

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»

Кафедра графического дизайна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В СРЕДЕ

Уровень высшего образования – бакалавриат

Направление подготовки – 54.03.01 Дизайн

Профиль - Графический дизайн

Форма обучения- очная

Год набора -2024

Луганск 2024

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн, профиль Графический дизайн, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13.08.2020 г. № 1015.

Программу разработала Т.В. Борисенкова, преподаватель кафедры графического дизайна

Рассмотрено на заседании кафедры графического дизайна (Академия Матусовского)

Протокол № 1 от 28.08.2024 г.

Зав. кафедрой

О.А. Толокнова

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Графический дизайн в среде» входит в часть дисциплин ООП ГОС ВО (уровень бакалавриата) и адресована студентам 2 и 3 курса (IV, V семестр) направление подготовки 54.03.01 Дизайн, профиль «Графический дизайн» Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой графического дизайна.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Шрифт», «Проектирование в графическом дизайне», «Цветоведение», «Основы композиции. Теоретический курс», прохождении практики: проектно-технологической, преддипломной, подготовке к государственной итоговой аттестации.

Содержание дисциплины «Графический дизайн в среде» раскрывает суть дизайн наружной рекламы. эскизный проект объектов навигационной системы в городской среде.

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 проведения и приема отчетных работ, устного и письменного опроса по контрольным вопросам.

Итоговый контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 56 часов, практические занятия – 54 часа, самостоятельная работа – 43 часа, контроль – 27 часов.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания дисциплины: рассмотрение возможностей графического дизайна применительно к городской архитектурной среде, с технологической и эстетической точек зрения.

Задачи изучения дисциплины:

- Рассмотреть графический дизайн, как современное профессиональное средство формирования архитектурной среды;
- Разделить задачи собственно графического дизайна и возможности графического дизайна как средств формирования городской среды;
- Освоить графические методы проектирования объектов рекламы в контексте городской среды.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Курс входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений в обязательную часть подготовки и адресован студентам по направлению *подготовки 54.03.01 Дизайн, профиль «Графический дизайн»*

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Шрифт», «Проектирование в графическом дизайне», «Цветоведение», «Основы композиции. Теоретический курс», прохождении практики: преддипломной, подготовке к государственной итоговой аттестации.

Освоение дисциплины будет необходимо при прохождении практик: *проектно-технологической, преддипломной, подготовке к государственной итоговой аттестации.*

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 54.03.01 Дизайн, профиль «Графический дизайн: ОПК-4, ПК-3.

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Результат обучения
ОПК-4	Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики	Знать: - основы разработки, организации и проведения, а также участия в традиционных и инновационных художественно-творческих мероприятиях, презентациях, выставках, инсталляциях, конкурсах, фестивалях; актуальные требования, предъявляемые к инновационным артмероприятиям, к современным конкурсным, фестивальным, выставочным работам; инструменты самореализации, проявления творческой инициативы; Уметь: - вести деловые переговоры, использовать стратегию сотрудничества в работе профессиональной команды при разработке и реализации, организации и проведении творческих мероприятий; участвовать в выставках, конкурсах,

		<p>фестивалях; презентациях, инсталляциях и прочих инновационных мероприятиях; определять актуальные требования к современным конкурсным фестивальным, выставочным работам;</p> <p>Владеть: - организаторскими навыками командной работы для осуществления профессиональной и творческой деятельности, участия в выставках, конкурсах, фестивалях, презентациях, инсталляциях и других мероприятиях; навыками проявления творческой инициативы для развития индивидуальной и коллективной профессиональной карьеры;</p>
--	--	---

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы
ПК-3	Способен применять современные технологии, требуемые для реализации дизайн-проекта на практике; применять компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.	<p>Знать: - основы проектной культуры дизайна, концептуальные основы дизайна по областям; виды современных продуктов дизайна, их назначение, функциональные свойства, особенности технологий их дизайн-проектирования; роль иместо продуктов дизайна в социокультурном развитии современного общества; - методы проведения комплексных дизайнерских предпроектных исследований; технологии сбора и анализа информации для разработки проектного задания; типовые формы проектных заданий на создание объектов, сред и систем; методы согласования проектных задач с заказчиком;</p>

