

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра графического дизайна

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ И.А.Федоричева

_____ 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
КОМПОЗИЦИЯ СПЕЦКУРС**

Уровень основной образовательной программы – бакалавриат
Направление подготовки – 54.03.01 Дизайн, профиль Графический дизайн
Статус дисциплины – базовая
Учебный план 2018 года

Описание учебной дисциплины по формам обучения

Очная							Заочная									
Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Форма контроля	Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Контрольная работа	Форма контроля
4	7,8	227/6,5	156	36	120	71	Зачет (7) Экзамен (8)	4	7,8	184/5,2	24	16	8	160	+	Зачет (7) Экзамен (8)
Всего		227/6,5	156	36	120	71		Всего		184/5,2	24	16	8	160		

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ООП ВО.
 Программу разработала ___С.В. Вейда, старший преподаватель.

Рассмотрено на заседании кафедры графического дизайна (ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М.Матусовского)

Протокол № _____ от _____ 2019 г. Зав. кафедрой _____ А.В.Закорецкий

Согласовано:

Декан факультета изобразительного и декоративно-прикладного искусства
 _____ Н.Г.Феденко _____ 2019г.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Композиция спецкурс» является базовой частью дисциплин ООП ГОС ВО (уровень бакалавр) и адресована студентам 4 курса (VII, VIII семестр) направление подготовки 54.03.01 Дизайн, профиль Графический дизайн ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой «Графический дизайн».

Содержание дисциплины включает в себя такие темы, как: создание оригинал-макетов многостраничных периодических изданий при помощи программ многостраничной верстки с применением графических растровых и векторных редакторов; структурирование и создание концепции художественного образа периодических изданий от авторского эскиза до оригинал-макета, что является последним связующим звеном между художником и производством.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

- устная (устный опрос, защита графических работ, просмотр на мониторе выполненных заданий в графических редакторах и т. п.);
- письменная (тестирование и т. д.).

Итоговый контроль в форме дифференцированного зачета и экзамена.

Программой предусмотрено изучение дисциплины «Компьютерная графика» с 1-го по 8-й семестр в объеме 21,5 зачетных единиц, в том числе 532 часов аудиторных занятий, из них 108 – лекционных для очной формы обучения и 24 – для заочной формы обучения; 424 - практических занятий для очной формы обучения и 76 – для заочной формы обучения; 242 - самостоятельной работы для очной формы обучения и 674 – для заочной формы обучения. Завершается изучение дисциплины зачетом в 1,7 семестре, дифференцированным зачетом в 3 семестре и экзаменом - в 2,5,6,8 семестре на очной и заочной форме обучения.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения учебной дисциплины «Композиция спецкурс» - формирование у обучающегося проектной культуры дизайна как междисциплинарной, многопрофильной творческой области, при которой дизайн-проект является целостной многофакторной системой, результирующей накопленный проектный опыт и определяющей тенденции развития предметно-пространственной среды и современную парадигму проектности; формирование у обучающихся структурных подходов к дизайн-проектированию; практическое освоение методологической базы проектирования в графическом дизайне; формирование проектного мышления как фундамента успешной и эффективной профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с понятийно-категориальным аппаратом проектирования в дизайне;
- раскрытие сущности и структуры проектной культуры дизайна;
- практическое освоение методов предпроектной (предваряющей дизайн-проектирование) исследовательской деятельности: методов сбора, обработки и анализа материалов, способных оказать принципиальное влияние на генерацию проектной идеи;
- ознакомление с современными материалами и технологиями, производственными ресурсами, техническими базами, аппаратными средствами, программным обеспечением дизайна;
- практическое освоение техник и приемов создания эскизных проектов, методов

- оформления и подачи эскизов на всех стадиях ведения проекта;
- принципов создания портфолио эскизных проектов; методик подготовки к текущей, промежуточной и финальной защите дизайн-проекта.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Композиция спецкурс» относится к базовой части по профилю. Данному курсу должно сопутствовать изучение дисциплины «Компьютерное обеспечение», которая логически, содержательно и методически связана с дисциплиной «Композиция спецкурс».

