиция и правила сочетания элементов.

Тема 5. Брендбук, гайдлайн, руководство по фирменному стилю. Как мы передаём клиенту результаты разработки айдентики. Какие виды руководств бывают. Структура и содержание руководства. Как и зачем нужно работать с руководством?.

Тема 6. Мастер-класс 3. Подбор фотостиля и создание микса фотографий и иллюстраций. Мастер-класс по подбору фотостиля и созданию микса фотографий и иллюстраций.

Тема 7. Мастер-класс 4. Принципы взаимодействия констант стиля. Мастер-класс по применению принципов взаимодействия констант стиля.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Что такое визуальная айдентика.  2. Система дизайна в визуальной айдентике.  3. Разновидности визуальной айдентики. | Подбор примеров брендов для разных типов айдентики |
| 2. | 1. Цветовая палитра.  2. Разработка логотипа Часть 1.  3. Разработка логотипа Часть 2.  4. Специфика создания разных логотипов.  5. Мастер-класс 1. Разработка логотипа.  6. Мастер-класс 2. Создание логобука. | Разработка логотипа Разработка логобука |
| 3. | 1. Шрифты в фирменном стиле.  2. Принципы верстки, паттерны и пиктограммы.  3. Фотостиль и иллюстрация.  4. Принципы взаимодействия констант стиля.  5. Брендбук, гайдлайн, руководство по фирменному стилю.  6. Мастер-класс 3. Подбор фотостиля и создание микса фотографий и иллюстраций.  7. Мастер-класс 4. Принципы взаимодействия констант стиля. | Создание графических элементов и подбор шрифта для фирменного стиля бренда Подбор фотостиля и / или иллюстраций для айдентики бренда Осуществление взаимодействия констант бренда на рекламных носителях Разработка гайдлайна |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Проскурина Марина Викторовна, Визуальная айдентика бренда. Дизайн-система / Проскурина Марина Викторовна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26191

**Дополнительная литература.**

1. Арт-менеджмент / Л.Н. Жуковская, С.В. Костылева, В.С. Лузан и др. ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2016. – 188 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496978 (дата обращения: 09.09.2019). – Библиогр.: с. 179-184. – ISBN 978-5-7638-3491-8. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=496978

2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03519-7. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=116042

3. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 272 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573436 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03152-6. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=573436

**Рабочая программа дисциплины**

**«Дизайн коммуникаций»**

**1. Цель освоения дисциплины:** формирование у обучающихся профессиональных компетенций в сфере особенностей дизайна коммуникаций.

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.5. Профессиональная терминология в области дизайна. | У 1.2. Использовать средства дизайна для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОК 09 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Дизайн коммуникаций» составляет 50 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Дизайн коммуникаций** | | | | |
| 1. | Специфика визуальных носителей | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Корпоративная культура и дизайн | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Алгоритм разработки рекламы | 5 | 2 | 3 |
| 4. | Мастер-класс «Верстка в деловой документации» | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 16 | 6 | 10 |
| **Модуль II. Физические носители коммуникаций** | | | | |
| 1. | Психология восприятия рекламы | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Рекламные кампании | 4 | 2 | 2 |
| 3. | Дизайн информационных данных | 5 | 2 | 3 |
| 4. | Мастер-класс «Эффекты в рекламном плакате» | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 17 | 7 | 10 |
| **Модуль III. Идеология продвижения бренда** | | | | |
| 1. | Продвижение товара или услуги | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Коммуникация в цифровой сфере | 4 | 2 | 2 |
| 3. | Презентация проекта | 5 | 2 | 3 |
| 4. | Мастер-класс «Создание шаблонного макета» | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 17 | 7 | 10 |
| **ИТОГО** | | **50** | **20** | **30** |

**Форма промежуточной аттестации:** диф.зачет.

**Тематическое содержание дисциплины.**

Модуль I. Дизайн коммуникаций.

Тема 1. Специфика визуальных носителей. Виды актуальных коммуникаций для бренда. Как составляется CJM и точки контакта с целевой аудиторией.

Тема 2. Корпоративная культура и дизайн. Разработка визуальной репутации бренда. Дизайн деловой документации.

Тема 3. Алгоритм разработки рекламы. Логика повествования. Иерархия в композиции. Способы манипулирования вниманием зрителя.

Тема 4. Мастер-класс «Верстка в деловой документации». Правила верстки деловой документации в Adobe Illustrator.

Модуль II. Физические носители коммуникаций.

Тема 1. Психология восприятия рекламы. Концепция AIDA и ЦА. Как создать ассоциативный образ. Выбор точки фокуса в рекламе.

Тема 2. Рекламные кампании. Закон о рекламе. Как провести рекламную кампанию от идеи до реализации. Каналы рекламных коммуникаций.

Тема 3. Дизайн информационных данных. Как объединить креатив и информативность. Принципы типографики в коммуникациях. Интеграция графики с текстовой информацией.

Тема 4. Мастер-класс «Эффекты в рекламном плакате». Какими эффектами Adobe Photoshop пользоваться при создании рекламного плаката.

Модуль III. Идеология продвижения бренда.

Тема 1. Продвижение товара или услуги. Создание кинестетической айдентики. Виды сувениров, упаковки, мерча, вывесок, витрин, POS – материалов.

Тема 2. Коммуникация в цифровой сфере. Виды цифрового размещения рекламы. Как адаптировать элементы айдентики к цифровой среде. Якорные объекты в композиции.

Тема 3. Презентация проекта. Понятия: брендбук (brandbook), логобук (logobook) и гайдлайн (guideline). Их содержание, обязательные позиции. Варианты верстки шаблона.

Тема 4. Мастер-класс «Создание шаблонного макета». Как создавать шаблоны макета в Adobe InDesign.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Специфика визуальных носителей.  2. Корпоративная культура и дизайн.  3. Алгоритм разработки рекламы.  4. Мастер-класс «Верстка в деловой документации». | Проведение анализа брифа (реального или вымышленного бренда), целевой аудитории, CJM (карты путешествий клиента) и точек контакта ЦА с брендом. Создание на основе проведенного анализа списка актуальных носителей для бренда Создание дополнительных стилеобразующих элементов айдентики Интеграция между собой текста и изображения – создание рекламного макета |
| 2. | 1. Психология восприятия рекламы.  2. Рекламные кампании.  3. Дизайн информационных данных.  4. Мастер-класс «Эффекты в рекламном плакате». | Создание рекламных макетов: выстраивание иерархии в повествовании, выравнивание элементов, использование изображений и стилеобразующий элементов, подбор колорита Создание образных ассоциативных рекламных изображений, подбор гармоничного колорита, логичное расположение поясняющих текстов Создание макета страницы или разворота с группой разных изображений, подбор гармоничного колорита, логичное расположение поясняющих текстов |
| 3. | 1. Продвижение товара или услуги.  2. Коммуникация в цифровой сфере.  3. Презентация проекта.  4. Мастер-класс «Создание шаблонного макета». | Создание дизайна рекламных сувениров и мерча, уникальных графических решений, логичное расположение элементов айдентики на носителях (сувенирах и других элементах) Создание дизайна пиктограмм, подбор гармоничного колорита, стилизация изображений Создание презентации проекта и верстка брендбука |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Дизайн коммуникаций. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26192

**Дополнительная литература.**

1. Дымова, С.С. Введение в рекламу и PR : учебное пособие : [16+] / С.С. Дымова, В.С. Матюшкин, В.Ю. Филин ; Институт бизнеса и дизайна. – Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр.: 122-123. – ISBN 978-5-6042873-3-0. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=572919

2. Марусева И. В.. Мишень вкуса : аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение»: монография [Электронный ресурс] / М.|Берлин:Директ-Медиа,2016. -305с. - 978-5-4475-7044-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=438287

3. Чернатони, Л. Брендинг: как создать мощный бренд : учебник / Л. Чернатони, М. МакДональд ; предисл. Б. Л. Ерёмина ; ред. Г. А. Клебче ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 559 с.. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691470