		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории;- использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации;- учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов; обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- проектной культурой дизайна; основными методами дизайн-проектирования; пониманием роли смежных дисциплин и междисциплинарных подходов к современной проектной культуре; проектным мышлением;- методами проведения комплексных дизайнерских предпроектных исследований; навыками оформления результатов исследований и предоставления их заказчику; приемами согласования с заказчиком проектных задач; навыками планирования проектной деятельности и организации проектных процессов в области дизайна объектов, среды и систем;- основами коллективного творчества, обсуждения, дискуссии, мозгового штурма; навыками работы в творческой лаборатории дизайна; принципами организации рабочего пространства и работы в творческом
--	--	---

		коллективе; принципами создания портфолио удачных эскизных проектов и разработок;
--	--	---

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов очная форма				
	Всего	в том числе			
		л	п	с. р.	конт
1	2	3	4	5	6
Тема 1. Графический дизайн как самостоятельный вид дизайна. Связь основных направлений графического дизайна с историей архитектуры XIX-XX вв.	18	8	6	4	-
Тема 2. История развития наружной рекламы.	20	8	8	4	-
Тема 3. Классификация наружной рекламы.	20	12	-	8	-
Тема 4. Способы трансляции информации методами графического дизайна.	18	4	10	4	-
Тема 5. Суперграфика в современной городской среде.	20	4	12	4	-

Тема 6. Типология открытых пространств.	12	4	4	4	-
Всего часов по I разделу	108	40	40	28	-
Тема 7. Изобразительные возможности рекламы: носители фирменного стиля, вывеска (объемные или плоские буквы) выносной элемент.	39	8	8	8	15
Тема 8. Специфика рекламы промышленных изделий. Специфика рекламы и услуг.	33	8	6	7	12
Всего часов по II разделу	72	16	14	15	27
Всего часов по I и II разделу	180	56	54	43	27

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Лекционный материал

РАЗДЕЛ 1. ДИЗАЙН НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ. (IV СЕМЕСТР)

Тема 1. Графический дизайн как самостоятельный вид дизайна. Связь основных направлений графического дизайна с историей архитектуры XIX-XX вв.

Графический дизайн как самостоятельный вид дизайна. Связь основных направлений графического дизайна с историей архитектуры XIX-XX вв. Дизайн как феномен человеческой

деятельности. Специфика графического дизайна. Сущность печатных объектов графического дизайна. Архитектурная среда и социальная коммуникация.

Литература: [1 - С. 40-45; 2- С.270-280; 3₁ – С.9-13]

Тема 2. История развития наружной рекламы

Первые образцы наружной рекламы. Реклама в античные времена. Наружная реклама в средние века. Виды объявлений в эпоху Возрождения. Развитие наружной рекламы в европейских странах и США. Развитие наружной рекламы в России.

Литература: [1 - С. 60-62; 5₁ – С.20-23; 8 – С.2-15]

Тема 3. Классификация наружной рекламы

Понятие, плюсы и минусы наружной рекламы. Формы и виды наружной рекламы. Требования к наружной рекламе. Технические аспекты производства и размещения наружной рекламы.

Литература: [1 - С. 60-62; 5₁ – С.20-23; 9 – С.2-11]

Тема 4. Способы трансляции информации методами графического дизайна

Обзор современных систем отображения информации. Информационное табло. История возникновения информационного светодиодного табло. Светодиодные табло как средства наружной рекламы. История развития индикаторов.

Литература: [1 - С. 60-62; 2- С.311-316; 5₁ – С.20-23]

Тема 5. Суперграфика в современной городской среде

История возникновения. Преимущество использования суперграфики. Городская среда с элементами суперграфики.

Литература: [1 - С. 60-62; 2- С.311-316; 5₁ – С.20-23]

Тема 6. Типология открытых пространств

Основные положения типологии форм архитектурной среды. Среда предметного обитания человека. Проектирование материальных объектов и средовых ситуаций. Принципы гармонизации пространства.

Литература: [1 - С. 60-62; 5₁ – С.20-23]

РАЗДЕЛ 2. ЭСКИЗНЫЙ ПРОЕКТ ОБЪЕКТОВ НАВИГАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ.

(V СЕМЕСТР)

Тема 7. Изобразительные возможности рекламы: носители фирменного стиля, вывеска (объемные или плоские буквы) выносной элемент.

Понятие рекламной коммуникации. Виды и особенности рекламных вывесок. Вывески с объемными буквами в рекламе. Выносной элемент. Наружная реклама с помощью штендера. Основные виды подсветки для изделий в наружной рекламе.