Изучение таких дисциплин как «Шрифт», «Типографика», «Основы композиции», «Компьютерное обеспечение», «Компьютерная графика», способствует успешному овладению студентами дисциплины «Композиция спецкурс».

В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами такими как: «Введение в полиграфию», «WEB-технологии». Использование междисциплинарных связей обеспечивает преемственность изучения материала, исключает дублирование и позволяет рационально распределять время.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ГОС ВО направления 54.03.01 Дизайн, профиль Графический дизайн.

Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-10	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК-4	способностью применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании;
ОПК-6	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-7	способностью осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий.

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-2	способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи;
ПК-3	способностью учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств;
ПК-4	способностью анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта
ПК-5	способностью конструировать предметы, товары, промышленные образцы, коллекции, комплексы, сооружения, объекты, в том числе для создания доступной среды;

ПК-8	способностью разрабатывать конструкцию изделия с учетом технологий изготовления: выполнять технические чертежи, разрабатывать технологическую карту исполнения дизайн-проекта;
ПК-9	способностью составлять подробную спецификацию требований к дизайн-проекту и готовить полный набор документации по дизайн-проекту, с основными экономическими расчетами для реализации проекта;

В результате изучения учебной дисциплины студент должен **знать:**

- функции газетного и журнального дизайна;
- технические правила набора текста;
- виды текстовых блоков, структуру текста и способы выделения текста;
- правила подготовки и использования в публикации иллюстраций;
- психологию цвета;
- печатные технологии и печатный процесс.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен владеть **навыками:**

- создания концепции и модели периодических изданий;
- проводить анализ различных видов периодических изданий;
- макетирования периодических изданий.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен владеть **умениями:**

- развивать компетенцию в сфере использования компьютерных технологий для поиска, переработки и дальнейшей подачи визуальной информации;
- сформировать воображение об этических нормах обращения в издательском деле;
- показать особенности привычек работы при использовании настольных издательских систем;
- познакомить студентов с основными проблемами издательского дела в современных условиях и определить перспективы их дальнейшего развития;
- развивать профессиональную компетентность в сфере издательской деятельности.

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов							
	Очная форма				Заочная форма			
	Всего	в том числе			Всего	в том числе		
		л	пр.	с.р.		л	пр.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
РАЗДЕЛ III. СОЗДАНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ОБРАЗА ОБЪЕКТА В РЕКЛАМЕ (VII СЕМЕСТР)								
Тема 1. Фирменный стиль как основное средство формирования благоприятного имиджа.	29	8	12	9	46	4	2	40
Тема 2. Графическо-информационные объекты, как единая объемно-пространственная и пространственно-временная коммуникационная система. Психофизические свойства цвета.	70	4	44	22	46	4	2	40
Всего по III разделу	99	12	56	31	92	8	4	80
РАЗДЕЛ IV. ДИЗАЙН ПЛАКАТА (VIII СЕМЕСТР)								
Тема 3. Плакат и его роль в искусстве.	52	8	28	16	46	4	2	40
Тема 4. Приемы и правила создания плаката.	76	16	36	24	46	4	2	40
Всего по IV разделу	128	24	64	40	92	8	4	80
Всего по III и IV разделу	227	36	120	71	184	16	8	160

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Тема 1. Фирменный стиль как основное средство формирования благоприятного имиджа.

Зарождение фирменного стиля. Айдентика. Нейминг. Слоган. Бренд. Брендинг. Графический знак. Понятие стиля и области его применения. Элементы фирменного стиля: логотип, фирменный блок (сочетание фирменного знака и названия компании или бренда), слоган, цветовая гамма, сочетания шрифтов. Функции фирменного стиля: имиджевая, идентифицирующая, дифференцирующая.

Тема 2. Графическо-информационные объекты, как единая объемно-пространственная и пространственно-временная коммуникационная система. Психофизические свойства цвета.

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

РАЗДЕЛ IV. ДИЗАЙН ПЛАКАТА (VIII СЕМЕСТР)

Тема 3. Плакат и его роль в искусстве.