**Рабочая программа дисциплины**

**«Предпечатная подготовка»**

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.3. Основы технологии производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения. | У 1.1.3. Использовать компьютерные программы, необходимые для создания и корректирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.6. Технологические процессы производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения. | У 2.2.1. Анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.  У 2.2.4. Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов. | ПО 2.2.1. Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ПК 2.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании при разработке дизайн-макета на основе технического задания.. |
| ПК 2.3 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Разрабатывать дизайн-макет на основе технического задания.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Предпечатная подготовка» составляет 50 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Виды печати** | | | | |
| 1. | Основы полиграфического производства | 5 | 2 | 3 |
| 2. | Традиционные способы печати | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Специальные виды и способы печати | 6 | 2 | 4 |
| **ВСЕГО** | | 16 | 6 | 10 |
| **Модуль II. Подготовка к печати** | | | | |
| 1. | Допечатная подготовка: стандарты и общие принципы | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Допечатная подготовка: алгоритм подготовки макета | 4 | 2 | 2 |
| 3. | Подготовка макета к печати в разных редакторах | 5 | 2 | 3 |
| 4. | Полиграфические материалы и их применение | 5 | 2 | 3 |
| **ВСЕГО** | | 17 | 7 | 10 |
| **Модуль III. Постпечатная подготовка** | | | | |
| 1. | Печать рекламных материалов на разных носителях | 5 | 2 | 3 |
| 2. | Отделочные процессы в полиграфии: специфика тиснения | 5 | 2 | 3 |
| 3. | Отделочные процессы: лакирование, штанцевание, бигование, перфорация, брошюрирование | 7 | 3 | 4 |
| **ВСЕГО** | | 17 | 7 | 10 |
| **ИТОГО** | | **50** | **20** | **30** |

**Форма промежуточной аттестации:** Зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Основы полиграфического производства.  2. Традиционные способы печати.  3. Специальные виды и способы печати. | Подбор способов печати к готовым макетам из кейса |
| 2. | 1. Допечатная подготовка: стандарты и общие принципы.  2. Допечатная подготовка: алгоритм подготовки макета.  3. Подготовка макета к печати в разных редакторах.  4. Полиграфические материалы и их применение. | Подготовка нескольких макетов к печати по техническому заданию |
| 3. | 1. Печать рекламных материалов на разных носителях.  2. Отделочные процессы в полиграфии: специфика тиснения.  3. Отделочные процессы: лакирование, штанцевание, бигование, перфорация, брошюрирование. | Обоснование выбора рекламных носителей для предложенного кейса и подбор вариантов снижения затрат на рекламу за счёт дизайна и печати. Составление описания двух вариантов решений - VIP и супер-премиум - по печати и отделке рекламных материалов для предложенного кейса с учётом бюджета заказчика |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Черникович Илья Николаевич, Предпечатная подготовка / Черникович Илья Николаевич. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=25876

**Дополнительная литература.**

1. Ганиева Н. М.. Технология формных процессов: учебное пособие [Электронный ресурс] / Омск:Издательство ОмГТУ,2017. -134с. - 978-5-8149-2524-4. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=493308

2. Исхаков, О.А. Аналоговые и цифровые фотопроцессы в полиграфии / О.А. Исхаков ; Министерство образования и науки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Казанский национальный исследовательский технологический университет». – Казань : Издательство КНИТУ, 2017. – 204 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=501151 (дата обращения: 09.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7882-2239-4. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=501151

3. Литунов С. Н., Гусак Е. Н.. Основы печатных процессов: учебное пособие [Электронный ресурс] / Омск:Издательство ОмГТУ,2017. -166с. - 978-5-8149-2493-3. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=493345

**Рабочая программа дисциплины**

**«Практикум по разработке айдентики»**

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.4. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | У 1.1.1. Работать с проектным заданием на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.1. Изучение проектного задания на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  ПО 1.1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика.  З 2.2.5. Основы рекламных технологий. | У 2.2.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. | ПО 2.2.2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  ПО 2.2.3. Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ПК 1.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять выбор технических и программных средств для разработки дизайн-макета с учетом их особенностей использования.. |
| ПК 2.3 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Разрабатывать дизайн-макет на основе технического задания.. |
| ПК 4.1 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Анализировать современные тенденции в области графического дизайна для их адаптации и использования в своей профессиональной деятельности.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Практикум по разработке айдентики» составляет 70 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Предпроектный анализ** | | | | |
| 1. | Карта конкурентов и техника сбора аналогов | 8 | 2 | 6 |
| 2. | Мoodboard и стилевые референсы будущего проекта. Их роль в формировании платформы бренда | 9 | 3 | 6 |
| **ВСЕГО** | | 17 | 5 | 12 |
| **Модуль II. Разработка платформы бренда** | | | | |
| 1. | Определение целевой аудитории, ценностей ЦА и составление таблицы «Продукт — Ценности — Характер» | 8 | 2 | 6 |
| 2. | «Бренд-код» как описание платформы бренда | 9 | 3 | 6 |
| **ВСЕГО** | | 17 | 5 | 12 |
| **Модуль III. Разработка концепции бренда** | | | | |
| 1. | Технология «Шесть логических уровней восприятия» как способ формирования ключевой метафоры бренда | 5 | 1 | 4 |
| 2. | Мозговой штурм как способ визуализации метафоры и эскизирования | 6 | 2 | 4 |
| 3. | Логотип как основной элемент системы визуальных коммуникаций бренда | 7 | 2 | 5 |
| **ВСЕГО** | | 18 | 5 | 13 |
| **Модуль IV. Разработка презентации/паспорта стандартов айдентики бренда** | | | | |
| 1. | Способы и средства создания презентации концепции бренда и айдентики | 8 | 2 | 6 |
| 2. | Способы и средства создания паспорта стандартов айдентики бренда | 10 | 3 | 7 |
| **ВСЕГО** | | 18 | 5 | 13 |
| **ИТОГО** | | **70** | **20** | **50** |

**Форма промежуточной аттестации:** диф.зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Карта конкурентов и техника сбора аналогов.  2. Мoodboard и стилевые референсы будущего проекта. Их роль в формировании платформы бренда. | Отработка умения составлять карту конкурентов в рамках конкретного проекта по визуальной айдентике; умения анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом Составление moodboard на основе фото-изображений, взятых из открытых источников. Сбор стилевых референсов по теме разрабатываемого бренда из графических изображений, взятых из открытых источников |
| 2. | 1. Определение целевой аудитории, ценностей ЦА и составление таблицы «Продукт — Ценности — Характер».  2. «Бренд-код» как описание платформы бренда. | Проведение сегментирования и описания целевой аудитории бренда Создание бренд-кода разрабатываемого на практикуме бренда |
| 3. | 1. Технология «Шесть логических уровней восприятия» как способ формирования ключевой метафоры бренда.  2. Мозговой штурм как способ визуализации метафоры и эскизирования.  3. Логотип как основной элемент системы визуальных коммуникаций бренда. | Проведение усиления позиционирования разрабатываемого бренда путем создания для него ключевой метафоры Создание в короткий срок (40-60 мин) максимального количества вариантов визуализации ключевой метафоры бренда Разработка знака/логотипа и основных компонентов айдентики бренда |
| 4. | 1. Способы и средства создания презентации концепции бренда и айдентики.  2. Способы и средства создания паспорта стандартов айдентики бренда. | Создание паспорта стандартов айдентики разрабатываемого бренда Создание презентации концепции и айдентики разработанного бренда |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Филиппов, М.А. Практикум по разработке айдентики / М.А. Филиппов. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2020. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=20719

**Дополнительная литература.**

1. Григорян, Е.С. Корпоративная социальная ответственность / Е.С. Григорян, И.А. Юрасов. – 2-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 248 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496198 (дата обращения: 09.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03159-5. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=496198

2. Оксинойд К. Э.. Управление социальным развитием организации: учебное пособие [Электронный ресурс] / Москва:Издательство «Флинта»,2017. -182с. - 978-5-9765-0031-0. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=115105

3. Управление персоналом : учебник для вузов / Е.А. Аксенова, Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремин и др. ; под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 561 с. - ISBN 5-238-00290-4. - URL: biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118464