Литература: [1 - С. 130-135; 2- С.311-316; 5₁ – С.20-23; 11 – С.118-131]

Тема 8. Специфика рекламы промышленных изделий. Специфика рекламы и услуг.

Взаимосвязь рекламных технологий и методов проектирования рекламного продукта. Содержание, структура и форма рекламного продукта. Специфика рекламы и услуг. Специфика рекламы промышленных изделий. Специфика социальной рекламы. Баннер. Проектирование рекламного продукта как художественного элемента среды

Литература: [1 - С. 130-135; 5₂ – С.20-23; 8 – С.2-15; 10 – С.138-149]

6.2 Практические задания

РАЗДЕЛ 1. ДИЗАЙН НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ. (IV СЕМЕСТР)

Тема 1. Графический дизайн как самостоятельный вид дизайна. Связь основных направлений графического дизайна с историей архитектуры XIX-XX вв.

1. Графический дизайн как самостоятельный вид дизайна.
2. Связь основных направлений графического дизайна с историей архитектуры XIX-XX вв.
3. Дизайн как феномен человеческой деятельности.
4. Специфика графического дизайна.
5. Сущность печатных объектов графического дизайна.
6. Архитектурная среда и социальная коммуникация.

Термины: дизайн, графический дизайн, история архитектуры, специфика графического дизайна, печатные объекты, архитектурная среда, социальная коммуникация.

Литература: [1 - С. 40-45; ; 2- С.270-280; 3₁ – С.9-13]

Выполнить:

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Подготовиться к тесту по данной теме.
3. Презентацию на тему: графический дизайн в архитектуре ЛНР.

Тема 2. История развития наружной рекламы

1. Первые образцы наружной рекламы.
2. Реклама в античные времена.
3. Наружная реклама в средние века.
4. Виды объявлений в эпоху Возрождения.
5. Развитие наружной рекламы в европейских странах и США.
6. Развитие наружной рекламы в России.

Термины: реклама, наружная реклама, античная реклама, средневековье, виды объявлений, эпоха Возрождения, развитие наружной рекламы.

Литература: [1 - С. 60-62; 5₁ – С.20-23; 8 – С.2-15]

Выполнить:

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Подготовиться к тесту по данной теме.
3. Сообщение на тему: «История развития наружной рекламы, на примере реальных объектов».

Тема 3. Классификация наружной рекламы

1. Понятие, плюсы и минусы наружной рекламы.
2. Формы и виды наружной рекламы.
3. Требования к наружной рекламе.
4. Технические аспекты производства и размещения наружной рекламы.

Термины: наружная реклама, форма, вид, требования к наружной рекламе, технические аспекты, производство, размещение.

Литература: [1 - С. 60-62; 5₁ – С.20-23; 9 – С.2-11]

Выполнить:

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Подготовиться к тесту по данной теме.

Тема 4. Способы трансляции информации методами графического дизайна

1. Обзор современных систем отображения информации.
2. Информационное табло. История возникновения информационного светодиодного табло.
3. Светодиодные табло как средства наружной рекламы.
4. История развития индикаторов.

Термины: трансляция, информация, табло, информационное табло, светодиодное табло, индикатор.

Литература: [1 - С. 60-62; 2- С.311-316; 5₁ – С.20-23]

Выполнить:

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Выполнить графический дизайн информационного табло, выполненного с помощью способов трансляции информации (статичное/динамичное).

Тема 5. Суперграфика в современной городской среде

1. История возникновения.
2. Преимущество использования суперграфики.
3. Городская среда с элементами суперграфики.

Термины: суперграфика, декорировка, .

Литература: [1 - С. 60-62; 2- С.311-316; 5₁ – С.20-23]

Выполнить:

1. Разработать шесть абстрактных композиций по теме и выполнить эскиз в цвете и черно-белой графике на формате А4
2. Графическое исполнение рабочих эскизов проекта (эскизы на листе формата А4)
3. На основе реального объекта выполнить суперграфику приуроченному событию.

Тема 6. Типология открытых пространств

1. Основные положения типологии форм архитектурной среды.
2. Среда предметного обитания человека.
3. Проектирование материальных объектов и средовых ситуаций.
4. Принципы гармонизации пространства.