История плаката. Виды плакатов. Целостность восприятия плаката.

Тема 4. Приемы и правила создания плаката.

Организация внимания зрителя. Законы композиции в плакате. Симметричные композиции. Композиционный центр. Зрительные оси равновесия в асимметричной композиции. Золотое сечение. Ритм и цвет в плакате.

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ТЕМЫ

Целью проведения самостоятельной работы является получение студентами практических навыков работы при создании ряда POS-материалов, а так же различных видов плакатов, от авторского эскиза до оригинал-макета.

Самостоятельная работа студентов предназначена для внеаудиторной работы по закреплению теоретического курса и практических навыков дисциплины; по изучению дополнительных разделов дисциплины, подготовки к зачету и экзамену, а также включает:

- подготовку к проекту (поиск и анализ аналогов, разработка эскизов POS-материалов и плакатов);
- утверждение графических и стилевых решений;
- разработку оригинал-макетов POS-материалов и плакатов на заданную тему и в заданной форме представления;
- подготовка оригинал-макетов POS-материалов и плакатов к печати;
- печать в требуемой цветовой модели экспозиции соответствующего формата с изображениями созданных POS-материалов.
- выполнение контрольной работы для студентов заочной формы обучения.

В течение всего VII семестра студенты готовят материалы и самостоятельно выполняют задание по созданию оригинал-макетов ряда POS-материалов, согласно заданной теме.

В течение всего VIII семестра студенты готовят материалы и самостоятельно выполняют задание по созданию оригинал-макетов плакатов, согласно заданным темам.

7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

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

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

1. Зарождение фирменного стиля.
2. Айдентика. Нейминг. Слоган.
3. Бренд. Брендинг.
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 №1.1. 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 №1.2.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 №2.1.Создание концепции ценника для компании по изготовлению сильно-газированных 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 №2.2. Создание концепции воблера для компании по изготовлению сильно-газированных 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, линиятура раstra, 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 №2.3. 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 №3.1. 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 №3.2. 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 №4.1. 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]

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольная работа выполняется студентами **заочной формы обучения**. Необходимо выбрать один из вариантов в соответствии с порядковым номером в академическом журнале. Для выполнения творческого задания необходимо изучить литературу по теме и создать требуемое изображение в соответствующем графическом редакторе. Творческое задание должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью.

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

Вариант № 1

1. Собрать и проанализировать аналоги воблеров.
2. Изучить особенности композиции воблеров.
3. Создать макет-эскиз воблера на заданную тему.

Вариант № 2

1. Собрать и проанализировать аналоги шелфтокеров.
2. Изучить особенности композиции шелфтокера.
3. Создать макет-эскиз шелфтокера на заданную тему.

Вариант № 3

1. Собрать и проанализировать аналоги рекламных плакатов.
2. Изучить особенности композиции рекламных плакатов.
3. Создать макет-эскиз рекламного плаката на заданную тему.

Вариант № 4

1. Собрать и проанализировать аналоги штендеров.
2. Изучить особенности композиции штендеров.
3. Создать макет-эскиз штендера на заданную тему.

Вариант № 5

1. Собрать и проанализировать аналоги ценников.
2. Изучить особенности композиции ценников.
3. Создать макет-эскиз ценника на заданную тему.

Вариант № 6

1. Собрать и проанализировать аналоги брелоков.
2. Изучить особенности композиции изображений на брелоках.
3. Создать макет-эскиз брелока на заданную тему.

Вариант № 7

1. Собрать и проанализировать аналоги карманных календарей.
2. Изучить особенности композиции карманных календарей.
3. Создать макет-эскиз карманного календаря на заданную тему.

Вариант № 8

1. Собрать и проанализировать аналоги рекламы на кружках.
2. Изучить особенности композиции рекламы на кружках.
3. Создать макет-эскиз рекламы на кружке на заданную тему.

Вариант № 9

1. Собрать и проанализировать аналоги стопперов.
2. Изучить особенности композиции стопперов.
3. Создать макет-эскиз стоппера на заданную тему.