**Рабочая программа дисциплины**

**«Графика в визуальных коммуникациях»**

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.4. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | У 1.1.1. Работать с проектным заданием на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика. | У 2.2.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. | ПО 2.2.2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ПК 4.1 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Анализировать современные тенденции в области графического дизайна для их адаптации и использования в своей профессиональной деятельности.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Графика в визуальных коммуникациях» составляет 70 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Визуальные образы в коммуникациях: приёмы и средства** | | | | |
| 1. | Исторические и культурные образы в дизайне | 7 | 2 | 5 |
| 2. | Приёмы и средства образной выразительности в дизайне | 7 | 2 | 5 |
| 3. | Характеры и стили эксклюзивной графики. Технологии создания различных видов графики | 8 | 2 | 6 |
| **ВСЕГО** | | 22 | 6 | 16 |
| **Модуль II. Ручные и цифровые техники создания графики** | | | | |
| 1. | Мастер-класс «Графика с помощью стампинга» | 5 | 1 | 4 |
| 2. | Мастер-класс «Графика с помощью материального коллажа» | 6 | 2 | 4 |
| 3. | Мастер-класс «Matte painting» | 6 | 2 | 4 |
| 4. | Мастер-класс «Создание изображения с помощью графики и типографики» | 7 | 2 | 5 |
| **ВСЕГО** | | 24 | 7 | 17 |
| **Модуль III. "Подражай с умом". Исторические и визуальные образы популярной культуры как средства выразительности** | | | | |
| 1. | Знаковые мировые студии дизайна (современная практика) | 5 | 1 | 4 |
| 2. | Исторические стили графики в дизайне | 6 | 2 | 4 |
| 3. | Крупные мировые школы и течения в дизайне | 6 | 2 | 4 |
| 4. | Графическая стилизация как творческий метод подражания | 7 | 2 | 5 |
| **ВСЕГО** | | 24 | 7 | 17 |
| **ИТОГО** | | **70** | **20** | **50** |

**Форма промежуточной аттестации:** диф.зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Исторические и культурные образы в дизайне.  2. Приёмы и средства образной выразительности в дизайне.  3. Характеры и стили эксклюзивной графики. Технологии создания различных видов графики. | Создание эскиза постера для фестиваля или другого культурного события, с помощью приёмы образной выразительности и исторических аналогов |
| 2. | 1. Мастер-класс «Графика с помощью стампинга».  2. Мастер-класс «Графика с помощью материального коллажа».  3. Мастер-класс «Matte painting».  4. Мастер-класс «Создание изображения с помощью графики и типографики». | Создание макета изделия с помощью техники стампинга или материального коллажа (по выбору обучающегося) Создание графического решения в стиле Matte painting |
| 3. | 1. Знаковые мировые студии дизайна (современная практика).  2. Исторические стили графики в дизайне.  3. Крупные мировые школы и течения в дизайне.  4. Графическая стилизация как творческий метод подражания. | Проведение анализа графических средств выразительности стиля графики в дизайне одного трех брендов (по выбору обучающегося) Предложение авторского способа подражания изученному графическому стилю на основе проведенного в предыдущем задании анализа Создание серии (от 3 до 6) тематических плакатов с помощью различных графических техник |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Бастамова Мария Радиковна, Графика в визуальных коммуникациях / Бастамова Мария Радиковна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26029

**Дополнительная литература.**

1. Кузвесова Н. Л.. История графического дизайна : от модерна до конструктивизма: учебное пособие [Электронный ресурс] / Екатеринбург:Архитектон,2015. -107с. - 978-5-7408-0203-9. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=455462

2. Марусева И. В.. Мишень вкуса : аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение»: монография [Электронный ресурс] / М.|Берлин:Директ-Медиа,2016. -305с. - 978-5-4475-7044-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=438287

3. Овчинникова Р. Ю.. Дизайн в рекламе : основы графического проектирования: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.:Юнити-Дана,2015. -239с. - 978-5-238-01525-5. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=115010

**Рабочая программа дисциплины**

**«Креативная типографика»**

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.1. Основные приемы и методы выполнения художественно-графических работ. | У 1.1.1. Работать с проектным заданием на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика.  З 2.2.4. Типографика, фотографика, мультипликация. | У 2.2.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. | ПО 2.2.3. Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ПК 4.1 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Анализировать современные тенденции в области графического дизайна для их адаптации и использования в своей профессиональной деятельности.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Креативная типографика» составляет 70 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Шрифт в коммуникации и иллюстрации** | | | | |
| 1. | Как использовать шрифт в качестве основного графического элемента в коммуникациях | 5 | 1 | 4 |
| 2. | Базовые элементы шрифтовой системы. Кириллица и латиница | 5 | 1 | 4 |
| 3. | Акцидентные и декоративные шрифты. Разбор кейсов. Часть 1 | 6 | 2 | 4 |
| 4. | Акцидентные и декоративные шрифты. Разбор кейсов. Часть 2 | 6 | 2 | 4 |
| **ВСЕГО** | | 22 | 6 | 16 |
| **Модуль II. Ручные техники создания шрифтовых элементов** | | | | |
| 1. | Разновидности леттеринга и применение в коммуникациях | 4 | 1 | 3 |
| 2. | Мастер-класс «Меловой леттеринг» | 4 | 1 | 3 |
| 3. | Мастер-класс «Леттеринг кистью» | 4 | 1 | 3 |
| 4. | Шрифт и материальная среда. Как физический мир помогает в создании шрифтов | 6 | 2 | 4 |
| 5. | Мастер-класс «Создание образной надписи с помощью техники материального коллажа» | 6 | 2 | 4 |
| **ВСЕГО** | | 24 | 7 | 17 |
| **Модуль III. Разработка авторского шрифта** | | | | |
| 1. | Методики создания акцидентного шрифта | 24 | 7 | 17 |
| **ВСЕГО** | | 24 | 7 | 17 |
| **ИТОГО** | | **70** | **20** | **50** |

**Форма промежуточной аттестации:** диф.зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Как использовать шрифт в качестве основного графического элемента в коммуникациях.  2. Базовые элементы шрифтовой системы. Кириллица и латиница.  3. Акцидентные и декоративные шрифты. Разбор кейсов. Часть 1.  4. Акцидентные и декоративные шрифты. Разбор кейсов. Часть 2. | Создание образа слова (5-8 букв) с использованием кириллического наборного шрифта Создание уникальной надписи из двух шрифтовых гарнитур |
| 2. | 1. Разновидности леттеринга и применение в коммуникациях.  2. Мастер-класс «Меловой леттеринг».  3. Мастер-класс «Леттеринг кистью».  4. Шрифт и материальная среда. Как физический мир помогает в создании шрифтов.  5. Мастер-класс «Создание образной надписи с помощью техники материального коллажа». | Выполнение надписи (по выбору обучающегося) мелом и кистью Создание изображений слова с помощью техники бумажного коллажа на основе одной из предложенных гарнитур: гротеск - Helios Bold или антиква - Times |
| 3. | 1. Методики создания акцидентного шрифта. | Создание надписи с использованием авторского шрифта, созданного с помощью одной из техник, рассмотренных в модулях данной дисциплины (по выбору обучающегося) Разработка авторского акцидентного шрифта по заданной теме, использование шрифта в серии плакатов или мини-айдентике (темы: выставка, тематическое кафе, упаковка) |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Бастамова Мария Радиковна, Креативная типографика / Бастамова Мария Радиковна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26030

**Дополнительная литература.**

1. Безрукова Е. А., Мхитарян Г. Ю.. Шрифтовая графика: учебное наглядное пособие [Электронный ресурс] / Кемерово:Кемеровский государственный институт культуры,2017. -130с. - 978-5-8154-0407-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=487657

2. Клещев О. И.. Типографика: учебное пособие [Электронный ресурс] / Екатеринбург:Архитектон,2016. -172с. - 978-5-7408-0249-7. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=455452

3. Кравчук В. П.. Типографика и художественно-техническое редактирование: учебное наглядное пособие [Электронный ресурс] / Кемерово:КемГУКИ,2015. -48с. - 978-5-8154-0309-3. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=438320