Термины: типология, архитектурная среда, предметная среда, проектирование, гармонизация, пространство.

Литература: [1 - С. 60-62; 5₁ – С.20-23]

Выполнить:

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Подготовиться к тесту по данной теме.

РАЗДЕЛ 2. ЭСКИЗНЫЙ ПРОЕКТ ОБЪЕКТОВ НАВИГАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ.

(V СЕМЕСТР)

Тема 7. Изобразительные возможности рекламы: носители фирменного стиля, вывеска (объемные или плоские буквы) выносной элемент

1. Понятие рекламной коммуникации.
2. Виды и особенности рекламных вывесок.
3. Вывески с объемными буквами в рекламе.
4. Выносной элемент. Наружная реклама с помощью штендера.
5. Основные виды подсветки для изделий в наружной рекламе.

Термины: коммуникация, вывеска, объемные буквы, выносной элемент, штендер, подсветка.

Литература: [[1](#) - С. 130-135; [2](#)- С.311-316; [5](#). – С.20-23; [11](#) – С.118-131]

Выполнить:

1. Разработать плоскую несветовую вывеску или объемную световую вывеску (объемные буквы), с привязкой к объекту, показать в разное время суток (день/ночь).
2. Разработать дополнительную наружную рекламу на штендере, и оформление дополнительных элементов объекта (витрина), показать в разное время суток (день/ночь).

Тема 8. Специфика рекламы промышленных изделий. Специфика рекламы и услуг.

1. Взаимосвязь рекламных технологий и методов проектирования рекламного продукта.
2. Содержание, структура и форма рекламного продукта.
3. Специфика рекламы и услуг.
4. Специфика рекламы промышленных изделий.
5. Специфика социальной рекламы. Баннер.
6. Проектирование рекламного продукта как художественного элемента среды. Ситилайт.

Термины: специфика, метод, содержание, структура, форма, баннер, серия, ситилайт.

Литература: [[1](#) - С. 130-135; [5](#). – С.20-23; [8](#) – С.2-15; [10](#) – С.138-149]

Выполнить:

1. Разработать серию рекламных баннеров (с привязкой к местности и объекту),
2. Разработать серию ситилайтов на остановках, с привязкой к объекту, показать в разное время суток (день/ночь).

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Графический дизайн в среде» является получение студентами практических навыков работы с различными графическими редакторами, умение разрабатывать и качественно выполнять композиции с помощью различных графических приемов. Применение этих навыков при создании художественного образа от авторского эскиза до оригинал-макета, что является последним связующим звеном между художником и производством.

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

- подготовку к проекту (подбор прототипов, разработка эскизов);
- утверждение графических решений;
- разработку проекта на заданную тему и в заданной форме представления;
- подготовка проекта к печати;
- пробная распечатка и печать в требуемой цветовой модели соответствующего формата.

7.1 ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ

РАЗДЕЛ 1. ДИЗАЙН НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ. (IV СЕМЕСТР)

Тема 1. Графический дизайн как самостоятельный вид дизайна. Связь основных направлений графического дизайна с историей архитектуры XIX-XX вв.

1. Графический дизайн как самостоятельный вид дизайна.
2. Связь основных направлений графического дизайна с историей архитектуры XIX-XX вв.
3. Дизайн как феномен человеческой деятельности.
4. Специфика графического дизайна.
5. Сущность печатных объектов графического дизайна.
6. Архитектурная среда и социальная коммуникация.

Термины: дизайн, графический дизайн, история архитектуры, специфика графического дизайна, печатные объекты, архитектурная среда, социальная коммуникация.

Литература: [1 - С. 40-45; ; 2- С.270-280; 3_ – С.9-13]

Выполнить:

1. Самостоятельно обработать дополнительный материал по теме и подготовить сообщение архитектурная среда и социальная коммуникация в ЛНР.
2. Подготовить презентацию на тему: графический дизайн в архитектуре ЛНР.

Тема 2. История развития наружной рекламы

1. Первые образцы наружной рекламы.
2. Реклама в античные времена.
3. Наружная реклама в средние века.
4. Виды объявлений в эпоху Возрождения.
5. Развитие наружной рекламы в европейских странах и США.
6. Развитие наружной рекламы в России.

Термины: реклама, наружная реклама, античная реклама, средневековье, виды объявлений, эпоха Возрождения, развитие наружной рекламы.

