

ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

РАЗДЕЛ III. СОЗДАНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ОБРАЗА ОБЪЕКТА В РЕКЛАМЕ (VII СЕМЕСТР)

Тема №1. Firmenный стиль как основное средство формирования благоприятного имиджа

1. Зарождение фирменного стиля.
2. Айдентика. Нейминг. Слоган.
3. Бренд. Бренддинг.
4. Графический знак.
5. Понятие стиля и области его применения.
6. Элементы фирменного стиля: логотип, фирменный блок (сочетание фирменного знака и названия компании или бренда), цветовая гамма, сочетания
7. Функции фирменного стиля: имиджевая, идентифицирующая, дифференцирующая

Практическое занятие №1

Создание концепции шелфтокера для компании по изготовлению сильно-газированных напитков

Термины: бренд, логотип, товарный знак, фирменный блок, фирменное наименование, брендбук, бриф, гайдлайн, имиджевый дизайн, компьютерный дизайн, креатив, листовка, алгоритм, POS-материалы, разрешение, векторный редактор Adobe Illustrator, растровый редактор Adobe Photoshop, векторный редактор CorelDRAW.

Выполнить:

1. Произвести сбор и анализ аналогов шелфтокеров.
2. Создать общую концепцию шелфтокера для компании сильногазированных напитков.
3. Выполнить эскиз шелфтокера.
4. На базе созданной концепции шелфтокера создать макетирование и сборку шелфтокера для компании сильногазированных напитков.

Литература: [1— С. 22-33; 2— С. 5-15; 3— С.7-23; 62-80; 4— С. 13-29]

Практическое занятие №2

Создание концепции рекламного плаката для компании по изготовлению сильно-газированных напитков

Термины: айдентика, цветовые ассоциации, знак, леттеринг, маскот, корпоративный герой, плакат, реклама, носитель, панель-кронштейн, штендер, тротуарная графика, продакт кардс, бегрифы, меню-холдер.

Выполнить:

1. Произвести сбор и анализ аналогов рекламных плакатов.
2. Создать общую концепцию рекламного плаката для компании сильногазированных напитков.
3. Выполнить эскиз рекламного плаката.
4. На базе созданной концепции шелфтокера создать макетирование и сборку рекламного плаката для компании сильногазированных напитков.

Литература: [1— С. 87-96; 2— С. 16-23; 3— С.83-93; 4— С. 38-45]

Тема №2. Графическо-информационные объекты, как единая объемно-пространственная и пространственно-временная коммуникационная система. Психофизические свойства цвета.

1. Шрифт и цвет в фирменном стиле.
2. Составляющие фирменного стиля.
3. Носители фирменного стиля – составляющие имиджа

Практическое занятие №1

Создание концепции ценника для компании по изготовлению сильногазированных напитков.

Термины: постоянный коммуникант, рекламная продукция, сувенирная продукция, брендмауэр, высечка, пантон, штанц форма, выборочная лакировка, ламинация, постпресс, вырубка, фальцовка и биговка.

Выполнить:

1. Произвести сбор и анализ аналогов ценников.
2. Создать общую концепцию ценника для компании сильногазированных напитков.
3. Выполнить эскиз ценника.
4. На базе созданной концепции ценника создать макетирование и сборку ценника для компании сильногазированных напитков.

Литература: [1— С. 180-182; 185-186; 2— С. 24-25; 3— С.96-102; 4— С. 48-65]

Практическое занятие №2

Создание концепции воблера для компании по изготовлению сильногазированных напитков

Термины: перфорация, кругление углов, обрезной формат, отделочные процессы, оттиск, печать офсетная, печать полноцветная, печать трафаретная, тиражный оттиск, тиснение фольгой, конгрев, блинт, пластиковая гибкая ножка, классификация печатной бумаги, лак УФ, линиатура растра, несовмещение красок.

Выполнить:

1. Произвести сбор и анализ аналогов воблеров.
2. Создать общую концепцию воблера для компании сильногазированных напитков.
3. Выполнить эскиз воблера.
4. На базе созданной концепции воблера создать макетирование и сборку воблера для компании сильногазированных напитков.