**Рабочая программа 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. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.1. Основные приемы и методы выполнения художественно-графических работ.  З 1.1.5. Профессиональная терминология в области дизайна. | У 1.1.2. Использовать средства дизайна для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.1. Изучение проектного задания на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  ПО 1.1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика.  З 2.2.4. Типографика, фотографика, мультипликация.  З 2.2.5. Основы рекламных технологий. | У 2.2.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. | ПО 2.2.2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ПК 4.1 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Анализировать современные тенденции в области графического дизайна для их адаптации и использования в своей профессиональной деятельности.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Сторителлинг и разработка рекламного персонажа бренда» составляет 70 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Искусство сторителлинга** | | | | |
| 1. | Как работает сторителлинг | 11 | 3 | 8 |
| 2. | Алгоритм создания истории бренда | 11 | 3 | 8 |
| **ВСЕГО** | | 22 | 6 | 16 |
| **Модуль II. Сторителлинг и персонаж** | | | | |
| 1. | Рекламный персонаж в сторителлинге | 11 | 3 | 8 |
| 2. | Как проектировать рекламный персонаж | 13 | 4 | 9 |
| **ВСЕГО** | | 24 | 7 | 17 |
| **Модуль III. Разработка авторского шрифта** | | | | |
| 1. | Как персонаж работает в разных каналах коммуникации | 11 | 3 | 8 |
| 2. | Как рассказать историю бренда с помощью персонажа. Разработка сюжета | 13 | 4 | 9 |
| **ВСЕГО** | | 24 | 7 | 17 |
| **ИТОГО** | | **70** | **20** | **50** |

**Форма промежуточной аттестации:** диф.зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Как работает сторителлинг.  2. Алгоритм создания истории бренда. | Создание идей и вариантов сторителлинга для бренда |
| 2. | 1. Рекламный персонаж в сторителлинге.  2. Как проектировать рекламный персонаж. | Формирование образа, внешнего вида персонажа для своего проекта, выбор стиля графического исполнения |
| 3. | 1. Как персонаж работает в разных каналах коммуникации.  2. Как рассказать историю бренда с помощью персонажа. Разработка сюжета. | Разработка характера выбранного персонажа в динамике - создание серии эскизов визуализации персонажа для разных сценариев Создание финальной серии состояний персонажа для мероприятия/события |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Бастамова Мария Радиковна, Сторителлинг и разработка рекламного персонажа бренда / Бастамова Мария Радиковна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26031

**Дополнительная литература.**

1. Арт-менеджмент / Л.Н. Жуковская, С.В. Костылева, В.С. Лузан и др. ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2016. – 188 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496978 (дата обращения: 09.09.2019). – Библиогр.: с. 179-184. – ISBN 978-5-7638-3491-8. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=496978

2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03519-7. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=116042

3. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 272 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573436 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03152-6. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=573436

**Рабочая программа дисциплины**

**«Дизайн коммуникаций. Практикум»**

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

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения дисциплины:**

**ВД 1. Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (А/5) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1.1. Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (A/01.5). | З 1.1.1. Основные приемы и методы выполнения художественно-графических работ.  З 1.1.5. Профессиональная терминология в области дизайна. | У 1.1.1. Работать с проектным заданием на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | ПО 1.1.1. Изучение проектного задания на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.  ПО 1.1.2. Создание эскизов элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласование дизайн-макета основного варианта эскиза с руководителем дизайн-проекта. |

**ВД 2. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 2.2. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 2.2.1. Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика.  З 2.2.7. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. | У 2.2.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. | ПО 2.2.3. Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ПК 4.1 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Анализировать современные тенденции в области графического дизайна для их адаптации и использования в своей профессиональной деятельности.. |

**3. Структура и содержание дисциплины.**

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности.**

Общая трудоемкость дисциплины «Дизайн коммуникаций. Практикум» составляет 70 академических часов.

**Разделы дисциплины и виды занятий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Создание концепции айдентики культурного мероприятия** | | | | |
| 1. | Выбор и адаптация графической техники для оформления мероприятия/события/локации | 17 | 5 | 12 |
| 2. | Разработка названия и/или основной акцидентной надписи мероприятия | 17 | 5 | 12 |
| 3. | Разработка рекламного персонажа для мероприятия | 18 | 5 | 13 |
| 4. | Создание комплекса рекламных носителей для мероприятия | 18 | 5 | 13 |
| **ВСЕГО** | | 70 | 20 | 50 |
| **ИТОГО** | | **70** | **20** | **50** |

**Форма промежуточной аттестации:** диф.зачет.

**Тематическое 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.

**Практические занятия.**

Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. | 1. Выбор и адаптация графической техники для оформления мероприятия/события/локации.  2. Разработка названия и/или основной акцидентной надписи мероприятия.  3. Разработка рекламного персонажа для мероприятия.  4. Создание комплекса рекламных носителей для мероприятия. | Создание графических элементов и фонов, отражающих концепцию мероприятия Создание основной шрифтовой композиции, отражающей уникальность мероприятия Создание эскизов персонажа в графической технике айдентики мероприятия Создание комплекса рекламных макетов для разных групп носителей - для представления фирменного стиля мероприятия |

**Список используемой литературы и информационных источников.**

**Основная литература.**

1. Бастамова Мария Радиковна, Дизайн коммуникаций. Практикум / Бастамова Мария Радиковна. - М.: ЭНОБ «Современные образовательные технологии в социальной среде», 2022. - [Электронный ресурс]. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26032

**Дополнительная литература.**

1. Шарков Ф. И.. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»,2016. -324с. - 978-5-394-00792-7. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=453044

2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 272 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573436 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03152-6. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=573436

3. Шпаковский В. О., Егорова Е. С.. PR-дизайн и PR-продвижение: учебное пособие [Электронный ресурс] / Москва|Вологда:Инфра-Инженерия,2018. -453с. - 978-5-9729-0217-0. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=493884

Приложение № 2 к дополнительной

профессиональной программе

профессиональной переподготовки

«Графический дизайн и визуальные коммуникации. Международные практики»

**ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**1. Общие положения.**

Итоговая аттестация по программе профессиональной переподготовки предназначена для комплексной оценки уровня знаний обучающегося с учетом целей обучения, вида дополнительной профессиональной образовательной программы, для установления соответствия уровня знаний обучающегося квалификационным требованиям; для рассмотрения вопросов о предоставлении обучающемуся по результатам обучения права вести профессиональную деятельность и выдаче диплома о профессиональной переподготовке.

Итоговая аттестация проводится в форме междисциплинарного экзамена по программе обучения, включающего вопросы следующих дисциплин: «Введение в профессию «Графический дизайнер»», «Пропедевтика. Основы композиции», «Теория и психология цвета», «Adobe Photoshop: основные инструменты и возможности», «Adobe Illustrator. Работа с векторной графикой», «Программа вёрстки Adobe Indesign», «Типографика», «Основы вёрстки», «Иллюстрация и основы фотографии», «Концепция айдентики», «Визуальная айдентика бренда. Дизайн-система», «Дизайн коммуникаций», «Предпечатная подготовка», «Практикум по разработке айдентики», «Графика в визуальных коммуникациях», «Креативная типографика», «Сторителлинг и разработка рекламного персонажа бренда», «Дизайн коммуникаций. Практикум».

Программа итоговой аттестации составлена в соответствии с локальными актами Образовательной организации, регулирующими организацию и проведение итоговой аттестации.