Литература: [1 - С. 60-62; 5₂ – С.20-23; 8 – С.2-15]

Выполнить:

1. Самостоятельно обработать дополнительный материал по теме.
2. Подготовить сообщение на тему: «История развития наружной рекламы, на примере реальных объектов».

Тема 3. Классификация наружной рекламы

1. Понятие, плюсы и минусы наружной рекламы.
2. Формы и виды наружной рекламы.
3. Требования к наружной рекламе.
4. Технические аспекты производства и размещения наружной рекламы.

Термины: наружная реклама, форма, вид, требования к наружной рекламе, технические аспекты, производство, размещение.

Литература: [1 - С. 60-62; 5₂ – С.20-23; 9 – С.2-11]

Выполнить:

1. Подготовиться к тесту по данной теме.
2. Самостоятельно обработать дополнительный материал по теме.

Тема 4. Способы трансляции информации методами графического дизайна

1. Обзор современных систем отображения информации.
2. Информационное табло. История возникновения информационного светодиодного табло.
3. Светодиодные табло как средства наружной рекламы.
4. История развития индикаторов.

Термины: трансляция, информация, табло, информационное табло, светодиодное табло, индикатор.

Литература: [1 - С. 60-62; 2- С.311-316; 5. – С.20-23]

Выполнить:

1. Изучить дополнительную литературу по теме.
2. Подготовить варианты графического дизайна информационного табло.

Тема 5. Суперграфика в современной городской среде

1. История возникновения.
2. Преимущество использования суперграфики.
3. Городская среда с элементами суперграфики.

Термины: суперграфика, декорировка, .

Литература: [1 - С. 60-62; 2- С.311-316; 5. – С.20-23]

Выполнить:

1. Доработать шесть абстрактных композиций по теме и выполнить эскиз в цвете и черно-белой графике на формате А4
2. Графическое исполнение рабочих эскизов проекта (каждый эскиз на листе формата А4)

Тема 6. Типология открытых пространств

1. Основные положения типологии форм архитектурной среды.
2. Среда предметного обитания человека.
3. Проектирование материальных объектов и средовых ситуаций.
4. Принципы гармонизации пространства.

Термины: типология, архитектурная среда, предметная среда, проектирование, гармонизация, пространство.

Литература: [1 - С. 60-62; 5. – С.20-23]

Выполнить:

1. Подготовится к тесту по данной теме.
2. Самостоятельно обработать дополнительный материал по теме.

РАЗДЕЛ 2. ЭСКИЗНЫЙ ПРОЕКТ ОБЪЕКТОВ НАВИГАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ.

(V СЕМЕСТР)

Тема 7. Изобразительные возможности рекламы: носители фирменного стиля, вывеска (объемные или плоские буквы) выносной элемент

1. Понятие рекламной коммуникации.
2. Виды и особенности рекламных вывесок.
3. Вывески с объемными буквами в рекламе.

4. Выносной элемент. Наружная реклама с помощью штендера.
5. Основные виды подсветки для изделий в наружной рекламе.

Термины: коммуникация, вывеска, объемные буквы, выносной элемент, штендер, подсветка.

Литература: [[1](#) - С. 130-135; [2](#)- С.311-316; [5](#) – С.20-23; [11](#) – С.118-131]

Выполнить:

1. Подготовить фотографии объекта для макетов вывески, показать в разное время суток (день/ночь).
2. Разработать эскизы для штендера и витрины.

Тема 8. Специфика рекламы промышленных изделий. Специфика рекламы и услуг.

1. Взаимосвязь рекламных технологий и методов проектирования рекламного продукта.
2. Содержание, структура и форма рекламного продукта.
3. Специфика рекламы и услуг.
4. Специфика рекламы промышленных изделий.
5. Специфика социальной рекламы. Баннер.
6. Проектирование рекламного продукта как художественного элемента среды. Ситилайт.

Термины: специфика, метод, содержание, структура, форма, баннер, серия, ситилайт.

Литература: [[1](#) - С. 130-135; [5](#) – С.20-23; [8](#) – С.2-15; [10](#) – С.138-149]

Выполнить:

1. Подготовить фотографии объекты для макетов серии рекламных баннеров.
2. Подготовить фотографии объекты для макетов серии ситилайтов на остановках.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТА

8.1 ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Дайте объяснение термину наружная реклама? Сделайте комментарий к ответу.