Вариант № 10

1. Собрать и проанализировать аналоги подставок под кружки.
2. Изучить особенности композиции подставок под кружки.
3. Создать макет-эскиз подставки под кружку на заданную тему.

РАЗДЕЛ IV. ДИЗАЙН ПЛАКАТА (VIII СЕМЕСТР)

Вариант № 1

4. Собрать и проанализировать аналоги социальных плакатов
5. Изучить особенности композиции социального плаката.
6. Создать эскиз социального плаката.

Вариант № 2

1. Собрать и проанализировать аналоги театральных плакатов
2. Изучить особенности композиции театрального плаката.
3. Создать эскиз театрального плаката.

Вариант № 3

1. Собрать и проанализировать аналоги киноплакатов
2. Изучить особенности композиции киноплаката.
3. Создать эскиз киноплаката.

Вариант № 4

1. Собрать и проанализировать аналоги цирковых плакатов
2. Изучить особенности композиции циркового плаката.
3. Создать эскиз циркового плаката.

Вариант № 5

1. Собрать и проанализировать аналоги учебных плакатов
2. Изучить особенности композиции учебного плаката.
3. Создать эскиз учебного плаката.

Вариант № 6

1. Собрать и проанализировать аналоги шрифтовых плакатов
2. Изучить особенности композиции шрифтового плаката.
3. Создать эскиз шрифтового плаката.

Вариант № 7

1. Собрать и проанализировать аналоги выставочных плакатов
2. Изучить особенности композиции выставочного плаката.
3. Создать эскиз выставочного плаката.

Вариант № 8

1. Собрать и проанализировать аналоги спортивных плакатов
2. Изучить особенности композиции спортивного плаката.
3. Создать эскиз спортивного плаката.

Вариант № 9

1. Собрать и проанализировать аналоги туристических плакатов
2. Изучить особенности композиции туристического плаката.
3. Создать эскиз туристического плаката.

Вариант № 10

1. Собрать и проанализировать аналоги профилактических плакатов
2. Изучить особенности композиции профилактического плаката.
3. Создать эскиз профилактического плаката.

7.2. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

РАЗДЕЛ IV. ДИЗАЙН ПЛАКАТА (VIII СЕМЕСТР)

1. В каком году, считается, был напечатан первый в истории рекламный плакат книготорговцем Батдольдом?
2. Как во Франци называют плакат?
3. От какого названия происходит название "poster"?
4. Что изобрел в 1796 г. немец Алоиз Зенефельдер?
5. Что изобрел в 1838 году парижанин Годфруа Энгельман?
6. Какой вид печати позволил печатать плакаты цветными?
7. Какой метод печати изобрел в 1865 г. австрийский барон фон Рансонет позволявший получать практически любые цвета за счет трех красок - синей, красной и желтой?
8. Кого считают "отцом" рекламного, художественного плаката в современном его виде?
9. Чем был отмечен в истории творческий путь финского художника Акселя Галлен-Каллелы?
10. В каких годах появляется политический и агитационный плакат?
11. До какого года плакаты оставались одноцветными?
12. Какие существуют основные составляющие плаката?
13. Какие существуют виды плакатов?
14. Какие по характеру размещенного художественного материала могут быть плакаты?
15. Какие бывают плакаты по средствам исполнения оригинала художником?
16. На какие разновидности по функциональному назначению можно разделить плакаты?
17. Что включают в себя выпускные данные в плакате?
18. Где приводят выходные данные в плакате?
19. Плакаты какого формата называют бюджетными?
20. Какой формат плаката считается оптимальным в большинстве случаев при больших и средних тиражах?
21. Плакаты какого формата называют сверхширокими имиджевыми плакатами?
22. Какое количество букв в плакате не должны превышать при нормальной способности восприятия мимолетным взглядом знакомые зрителю слова?
23. Какое количество букв в плакате не должны превышать при нормальной способности восприятия мимолетным взглядом незнакомые зрителю слова?