**2. Содержание итоговой аттестации.**

2.1. Введение в профессию «Графический дизайнер», тематическое содержание дисциплины:

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 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 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 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. Определение графического дизайна Определение графического дизайна. Графический дизайн в контексте других видов дизайна Дизайнер и общество Дизайнер и общество. Социальный плакат 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. Проектирование визуальных коммуникаций Визуальные коммуникации. Комплексность. Модульность. Функциональность Антропоцентрический подход в дизайне Эргономика и юзабилити в дизайне. Определение юзабилити. Семейство стандартов IS0 9241. Проектирование пользовательского интерфейса Основные этапы дизайн-проектирования Дизайн-проект в сфере графического дизайна. Начало. Ведение. Завершение Принципы дизайн-мышления Метафора в графическом дизайне. Принципы проведения и использования мозгового штурма. Применение техники бисоциаций. В. Папанека в графическом дизайне Ведущие мировые и российские дизайнеры и студии Современные тренды в графическом дизайне. Мероприятия и издания в графическом дизайне Основные компетенции графического дизайнера Основные компетенции графического дизайнера. Применение основных компетенций на практике Варианты трудоустройства для дизайнера Дизайн-студия и рекламное агентство. Дизайн-отдел в компании. Фриланс. Этапы карьеры в графическом дизайне

2.2. Пропедевтика. Основы композиции, тематическое содержание дисциплины:

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 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 Формообразование в ГД. Геометрические примитивы Определение геометрических примитивов. Выразительные свойства круга. Выразительные свойства треугольника. Выразительные свойства квадрата 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 Центр и периферия. Динамическое равновесие. Золотое сечение Основы композиции в ГД. Центр и периферия. Динамическое равновесие. Золотое сечение Три базовых контраста композиции: размер, тон, количество Понятие базовых контрастов. Контраст по величине формы. Контраст по количеству объектов. Контраст по тону 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 Основные композиционные схемы. Ритм и сетка. Композиционная линейка масштабов Основные композиционные схемы. Ритм и сетка в композиции. Композиционная линейка масштабов 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 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 Графические, пространственные и образные характеристики цвета Цвет как выразительное средство в графическом дизайне. Графические характеристики цвета. Пространственные характеристики цвета. Образные характеристики цвета 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 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 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

2.3. Теория и психология цвета, тематическое содержание дисциплины:

Физические основы цвета Понятия: цветовые диапазоны, спектр, волны, измерения и синтез цвета. Теория цвета Отличие хроматических и ахроматических цветов. Как работает цветовой круг. Виды цветовых контрастов и эффект их применения. Применение контрастов в разных направлениях дизайна. Передача цвета. Системы RGB, CMYK, Pantone Системы цвета - RGB, CMYK, Pantone. Восприятие цвета Особенности восприятия цвета. Оттенки цвета. Суть синестезии. Цветовое воздействие и цветовая гармония, отношение к цвету Психологическое и физиологическое воздействие цвета. Цветовые координаты (как измерить цвет): тон, насыщенность, яркость. Воздействие цвета на восприятие пространства Как цвет оптически расширяет, сужает, вытягивает пространство. Тяжелые и легкие, активные и пассивные цвета. Роль цвета в дизайне Цвет в дизайне разных направлений. Цифровые колористические решения Как работает цвет в композиции. Цветовые акценты. Как соотносятся форма и цвет предмета. Краски и их смешение Каким образом получаются разные цвета за счет смешения красок. Составление цветовых схем Правила составления цветовых схем. Цвет в визуальной коммуникации Убеждение цветом в рекламе. Как цветовое решение влияет на действия потребителя.

2.4. Adobe Photoshop: основные инструменты и возможности, тематическое содержание дисциплины:

Основные инструменты программы Adobe Photoshop Инструменты выделения по форме. Кадрирование, нарезка. Инструменты ретуши. Инструменты работы с цветом. Инструменты работы с тоном изображения. Специфика растровой графики. Цветовые модели. Разрешение. Основы работы с цветом (палитры) Растровые и векторные изображения. Основные цветовые модели: RGB, CMYK — разница, особенности применения. Палитры цветов и градиентов. Основы использования интерфейса программы Основная панель меню. Строка параметров выбранного инструмента. Выпадающее меню. Дополнительные панели – палитры (вкладка Окна). Рабочее окно. Строка состояния документа. Принципы работы со слоями Виды слоев. Создание новых слоёв, их режимы наложения, прозрачности, видимость слоёв, коррекция слоёв. Основы тоновой и цветовой коррекции Что такое цветовая и тоновая коррекция. Где используется цветовая и тоновая коррекция. Автоматические инструменты коррекции. Коррекция с помощью Яркость/Контраст. Уровни, Кривые. Цветовой тон/Насыщенность. Цветовой баланс и Тени/Cвета. Различные способы вырезания объектов Выделение с помощью инструмента выделения по форме (M). Выделение с помощью инструменты свободного выделения (L). Выделение с помощью быстрого выделения (W). Инверсия, размытие по краю. Перенесение области выделения на отдельный слой. Инструмент Ластик. Выделение через Цветовой диапазон. Продвинутые способы вырезания объектов: маски и перо Вариант выделения с помощью кривых и инструмента Перо. Инструмент Маска. Использование фильтров и цветов Для чего служат и какие задачи выполняют фильтры. Применение фильтров из галереи и краткий обзор на примерах их использования. Что такое смартфильтры? Палитры цветов, градиентов, библиотеки. Краткий обзор узоров и стилей. Свет: создание теней и объемов Инструменты ручного затемнения, осветления, обесцвечивания. Создание теней на изображении с помощью кистей и трансформации формы. Использование палитры слоёв и инструментов Curve для создания дополнительного объёма изображения. Основные инструменты верстки. Линейки, направляющие, отступы, воздух Настройки при создании макета для web и под печать. Линейки и их настройки. Как и для чего используются направляющие и сетка. Какую роль в макете играют отступы. Зачем в макете «воздух». Иерархия и теория близости Целостность композиции. Равновесие, баланс. Соподчинение. Тонкости работы со шрифтами. Подбор шрифта, шрифт по форме, в объекте, кегль и выключка Горизонтальный, вертикальный текст. Обтравочная маска для текста (фигуры). Палитры для работы с текстом. Сетка для верстки текста. Правила хорошего тона в верстке текста. Цвет, градиент, векторная и растровая графика, использование смарт объектов и дополнительных кистей Использование цвета градиентов в дизайне, инструмент пипетка. Подбор цвета для макета, координаты цвета. Смарт объекты и инструмент Кадр. Использование инструментов карандаш, кисть. Хитрости дизайна: скрипты, шаблоны и мокапы Что такое скрипты, операции и как их создавать. Как помогают шаблоны в дизайне. Мокапы – что это такое и как использовать. Мудборд, что это и для чего. Цветовая коррекция изображений. Настройка яркости, насыщенности, контрастности, цветового баланса Цветовые модели и оттенки кожи. Анализ перед коррекцией кожи. Цветовая и тоновая коррекция кожи. Тонирование фото. Изменение цвета глаз, волос, кожи, «отбеливание зубов», устранение «эффекта красных глаз» Коррекция глаз. Отбеливание зубов. Инструмент Пластика. Коррекция волос. Добавление макияжа. Обработка кожи Точечная коррекция с помощью инструментов заплатка, штамп, восстанавливающая кисть. Ретушь по методу частотного разложения. Разложение на две частоты с помощью операции вычитания. Добавление реалистичности фото, резкость и подавление шума Способы дополнительного объема и реалистичности: с помощью Каналов, Коррекции, Краевого контраста, Кривых.

2.5. Adobe Illustrator. Работа с векторной графикой, тематическое содержание дисциплины:

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. Знакомство с интерфейсом Как устроен интерфейс программы. Основное меню. Панель управления. Панель палитр. Простые фигуры и их свойства Инструменты группы "Фигуры". Инструмент "Прямоугольник" и его свойства. Обводка и заливка Работа с разными формами из группы "Фигуры". Цвет. Инструменты «Заливка» и «Обводка». Обработка контуров Как с помощью палитры "Обработка контуров" создавать из простых фигур более сложные. Инструменты "Отражение", "Поворот" Применение инструментов «Зеркальное отражение» и «Поворот». Трансформирование Варианты применение инструмента «Свободное трансформирование». Монтажная область, слои Структура и режимы слоев. Применение слоев в работе. Экспорт для экранов и веб Варианты экспорта и сохранения файлов. Точки и направляющие Трансформация фигуры посредством опорных точек и направляющих. Использование инструментов «Опорная точка» и «Прямое выделение». Инструмент "Перо" Правила применения инструмента «Перо». Настройки обводки Различные свойства обводки. Работа с линией при помощи кривых безье. Работа с инструментами «Ширина» и «Динамические профили обводки». Палитры Возможности управления цветом. Как подобрать палитру, исходя из цветовой гармонии. Применение инструмента «Изменение цвета». Создание градиентов Применение градиентов в работе. Импорт растровых изображений Параметры качественного растрового изображения. Импорт растрового изображения в редактор. Трассировка растровых изображений Как использовать трассировку растрового изображения. Как управлять параметрами трассировки. Инструмент "Текст" Свойства инструмента «Текст». Как работать с разными шрифтами. Преобразование текста в кривые. Текст по контуру Применение текста в качестве графического элемента. Использование текста по контуру. Обтравочные маски Создание обтравочных масок в работе с векторной и растровой графикой. Создание составных масок и более сложных масок на несколько объектов. Режимы смешения Применение смешения слоев. Различные режимы смешения слоев. Сетки и выравнивание Как выровнять объекты с помощью палитры «Выравнивание». Применение «направляющих» и их свойств. Экспорт Экспорт иллюстрации. Отправка изображения на печать.