А – это все виды коммуникаций, размещаемых внутри зданий, на отдельно стоящих и монтируемых рекламных конструкциях

Б – это все виды рекламных средств, размещаемых внутри зданий, на отдельно стоящих и монтируемых рекламных конструкциях

В – это все виды рекламных средств, размещаемых снаружи зданий, на отдельно стоящих и монтируемых рекламных конструкциях

Г – это все виды коммуникаций, размещаемых снаружи зданий, на отдельно стоящих и монтируемых рекламных конструкциях

2. Какой вид рекламы не относится к наружной рекламе? Сделайте комментарий к ответу.

А – вывеска

Б – указатель

В – оформление витрины

Г – баннер

3. Как называется табло позволяющее демонстрировать большой объем текстовой информации на малой площади, используя для этого перемещение текста выбранной скорости? Сделайте комментарий к ответу.

А – «Дрожащая строка»

Б – «Летящая строка»

В – «Гибкая строка»

Г – «Бегущая строка»

4. Как называется система визуальной передачи информации населению, потребителям продукции или услуги? Сделайте комментарий к ответу.

А – суперграфика

Б – информационное табло

В – рекламный щит

Г – промышленный альпинизм

5. Как можно классифицировать светодиодное табло? Сделайте комментарий к ответу.

- А – по той информации, которую они транслируют, без применения этих конструкций
 Б – по той информации, которую они транслируют, а также по области применения этих конструкций
 В – по той информации, которую они не транслируют, а также по области применения этих конструкций
 Г – по той информации, которую они не транслируют, без области применения этих конструкций

6. Сопоставить термин и определение:

- 1 Система визуальной передачи информации населению, потребителям продукции или услуги
 - 2 Разновидность прикладной графики, которая представляет собой абстрактные или сюжетные композиции
 - 3 Вид наружной рекламы, представляющий собой освещенный рекламный щит небольшого или среднего размера
 - 4 Односторонние или двусторонние световые короба, крепящиеся перпендикулярно к стационарному объекту
- а) Панель-кронштейн
 б) Информационное табло
 в) Суперграфика
 г) Ситилайт

7. Проведите правильное соответствие понятию и его расшифровке:

- 1 Первый образец наружной рекламы
 - 2 Древнейшее объявление, высеченное на камне было в
 - 3 Люди, которые громко выкрикивали объявления на улицах античных городов
 - 4 Вид рекламы, который был задействован только в высших слоях античного общества
- а) Мемфис
 б) Таблички из воска
 в) Египетский папирус
 г) Глашатай

8. Сопоставьте виды освещения к объектам освещения

- 1 За счет чего осуществляется боковое естественное освещение
- 2 Освещение с помощью отражателя лучей в форме вогнутой полированной поверхности называется

3 средства искусственного увеличения видимости на улице в темное время суток

4 Специальные лампы применяются для освещения

- а) дорожных знаков, номеров домов, наружной рекламы
- б) оконные проемы
- в) освещение с рефлектором
- г) Уличное освещение

9. Сопоставьте элементы рекламной вывески с их описаниями.

- 1. Шрифт
- 2. Цвет
- 3. Логотип
- 4. Слоган

- а) основной графический элемент, который представляет бренд.
- б) краткое и запоминающееся выражение, передающее основное сообщение.
- в) используется для привлечения внимания и создания настроения.
- г) текстовый элемент, который должен быть легко читаемым и соответствовать стилю бренда.

10. Обозначьте порядок следования элементов рекламной вывески:

- А – цвет
- Б – изображение
- В – шрифт
- Г – слоган

11. Обозначьте порядок следования элементов рекламной вывески наиболее эффективен для привлечения внимания?

- А – Логотип → Изображение → Слоган → Шрифт → Цвет
- Б – Цвет → Изображение → Логотип → Слоган → Шрифт
- В – Изображение → Цвет → Логотип → Слоган → Шрифт
- Г – Слоган → Логотип → Шрифт → Цвет → Изображение

12. Напишите последовательность разработки вывески для магазина слева направо:

- А – определить гарнитуру текста
- Б – изучить объект
- В – определить размер объекта

Г – определить цветовую гамму

13. Установите последовательность вывесок от самой дорогой, к самой экономичной

- А – плоская не световая вывеска
- Б – вывеска с объемными буквами
- В – объемная световая вывеска
- Г – плоская световая вывеска

14. Запишите соответствующую последовательность слева направо субъектов в изготовлении крышных конструкций

- А – рекламодатель
- Б – промышленный альпинист
- В – менеджер
- Г – дизайнер

15. Определите последовательность какой из следующих форматов наружной рекламы наиболее эффективен для привлечения внимания на оживленной улице?