24. Когда и где появились первые в мире афиши?
25. Не менее сколько сантиметров должна быть высота букв в главной подписи шрифтового плаката при рассмотрении его с 20-и метров?
26. Какое количество строк не должно превышать в плакате?
27. Какие бывают по технике воспроизведения фотоплакаты?
28. Когда появился иллюстрированный плакат?
29. С какого расстояния должен читаться плакат размером 120 x 180 см?
30. Что считали первыми русскими сатирическими политплакатами?
31. Что включает в себя подзаголовочная часть в плакате?
32. Какое количество планов, как правило, допускается в плакате?
33. На чем при рассматривании портретов и фотографий наблюдатель преимущественно фиксирует свой взгляд?
34. Отметьте общие закономерности психологических особенностей процесса восприятия.
35. Согласно принципу фазности процесс восприятие предмета и ситуации в целом проходит через несколько быстро сменяющихся фаз (или стадий), какие это фазы?
36. Что требует закон ассоциаций?
37. Что делает селективность?
38. Какое важное значение в искусстве плаката приобретает закономерности соотношения "фигура - фон"?
39. Что называют принципом гештальта?
40. Что называют принципом близости?
41. Что называют принципом сходства?
42. В чем выражается один из принципов гештальта, так называемый фактор общей судьбы?
43. В чем заключается один из принципов гештальта - принцип переходящих линий?
44. В чем заключается одно из правил гештальта - принцип замкнутости?
45. В процессе восприятия плаката непременно включается произвольный или произвольный вид внимания. На какие категории можно условно разделить плакаты в соответствии с этими двумя формами?
46. Какие существуют процессы внимания?
47. В чем заключается распределение процесса внимания в плакате?
48. В чем заключается процесс переключения внимания в плакате?
49. В чем заключается процесс сосредоточения внимания в плакате?
50. Какое впечатление создает правая диагональ?
51. Какое впечатление создает левая диагональ?
52. Разница в восприятии левой и правой диагонали обусловила и их эмоциональные характеристики. В чем они заключаются?
53. Какие наиболее общие закономерности композиции Вы знаете?
54. В чем заключается закон соразмерения?
55. В чем заключается закон единства?
56. В чем заключается закон соподчинения?
57. В чем заключается закон равновесия?
58. В чем заключается закон видоизменения?
59. Что такое тектоника?
60. Что представляет собой качество композиции - функциональность?
61. Чем раскрывается в плакате такое качество композиции, как Функциональность?
62. Что заложено в понятие первого принципа закона видоизменения "пластика"?
63. Что включает в себя понятие второго принципа закона видоизменения - тональность?

64. Что предполагает в себе композиционный принцип ритмичности?
65. Что делает композиционный принцип пропорциональности?
66. Что отражает в себе ось равновесия?
67. Может ли в плакате быть два композиционных центра?
68. Что называют оптической серединой листа?
69. Какие из предложенных алгоритмов построения являются рядами Фибоначчи?
70. Что называют в композиции понятием - метр?
71. Что представляет собой гармоническая пропорция?
72. Какое смещения цветов используется в плакате?
73. Из какого количества цветов состоит цветовой строй?
74. Какие факторы необходимо учитывать художнику при использовании цвета в плакате?
75. Какую форму имеет линия Хогардта?
76. Что такое "феномен (явления) Пуркинье"?
77. Выставите порядок лучшей видимости шрифта, в соответствии "цвет шрифта - фон"
78. В каких тонах плакат будет привлекать большее внимание в летний период года?
79. В каких тонах плакат будет привлекать большее внимание в зимний период года?
80. Какие шрифты в плакате являются наиболее удобочитаемые?
81. Какие основные решения может иметь по тональным возможностям красочное оформление в плакате?
82. Что такое плоскостное решение по тональным возможностям красочного оформления плаката?
83. Что такое силуэтное решение по тональным возможностям красочного оформления плаката?
84. К каким решениям может быть, в основном, сведена композиция шрифтового плаката?
85. Что такое ритм?
86. Сколько существует ритмов?
87. Из всех признаков, создающих изучаемые ритмы, какие являются наиболее действенными?
88. Чтобы привлечь внимание и интерес зрителя, активизировать его восприятие, художники-плакатисты используют ряд специфических художественных средств. Что это за средства?
89. Какие различают плакаты по месту воздействия?
90. Чем определяется специфика художественного языка плаката?