2.6. Программа вёрстки Adobe Indesign, тематическое содержание дисциплины:

Сферы применения программы. Интерфейс Adobe InDesign Для чего предназначен InDesign. Отличие InDesign от Illustrator и Photoshop. Интерфейс программы. 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. 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. 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. 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). 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. 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. Создание и настройка вложенных стилей (Nested Styles) Возможности Nested Style, или последовательность стилей в рамках одной строки. Создание и настройка стилей таблиц (Table Styles) Структура таблиц, виды ячеек. Настройка стилей ячеек. Настройка стиля таблицы и их возможности. Настройка стилей обводки (Stroke Styles) Возможность создания своей, индивидуальной обводки, которая будет применена в оформлении таблицы. Генерация содержания документа/книги Принцип создания содержания. Настройки стилей содержания. Настройки отточия. 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. Нумерация страниц Создание нумерации. Нумерация с указанием общего количества полос в издании. Декоративная нумерация. Нумерация с изменением направления цифр. Настройка колонтитулов (Running Header). Возможные сложности и их решение Принцип создания многострунных бегущих колонтитулов.

2.7. Типографика, тематическое содержание дисциплины:

История типографики Введение. Происхождение книгопечатания. Печатная книга. Роль антиквы в наборе. Брусковые шрифты и гротески в типографике. Методы печати в типографике 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 История латиницы Введение. Древнейшие системы письма. Финикийская письменность. Греческая письменность. Латинские почерки в письме. Готическое письмо. Латиница и книгопечатание Происхождение и развитие кириллицы Язычество. Славянская азбука. Кириллические почерки. Кириллица в печатной книге. Реформы кириллицы. После реформ Архитектура и основные параметры шрифты. Оптическая компенсация Основные понятия. Параметры наборной строки. Шрифтовые начертания. Оптическая компенсация Классификация шрифтов: Антиква, Гротески, Брусковые шрифты Введение. Антиквенные шрифты. Гротески. Брусковые шрифты Каллиграфия и леттеринг Введение в каллиграфию. Арабская каллиграфия (арабика). Западная каллиграфия. Восточная каллиграфия. Каллиграфия Китая. Японская каллиграфия. Леттеринг Наборы в верстке, микротипографика Верстка. Составляющие верстки. Наборы в верстке. Способы, помогающие улучшить читаемость текста в наборе. Колонки. Текст по контуру. Микротипографика Особенности верстки для web и печатных изданий Введение. Применение стиля для оформления документа. Верстка многостраничного документа. О шрифтах. Верстка для web Сочетания шрифтов Введение. Гармоничные сочетания. Контрастные сочетания

2.8. Основы вёрстки, тематическое содержание дисциплины:

Форматы и поля Формат. Стандартные форматы. Визитки. Нестандартные форматы. Выбор полей. Поля внутри полосы Модульность. Прямоугольники и их согласованность, считываемость Модули. Принципы деления на модули. Считываемость модулей Принципы верстки: часть 1. Примитивы вёрстки, правила внутреннего и внешнего, близость, выравнивание Примитивы верстки. Точка. Линия. Прямоугольник. Правило внутреннего и внешнего. Выравнивание Принципы верстки: часть 2. Контраст, якорные объекты Якорные объекты. Контраст Сетка. Принципы создания модульной сетки, расчет сетки Основные виды сеток. Швейцарская типографика. Расчет сетки. Как использовать сетку Шрифт. Выбор подходящего шрифта, параметры шрифта, сочетаемость Шрифт и параметры. Выбор подходящего шрифта. Сочетаемость шрифтов 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 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 Особые виды текста. Списки, сноски, примечания, подписи Простые списки. Сложные списки. Сноски и примечания. Подписи Изображение. Подбор подходящих фотографий и иллюстраций, работа с фотобанками. Сочетаемость Работа с фотобанками. Векторная графика. Сочетаемость Иллюстрация. Расположение на странице. Доминирующие и вспомогательные иллюстрации. Их расположение по сетке Расположение. Выравнивание по сетке. Кадрирование фотографий Элементы. Отбивки, плашки, линейки, фон Отбивки и линейки. Плашки. Иконки. Фон. Создание акцента

2.9. Иллюстрация и основы фотографии, тематическое содержание дисциплины:

Иллюстрация в графическом дизайне Области применения иллюстрации в графическом дизайне. Жанры иллюстрации. Современная иллюстрация. Программы для портативных устройств Этапы создания иллюстраций. Построение простой формы, симметрия Аналог/диджитал. Алгоритм создания иллюстрации. Линия симметрии. Пропорции Основы рисунка: перспектива, линия горизонта, точки схода Перспектива. Линия горизонта. Точки схода Светотеневой рисунок. Предмет в пространстве, преломление сред Светотеневой рисунок. Падающая тень. Преломление сред Стили в иллюстрации Авторский стиль. Реализм. Гротеск и сюрреализм. Декоративный и фэшн. Наив и примитивизм. Минимализм Стилизация объектов Стилизация. Начало. Штрих. Способы набора тона. Упражнения Создание персонажа: пропорции лица, мимика Пропорции человеческого лица. Мимика и характер. Стилизация. Создание персонажа Создание персонажа: фигура человека Пропорции человеческой фигуры. Части тела. Стилизация. Создание персонажа Плоский дизайн и изометрия как стилистическое решение иллюстрации История плоского дизайна. Фас - грань - изометрия. “Объём” в плоском дизайне. Изометрия Передача объёма в изометрии Цвет в плоском дизайне. Свет и блики. Тени. Светотеневое решение. Развитие цветочувствительности Текстура и фактура, художественные кисти Финальные этапы обработки: тренды. Текстура. Художественные кисти. Тени, градиенты и шум. Реалистичные элементы в плоском дизайне 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 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 Стили в фотографии. Жанры и их особенности Стили и жанры фотографии. Жанровые особенности и психология восприятия. Серия

2.10. Концепция айдентики, тематическое содержание дисциплины:

Что такое бренд, брендинг, визуальная айдентика Что такое бренд и брендинг. Понятие маркетинговой стратегии и бренд-платформы как ее части. Что такое айдентика. Как связана с айдентикой работа графического дизайнера. Связь визуальной айдентики с философией бренда (что первично, как айдентика отражает бренд, визуальная айдентика - это разговор с целевой аудиторией). Компоненты визуальной айдентики: логотип, палитра, шрифт, графика, фотостиль, компоновка всех элементов. Этапы разработки брендинга и айдентики Порядок проектирования бренда. План разработки платформы бренда. Понятие позиционирования бренда. Переход от вербальных формулировок к визуальным - понятие метафоры и концепции. Варианты порядка проектирования айдентики. С чего начинать работу. Брифинг с заказчиком Как провести интервью с заказчиком для формирования брифа. Ключевые вопросы, на которые должен отвечать бриф. Примеры брифов по брендам из разных сегментов. Каких ошибок следует избегать при разработке брифа. Целевая аудитория Как определить, кто относится к целевой аудитории бренда. Для чего графическому дизайнеру понимание целевой аудитории. Принципы сегментации целевой аудитории. Как работает метод “Персона”: технология, примеры. Карта конкурентов Зачем нужно исследование конкурентов для создания логотипов? Алгоритм создания Карты конкурентов. Примеры карты конкурентов по разным категориям брендов. Цветовая Карта конкурентов, как она работает. Территории позиционирования конкурентов. Бренд-платформа Активы бренда. Сообщение бренда. RTB (причины верить). Характер, ценности, ролевая модель отношений бренда и потребителя. Концепция позиционирования. Метафора бренда Что такое метафора. Как она помогает в создании и отборе идей для логотипа. Алгоритм построения и отбора эффективных метафор. Критерии того, что метафора найдена удачно. Матрица ценностей как инструмент создания метафоры. Библиотека метафор. Примеры метафор. Концептуальный подход как альтернатива метафоре Что такое концептуальный подход. Место логотипа в системе визуальной идентификации бренда. Понятие ключевого элемента айдентики. Кто такой маскот. Графический прием как ключевой элемент айдентики. Шрифты, сетки, типографика как ключевые элементы. Выбор ключевого элемента. Референсы Что такое референсы. Для чего они нужны в создании айдентики. Где искать референсы. Как подбирать референсы для конкретного бренда и логотипа. Типы референсов: по семантике, по характеру.