- А – биллборд
- Б – светодиодный экран
- В – флаеры, раздаваемые прохожим
- Г – штендер

16. Определите, какие утверждения верны для вывески:

- А – указан юридический адрес; нестандартная конфигурация или размеры; смонтирована на кровле или за пределами строения; нанесены данные о превосходстве (торговой марки или бренде);
- Б – это элемент фасада, на котором могут размещаться сведения с названием компании, рабочими часами и профилем организации
- В – конструкция, состоящая из металлической рамы и основы, на которую наносится рекламная информация. В часы работы заведения он выносится и устанавливается в непосредственной близости от компании-рекламодателя
- Г – по технологии производства бывают не световые, объемные, световые, неоновые, светодиодные

17. Для чего применяется суперграфика?

- А – с целью оцифровывания фотографий и сканов
- Б – для создания иллюстраций, иконок, логотипов и технических чертежей

В – с целью повышения эстетического уровня городской среды

Г – закладывается как художественно-декоративное средство в процессе архитектурного проектирования

18. Что такое рекламный штендер?

А – социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения

Б – выносная конструкция, состоящая из металлической рамы и основы, на которую наносится рекламная информация

В – уведомление о скидках, специальных предложений, акций

Г – В часы работы заведения он выносится и устанавливается в непосредственной близости от компании-рекламодателя

19. Определите какой термин коммуникации не верен

А – социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств

Б – это процесс обмена информацией между отправителем (обычно компанией) и получателем (потенциальным или имеющимся клиентом) с целью информирования, убеждения, напоминания или формирования определённого отношения к продукту, услуге или компании в целом.

В – информация, направленная на потребителя с целью привлечения внимания, побуждения приобрести определённые товары или услуги, а также содействовать популярности какой-либо организации, политического или общественного деятеля.

Г – способ передачи информации о продукте, услуге или бренде с целью привлечения внимания, информирования и побуждения к действию.

20. Наиболее распространенной формой существования городских пространств являются

А – нестабильные экстерьеры

Б – длительность становления и эксплуатация городских пространственных форм их классификация и разновидности

В – так называемые стабильные интерьеры, в которых процесс формообразования завершён до последних деталей, например, в центральных районах исторических городов

Г – так называемые нестабильные интерьеры, в которых процесс формообразования не завершён до последних деталей

21. Основными функциями социальной коммуникации являются?

22. Перечислите виды подсветки для изделий в наружной рекламе?

23. Для чего обычно применяется комбинированная вывеска?
24. Назовите виды штендеров?
25. Какое еще существует название у штендеров-досок?
26. Как называется технология выполнения работ на высоте, которая применяется для установки наружной рекламы?
27. Дайте определение термину экстендер?

8.2 ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

Экзаменационная оценка выставляется по результату выполнения практической и самостоятельной работы в течении семестра по разделу «Эскизный проект объектов навигационной системы в городской среде».

1. Разработать плоскую несветовую вывеску или объемную световую вывеску (объемные буквы), с привязкой к объекту, показать в разное время суток (день/ночь).
2. Разработать дополнительную наружную рекламу на штендере, и оформление дополнительных элементов объекта (витрина)
3. Разработать серию рекламных баннеров (с привязкой к местности и объекту),
4. Разработать серию ситилайтов на остановках, с привязкой к объекту,

Распечатать выполненные задания оформленные в едином стиле на формате А2 и защитить свою творческую работу.

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения профессиональной информации;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин), реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «Графический дизайн в среде» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, освоения материала с помощью практических работ, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно 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.