Литература: [1— С. 38-51; 2— С. 26-27; 3— С.137-142; 4— С. 72-84]

Практическое занятие №3

Создание концепции итоговой экспозиции с POS-материалами выполненными за семестр

Термины векторное изображение, растровое изображение, текстурирование, коллажирование, форматирование, кадрирование, экспозиционный материал, наглядный

материал.

Выполнить:

1. Подготовить изображения созданных POS-материалов с необходимыми параметрами для создания показательной итоговой семестровой экспозиции.
2. Создать общую концепцию экспозиции с изображениями POS-материалов для компании сильногазированных напитков.
3. Выполнить эскиз экспозиции с изображениями POS-материалов для компании сильногазированных напитков.
4. Выполнить макетирование и сборку экспозиции с изображениями POS-материалов для компании сильногазированных напитков.

Литература: [[1](#) — С. 45-48; [2](#) — С. 16-17; [3](#) — С.104-136; 146-154; [4](#) — С. 87-101; 108-114]

РАЗДЕЛ IV. ДИЗАЙН ПЛАКАТА (VIII СЕМЕСТР)

Тема №3. Плакат и его роль в искусстве.

1. История плаката.
2. Виды плакатов.
3. Целостность восприятия плаката.

Практическое занятие №1

Создание эскиза экологического плаката в векторном редакторе

Термины: плакат, имиджевые плакаты, театральные плакаты, киноплакат, цирковой плакат, рекламный плакат, экологический плакат, учебный плакат, шрифтовой плакат, информационные плакаты, авторские плакаты, афиша, выставочный плакат, спортивный плакат, юбилейный плакат, праздничный плакат, туристический плакат, профилактический плакат.

Выполнить:

1. Произвести сбор и анализ аналогов экологических плакатов.
2. Создать общую концепцию экологического плаката.
3. Выполнить эскиз экологического плаката для последующего макетирования в векторном редакторе.
4. По созданному эскизу экологического плаката произвести макетирование в векторном редакторе.

Литература: [1— С. 49-109; 2— С. 8-63; 3— С.50-57; 4— С. 11-25]

Практическое занятие №2

Создание эскиза рекламного плаката в растровом редакторе

Термины: подзаголовочные части плаката, выходные данные, надзаголовочные данные, визуальный образ, обобщение форм предметов, силуэтные изображения, плакаты внешние, плакаты внутренние, нормативно-инструктивные плакаты, удобочитаемость.

Выполнить:

1. Произвести сбор и анализ аналогов рекламных плакатов.
2. Создать общую концепцию рекламного плаката.
3. Выполнить эскиз рекламного плаката для последующего макетирования в растровом редакторе.
4. По созданному эскизу рекламного плаката произвести макетирование в растровом редакторе.

Литература: [1— С. 135-160; 2— С. 65-74; 3— С.57-76; 4— С. 45-62]

Тема №4. Приемы и правила создания плаката.

1. Организация внимания зрителя.
2. Законы композиции в плакате.
3. Симметричные композиции.
4. Композиционный центр.
5. Зрительные оси равновесия в асимметричной композиции.
6. Золотое сечение. Ритм и цвет в плакате.

Практическое занятие №1

Создание концепции афиши с применением имитации художественной техники

Термины: афиша, цифровая кисть, смещение слоев, альфа канал, маска, имитация акварельной техники, имитация техники туши, Digital-Art, цифровое искусство, компьютерная среда, цифровая живопись, фильтр сухая кисть, фильтр масляная живопись, фильтр пастель, фильтр акварель, палитра Brushes, палитра Action.

Выполнить:

1. Произвести сбор и анализ аналогов афиш плакатов.
2. Создать общую концепцию афиши.
3. Выполнить эскиз афиши для последующего макетирования в растровом редакторе.
4. По созданному эскизу афиши произвести макетирование в растровом редакторе с использованием эффекта имитации художественной техники.

Литература: [1— С. 162-194; 2— С. 75-92; 3— С.103-115; 4— С. 130-142; 163-173]