2.11. Визуальная айдентика бренда. Дизайн-система, тематическое содержание дисциплины:

Что такое визуальная айдентика Как мы идентифицируем бренд. Как выдержать единство и почему идея так важна. Как подготовиться к разработке фирменного стиля: research. Система дизайна в визуальной айдентике Фирменный стиль как часть айдентики бренда. Что такое дизайн-система и зачем она нужна. Элементы фирменного стиля: цвет, шрифт, логотип, графика, фотостиль. Разновидности визуальной айдентики Традиционная айдентика. Динамическая айдентика. Полиморфный логотип. Генеративная айдентика. Маскоты. Доминанта в айдентике: обзор кейсов из мировой практики. Цветовая палитра Цветовая палитра: баланс цветовых оттенков, сочетаемость цветов. Взаимодействие цвета. Психология и символика цвета. Ошибки и успешные решения брендов. Сколько цветов должно быть в логотипе. Разработка логотипа Часть 1 Что такое логотип. Логотип в фирменном стиле. Разновидности логотипа. Несколько кейсов из разных областей. Разработка логотипа Часть 2 Этапы разработки логотипа. Зачем нужна модульная сетка. Специфика создания разных логотипов Перенос логотипа в цифровой формат. Полная и сокращенная версии логотипов. Логотипы цифровой эпохи. Мастер-класс 1. Разработка логотипа Мастер-класс по разработке логотипа. Мастер-класс 2. Создание логобука Мастер-класс по cозданию логобука. Шрифты в фирменном стиле Шрифт как способ коммуникации бренда с аудиторией и элемент визуальной айдентики бренда. Типы шрифтов: наборный и акцидентный. Зачем типографика нужна бизнесу. Шрифт коммуникаций и шрифт логотипа - в чем разница. Как подобрать шрифт для айдентики, от чего зависит выбор шрифта. Критерии того, что шрифт выбран верно. Как работать с платными шрифтами. Принципы верстки, паттерны и пиктограммы Основные принципы верстки. Разработка паттернов и пиктограмм. Фотостиль и иллюстрация Фотостиль как элемент графики в айдентике. Как определить фотостиль бренда. Как прописать ТЗ на фото. Как обойтись без фотосессии. Работа с фотобанком. Иллюстрация как элемент графики в айдентике. Как найти уникальные иллюстрации. Принципы взаимодействия констант стиля Основные и дополнительные элементы графики в айдентике. Композиция и правила сочетания элементов. Брендбук, гайдлайн, руководство по фирменному стилю Как мы передаём клиенту результаты разработки айдентики. Какие виды руководств бывают. Структура и содержание руководства. Как и зачем нужно работать с руководством? Мастер-класс 3. Подбор фотостиля и создание микса фотографий и иллюстраций Мастер-класс по подбору фотостиля и созданию микса фотографий и иллюстраций. Мастер-класс 4. Принципы взаимодействия констант стиля Мастер-класс по применению принципов взаимодействия констант стиля.

2.12. Дизайн коммуникаций, тематическое содержание дисциплины:

Специфика визуальных носителей Виды актуальных коммуникаций для бренда. Как составляется CJM и точки контакта с целевой аудиторией. Корпоративная культура и дизайн Разработка визуальной репутации бренда. Дизайн деловой документации. Алгоритм разработки рекламы Логика повествования. Иерархия в композиции. Способы манипулирования вниманием зрителя Мастер-класс «Верстка в деловой документации» Правила верстки деловой документации в Adobe Illustrator. Психология восприятия рекламы Концепция AIDA и ЦА. Как создать ассоциативный образ. Выбор точки фокуса в рекламе. Рекламные кампании Закон о рекламе. Как провести рекламную кампанию от идеи до реализации. Каналы рекламных коммуникаций. Дизайн информационных данных Как объединить креатив и информативность. Принципы типографики в коммуникациях. Интеграция графики с текстовой информацией. Мастер-класс «Эффекты в рекламном плакате» Какими эффектами Adobe Photoshop пользоваться при создании рекламного плаката. Продвижение товара или услуги Создание кинестетической айдентики. Виды сувениров, упаковки, мерча, вывесок, витрин, POS – материалов. Коммуникация в цифровой сфере Виды цифрового размещения рекламы. Как адаптировать элементы айдентики к цифровой среде. Якорные объекты в композиции. Презентация проекта Понятия: брендбук (brandbook), логобук (logobook) и гайдлайн (guideline). Их содержание, обязательные позиции. Варианты верстки шаблона. Мастер-класс «Создание шаблонного макета» Как создавать шаблоны макета в Adobe InDesign.

2.13. Предпечатная подготовка, тематическое содержание дисциплины:

Основы полиграфического производства Как устроен процесс изготовления печатной продукции. Воспроизведение изображений при печати. Виды и способы печати. Виды печатной продукции. Традиционные способы печати Плоская офсетная печать. Высокая печать: флексография и леттерпресс. Глубокая печать. Цифровая печать. 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. Допечатная подготовка: стандарты и общие принципы Этапы допечатной подготовки. Основные параметры макета. Стандартные форматы файлов. Ловушки цвета - почему на печати все бывает “по-другому”. Допечатная подготовка: алгоритм подготовки макета Технические требования для различных способов печати. Алгоритм подготовки макета. Сохранение и проверка PDF. Подготовка макета к печати в разных редакторах Подготовка макета в Adobe Photoshop. Подготовка макета в Adobe Illustrator. Подготовка макета в Adobe InDesign. Полиграфические материалы и их применение Ассортимент полиграфических материалов. Бумага. Картон. Полимерные плёнки. 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). 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. Отделочные процессы: лакирование, штанцевание, бигование, перфорация, брошюрирование Лакирование: материалы и технологии. Штанцевание, бигование, высечка. Брошюрирование.

2.14. Практикум по разработке айдентики, тематическое содержание дисциплины:

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 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 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 «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. 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. 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 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. 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. 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.

2.15. Графика в визуальных коммуникациях, тематическое содержание дисциплины:

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. 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. 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. Мастер-класс «Графика с помощью стампинга» Мастер-класс по созданию графики с помощью техники стампинга. Мастер-класс «Графика с помощью материального коллажа» Мастер-класс по созданию графики с помощью техники материального коллажа. Мастер-класс «Matte painting» Мастер-класс по созданию графики с помощью техники Matte painting. Мастер-класс «Создание изображения с помощью графики и типографики» Мастер-класс по созданию графики с помощью графики и типографики. Знаковые мировые студии дизайна (современная практика) Современные студии. Примеры работ. Исторические стили графики в дизайне Стиль школы Баухаус. Альфонс Муха. Графика конструктивистов (Родченко и Эль Лисицкий). Луцан Бернхард. Крупные мировые школы и течения в дизайне Графических стиль различных школ. Технические приемы графики. Цветовые решения. 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.

2.16. Креативная типографика, тематическое содержание дисциплины:

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. 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). 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. 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. 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 Мастер-класс «Меловой леттеринг» Мастер-класс по созданию надписи с помощью мела. Мастер-класс «Леттеринг кистью» Мастер-класс по созданию надписи с помощью кисти. 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. Мастер-класс «Создание образной надписи с помощью техники материального коллажа» Мастер-класс по созданию надписи при помощи предметов физического мира. Методики создания акцидентного шрифта Роль и практическое применение акцидентного шрифта в графическом дизайне. Виды акцидентного набора. Методики создания акцидентного шрифта. Примеры из практики.

2.17. Сторителлинг и разработка рекламного персонажа бренда, тематическое содержание дисциплины:

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

2.18. Дизайн коммуникаций. Практикум, тематическое содержание дисциплины:

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

**3. Критерии оценки результатов освоения образовательной программы.**

По результатам итоговой аттестации выставляются отметки по стобалльной системе и четырехбалльной.