7.4. ТРЕБОВАНИЯ К ЗАЧЕТУ

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

Для успешной сдачи зачета студенты должны выполнить все задания за семестр, создать и распечатать с их изображениями экспозицию, а также ответить на теоретические вопросы во время контрольной точки, проходящей в форме зачета.

1. Понятие системной рекламной коммуникации.
2. История становления фирменного стиля как самостоятельного направления в дизайне.
3. Понятие фирменного стиля и его роль в рекламных коммуникациях.
4. Пакет фирменного стиля.
5. Понятие торговой марки и товарного знака.
6. Логотип в пакете фирменного стиля.
7. Композиция фирменного знака.
8. Символы в товарных знаках.
9. Классификация фирменных знаков по Веркману.
10. Особенности восприятия потребителем фирменного знака, логотипа.
11. Назовите этапы создания товарного знака.
12. Цветовая палитра фирменного стиля, ее функциональная нагрузка.
13. Цветовые контрасты и типы гармоний.
14. Цветосимволика в рекламе.
15. Колориметрические круги: виды, особенности, назначение.
16. Классификация шрифтов по способам воспроизведения.
17. Основные элементы построения букв.
18. Функциональная нагрузка шрифта в пакете фирменного стиля.
19. Основные требования, предъявляемые к шрифтам.
20. Образность шрифта.
21. Цветовая гармония и шрифт.
22. Психология восприятия букв.
23. Критерии анализа словесных товарных знаков (по Веркману).
24. Типология фирменных названий и свойства эффективного названия в фирменном стиле (по А. Уиллер).
25. Этапы разработки фирменного стиля (с точки зрения менеджмента проектов)
26. Этапы разработки фирменного стиля по Р. Нельсону (креативная стратегия разработки).
27. Сувенирная продукция в пакете фирменного стиля.
28. Дополнительные элементы фирменного стиля: буклет, персонаж, спецодежда и пр.
29. Сайт как носитель фирменного стиля и корпоративной культуры современной организации.
30. Упаковка как элемент фирменного стиля.

8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Изучение дисциплины осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, выполнения практических работ, а также посредством самостоятельной работы.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины «Композиция спецкурс» используются Internet-ресурсы для расширения информационного поля и получения информации.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В процессе освоения дисциплины «Композиция спецкурс» применяются интерактивные формы образовательных технологий:

- обсуждение подготовленных студентами творческих заданий;
- групповые дискуссии по вопросам проектирования в графическом дизайне в современных экономических условиях.

В рамках изучения дисциплины также предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

8. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка		Характеристика знания предмета и ответов
отлично (5)	зачтено	Студент проявляет глубокие знания по курсу, осознает важность теоретических знаний в его профессиональной подготовке; обнаруживает способность использовать свои знания при выполнении различных практических (творческих) задач в графических редакторах
хорошо (4)		Студент проявляет полные знания теоретического материала по вопросам, включенным в курс, умение оперировать необходимыми понятиями и их определениями аналитическом уровне; показывает достаточный уровень овладения методами научного познания, умеет работать в графических редакторах
удовлетворительно (3)		Студент проявляет теоретические знания из предлагаемых вопросов на уровне репродуктивного воспроизведения, может использовать знания при решении профессиональных задач, умеет работать в графических редакторах
неудовлетворительно (2)	незачтено	Студент проявляет поверхностные знания по теории, допускает ошибки в определении понятий, не умеет работать в графических редакторах, испытывает трудности в практическом применении знаний в конкретных ситуациях.

9. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. [Аникст М., Бабурина Н. Русский графический дизайн. – М.: «Внешсигма». – 1997](#)
2. [Аренс Б. Современная реклама. С.-Пб. Витязь. 2007.-192 с.](#)
3. [Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. – М.: «Прогресс», 1984](#)
4. [Артемьева Е.Ю. Основы психологии субъективной семантики. М.: Смысл, 1999. -350 с.](#)
5. [Барышников А. П. Основы композиции : учеб. пособие / А. П. Барышников, И. В. Лямин. — М. : Трудрезервиздат, 1951. — 191 с.](#)
6. [Иттен И. Искусство формы. Мой форкурс в Баухаузе и других школах / Иоханнес Иттен. — М. : Изобразительное искусство, 1975. — 138 с.](#)
7. [Козловски П. Культура постмодерна. М., 1997.](#)
8. [Крейг Дж., Скала И. Шрифт и дизайн. Современная типографика. — СПб : Питер, 2016. — 176 с. : ил.](#)
9. [Никулина И. А. Верстака, дизайн и допечатная подготовка в полиграфическом процессе : учебник. — Краснодар : Кубанский гос. ун-т, 2010. — 236 с. : ил.](#)
10. [Кудин П.А., Ломов Б.Ф., Митькин А.А. Психология восприятия и искусство плаката. – М.: «Плакат». - 1987](#)
11. [Пикок Дж. Издательское дело : Книга - от замысла до упаковки / Дж. Пикок. — М. : ЭКОМ, 1998. — 400 с. : ил.](#)
12. [Рунге В. Ф. Сеньковский В. В. Основы теории и методологии дизайна. Учебное пособие \(конспект лекций\) — М.: МЗ-Пресс, 2003 — 252 с.](#)
13. [Самара Т. Типографика цвета. Практикум. – М.: «РИП-холдинг» - 2007 — 255 с.](#)
14. [Смирнов С. И. Шрифт в наглядной агитации. — Москва: Плакат, 1987 —192 с., ил. Стандарты по издательскому делу. — М.: Юристь, 1998.](#)
15. [Стефанов Стефан. Полиграфия и технологии печати : учеб. пособие / под науч. ред. В. Н. Румянцева, В. Р. Фиделя. — М. : ЛИБРОКОМ, 2009. — 144 с.](#)
16. [Шевелев И.Ш. М.А.Марутаев, И.П.Шмелев, Золотое сечение/Section Divine. - М.: Стройиздат, 1990.](#)
17. [Шевченко В. Я. Композиция плаката. Учебное пособие. — Харьков.: Колорит, 2004. - 123 с.: ил.](#)
- [Шорохов Е.В. Композиция – М.: Просвещение, 1986. -255 с.](#)

Дополнительная литература

18. [Ковешникова Н.А. Дизайн: история и теория. – М.: Омега-Л, 2009. – 224 с.](#)
19. [Макельский С. Как создать и продать логотип / С. Макельский. — \[б. м.\] : \[б. и.\], 2008. — \[33 с.\].](#)
20. [Розенсон И.А. Основы теории дизайна. – СПб.: Питер, 2008. – 219 с.](#)
21. [Эйри Д. Логотип и фирменный стиль : Руководство дизайнера / Д. Эйри; пер. с англ. В. Шрага. — СПб. : Питер, 2011. — 208 с. : ил.](#)
22. [Эльбрюнн Б. Логотип / Б. Эльбрюнн; под ред. С. Г. Божук. — СПб. : Нева, 2003. — 127 с.](#)

Интернет-источники

23. Портал о рекламе и дизайне. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.adme.ru
24. Журнал о графическом дизайне. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.kak.ru

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (оборудованный настольными компьютерами).

При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки, имеющего рабочие места для студентов, оснащенного компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет, и наглядных материалов кафедры графического дизайна ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М.Матусовского». Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.

Программное обеспечение, применяемое в процессе обучения:

N п/п	Наименование разделов	Рекомендуемые обучающие, справочно-информационные, контролирующие и прочие компьютерные программы
	Раздел IV. Дизайн плаката.	Scribus - редактор многостраничной верстки; Inkscape - векторный редактор; GIMP - растровый редактор; Adobe Reader.
	Раздел III. Создание индивидуального образа объекта в рекламе.	Scribus - редактор многостраничной верстки; Inkscape - векторный редактор; GIMP - растровый редактор; Adobe Reader.