Соответствие балльных систем оценивания:

|  |  |
| --- | --- |
| Количество баллов  по стобалльной системе | Отметка  по четырехбалльной системе |
| 81-100 | «отлично» |
| 61-80 | «хорошо» |
| 51-60 | «удовлетворительно» |
| менее 51 | «неудовлетворительно» |

Оценка результатов освоения программы осуществляется итоговой аттестационной комиссией в соответствии со следующими критериями:

отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, не показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных программой; допустившему серьезные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;

отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему частичное освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных   программой; сформированность не в полной мере новых компетенций и профессиональных умений для осуществления профессиональной деятельности;

отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных программой, допустившему несущественные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;

отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему полное освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), всестороннее и глубокое изучение литературы.

Приложение № 3 к дополнительной

профессиональной программе

профессиональной переподготовки

«Графический дизайн и визуальные коммуникации. Международные практики»

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**Примерный (демонстрационный) вариант оценочных материалов для проведения промежуточной и итоговой аттестации.**

1. Что делает из шрифтовой гарнитуры систему?

а) единые пропорции

б) пластика

в) тип сочленения

г) особенные элементы

д) все перечисленное

2. Категории каких букв обозначены верно?

а) F и Г – узкие буквы

б) А и Z - средние буквы

в) Ь и M – средние буквы

г) Б и L – узкие буквы

д) Ш и W - широкие буквы

3. Какой принцип создания пропорций шрифта сформулирован

а) высота строки - исходная величина для построения всех остальных пропорций

б) толщина основного штриха – это диапазон от 1/3 до 1/2 высоты строки

в) дополнительный штрих равен либо в х раз тоньше основного штриха

г) основной штрих равен либо в х раз тоньше дополнительного

4. Какое утверждение верно?

а) В округлых буквах есть дополнительные и основные штрихи так же, как и во всех других

б) засечка первоначально появилась в латинской группе шрифтов

в) капля заканчивает штрих и создает декоративный эффект в начертании буквы

г) плечо связывает каплевидную часть с основным шрифтом буквы

д) элементы буквы, которые выходят за верхние и нижние строки, называются надстрочные и подстрочные

5. Каково “золотое правило” проектирования шрифта?

а) в латинице – объем округлых букв прямо пропорционален высоте остальных букв

б) в кириллице - высота букв всегда больше, чем ширина

в) дополнительный штрих либо тоньше, либо равен основному штриху

г) дополнительный штрих либо толще, либо равен основному штриху

6. В чем принципиальное отличие кириллицы от латиницы?

а) вертикальных штрихов в кириллице в 2 раза больше, чем в латинице

б) в латинице больше наклонных и округлых элементов, чем в кириллице

в) генетический код кириллицы основан на рукописных книгах, где буквы писали пером на пергаменте

г) генетический код латиницы основан на том, что первые буквы высекались на мраморе

д) все перечисленное

7. Из каких базовых элементов состоит литера?

а) основной и дополнительный штрих

б) вертикальные и горизонтальные линии

в) линии и засечки

г) округлые и вертикальные линии

8. Что может отражать шрифт?

а) приверженность традициям или новаторству

б) стиль и эпоху

в) эмоции

г) ассоциации

д) идеологию

е) все перечисленное

9. Какое утверждение верно?

а) техника исполнения определяет форму литер и стилевые особенности шрифта

б) крупные бренды позволяют себе создавать собственные шрифтовые гарнитуры

в) все шрифты можно разделить на две группы: антиквенные и рубленые

г) в одном графическом произведении рекомендуется использовать не более трех гарнитур

д) все шрифты можно разделить на две группы: с засечками и без них

10. Почему шрифт может быть основным графическим элементов в визуальной коммуникации бренда с аудиторией?

а) потому что он одновременно доносит и смысловую, и визуальную составляющие сообщения бренда

б) потому что буквы можно изображать оригинально, например, используя леттеринг

в) в этом случае мы отказывается от лишних графических элементов и выносим в сообщение самое главное

г) в связи с трендом на минимализм и лаконичность

11. Для какого эффекта шрифт делают основным изобразительным элементом плаката / рекламы / сообщения?

а) вызвать интерес аудитории к бренду

б) сочетать акцент на смысловой и изобразительной составляющих сообщения

в) отвлечь внимание от изображений

г) провести ребрендинг

12. В чем особенности швейцарской типографики?

а) она полностью основана на выразительности шрифтов

б) авторы плакатов отказываются от изображений в пользу уникальных шрифтовых гарнитур

в) свобода шрифтовых композиций

г) все перечисленное

13. Какое утверждение ошибочно?

а) выразительность и эстетика шрифта зависят от техники его создания

б) шрифт может стать основой графической выразительности бренда

в) шрифт не может использоваться как единственное графическое средство донесения смыслов

г) только уникальный шрифт может создать качественную коммуникацию бренда с целевой аудиторией

14. Каковы задачи шрифта в визуальной навигации?

а) оживить пространство

б) обеспечить качественное функционирование пространства

в) структурировать пространство

г) приглушить пространство

15. Что такое акцидентный шрифт?

а) специальный шрифт, созданный выдающимся дизайнером

б) шрифт, где все буквы заглавные

в) все антиквенные шрифты

г) уникальный шрифт, созданный специально для конкретного произведения графического дизайна

16. Что такое декоративный шрифт?

а) шрифт с большим количеством декоративных элементов

б) сложный витиеватый шрифт

в) леттеринг

г) разновидность акцидентного шрифта

17. Какая фамилия у великого русского художника шрифта начала ХХ века?

а) Чехонин

б) Чехов

в) Чихотов

г) Чихольд

18. Из какой графической традиции проистекает создание декоративных шрифтов?

а) из рукописных книг

б) из искусства мозаики

в) из рукотворного орнамента

г) из клинописи

19. Какова тенденция развития логотипов современных газет Германии?

а) к простым знакам

б) к сложным знакам

в) к сложной букве

г) к одной букве

20. Является ли логотип примером акцидентной надписи?

а) не является

б) является, только если он состоит из шрифта и знака

в) является, если в нем используется классическая антиква

г) является

21. Влияет ли конструкция и пропорции лого на внешний вид проектируемых

акцидентных литер?

а) да, влияет

б) нет, не влияет

в) влияет только при использовании антиквы

г) влияет, если логотип содержит более 10 букв

22. Что такое леттеринг?

а) модная тенденция шрифтового проектирования

б) техника создания декоративного шрифта

в) техника создания вручную эксклюзивных акцидентных надписей

г) техника, которая в том числе позволяет создавать гарнитуры из материальных предметов и бумаги

23. Что позволяет придать леттерингу больше выразительности?

a) динамичная форма букв

б) много декоративных элементов в оформлении

в) засечки и оригинальные элементы шрифта

г) наличие сетки построения

24. Какая техника исполнения леттеринга позволяет создать большое разнообразие толщин штрихов пределах одной надписи?

a) кисть

б) мел

в) маркер

г) перо

25. Используется ли в леттеринге рисование наборного шрифта от руки?

a) да

б) нет

в) редко, это цифровая техника

г) нет, потому что ручные техники требуют больше времени на исполнение

26. С чем можно спутать леттеринг?

a) со многими современными шрифтами

б) с антиквой и гротеском

в) с рублеными шрифтами

г) с каллиграфией

д) с декоративным шрифтом

27. Какой вид леттеринга чаще всего применяется для оформления среды?

a) выполненный маркером

б) выполненный мелом

в) выполненный кистью

г) выполненный пером

д) выполненный цветными карандашами

28. Используется ли леттеринг для написания слоганов в рекламе?

a) да, используется

б) нет, не используется

в) используется только в Европе

г) нет, это чисто декоративный шрифт

29. Может ли уникальный шрифт стать отражением уникальности бренда?

a) нет, не может

б) да, но только в случае, если бренд известный

в) да, потому что шрифт отражает идеологию и концепцию бренда

г) да, потому что шрифт отражает эстетику и философию бренда

30. Где искать вдохновение для создания акцидентных шрифтов и уникальных логотипов?

в) в окружающей среде

б) в раритетных книжных изданиях

г) в физическом мире вокруг нас

д) во время прогулок на природе