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

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
	Критерии оценивания тестовых заданий
отлично (5)	Студент ответил на 85-100% вопросов.
хорошо (4)	Студент ответил на 84-55% вопросов.
удовлетворительно (3)	Студент ответил на 54-30% вопросов.
неудовлетворительно (2)	Студент ответил на 0-29% вопросов.
	Критерии оценивания ответа на экзамене
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом, осознание важности теоретических знаний в его профессиональной подготовке; способность использовать свои знания при выполнении различных практических (творческих) задач в графических редакторах
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. Полные знания теоретического материала по вопросам, включенным в курс, умение оперировать необходимыми понятиями и их определениями на аналитическом уровне; достаточный уровень овладения методами научного познания, умение работать в графических редакторах
удовлетворительно (3)	Студент знает только достаточные теоретические знания из предлагаемых вопросов на уровне репродуктивного воспроизведения, использование знаний при решении профессиональных задач, умение работать в графических редакторах
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала, поверхностные знания по теории, ошибки в определении понятий, не умение работать в графических редакторах, трудности в практическом применении знаний в конкретных ситуациях.

11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Дизайн цвета. Практикум. Практическое руководство по применению цвета в графическом дизайне / Т. Ли Стоун, С. Адамс, Н.Мориока. — М. : Рип-холдинг, 2006. — 240 с. — 5-900045-99-4
2. Лесняк В. Графический дизайн (основы профессии) / В. Лесняк. — [б. м.] : Index Market, 2011. — 415 с.
3. Дизайн: история, современность, перспективы : учеб. пособие / под ред. И. В. Голубятникова. — М. : Мир энциклопедий Аванта+, 2011. — 224 с. : ил. — 978-5-98986-462-1. Академия, Худ. отд.
4. Сержантова И. А. Основы композиции : "Цвет и форма. Соответствие и несоответствие" : метод. рекомендации. — Луганськ : ЛГИКИ, 2012. — 28 с. — Академия
5. Сержантова И. А. Основы композиции : учеб. пособ. для студентов высш. учеб. заведений культуры и искусства. — Луганск : ФЛП Михненко О.В., 2017. — 318 с.: нот. — 978-966-2005-08-0. Академия, Худ. отд.
6. Григорян Е. А. Основы композиции в прикладной графике : учеб.-метод. пособие для студентов и учащихся высших и средних спец. учеб. заведений. — Ереван : [б. и.], 1986. — 32 с.
7. Даглдиян К. Т. Декоративная композиция : учеб. пособие / К. Т. Даглдиян. — 2-е изд., перераб. и доп. — Ростов н/Д : Феникс, 2010. — 312 с. : ил.
8. Аренс В. Ф. Современная реклама. — [б. м.] : [б. и.]. — 181 с. — Только эл. версия Шифр: 65.291.34
9. Бердышев С. Н. Эффективная наружная реклама. — М. : Дашков И Ко, 2010. — 75 с. — Только эл. Версия
10. Голуб О. Ю. Социальная реклама : Учеб. пособ. — М. : Дашков и Ко, 2011. — 180 с. — 978-5-394-00965-5. Академия Шифр: 60.524.224
11. Дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — М. : ДМК Пресс, 2006. — 272 с. : ил. — Самоучитель. — 5-94074-299-8. Только эл. версия Шифр: 32.973.2+65.291.34+85.15
12. Реклама в социокультурном пространстве : учеб. пособие для студентов образовательных организаций высшего образования / Е. А. Лобовикова, Е. А. Заможных. — Луганск : ЛГАКИ им. М. Матусовского, 2022. — 298 с. — Только эл. версия Шифр: 60.842.6
13. Лобовикова Е. А. Реклама как феномен культуры : дихтомия "элитарное-массовое" // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации : материалы Шестой Международной науч.-практ. конф. — 13-14 сентября 2018 г. — В 2-х ч. — Ч. 1. — С. 240-245. — Только эл. Версия Шифр: 65.291.34
14. Шарков Ф. И. Реклама в коммуникационном процессе : учебник. — 2-е изд. — М. : Дашков и К, 2009. — 347 с. — 978-5-394-00419-3. Только эл. версия Шифр: 65.291.34

15. Русский графический дизайн : 1880-1917 / авт. Е. Черневич ; сост. : М. Аникст, Н. Бабурина. — М. : Внешсигма, 1997. — 158 с. : ил. — 5-8629-19-73. Только эл. Версия Шифр: 85.15+37.8

Дополнительная литература

1. Промышленный дизайн [Электронный ресурс]: учебник/ М.С. Кухта [и др.]. — Электрон. Текстовые данные. — Томск: Томский политехнический университет, 2013. — 311 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34704>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю

2. Халиуллина О.Р. Проектная графика [Электронный ресурс] : методические указания к практическим занятиям / О.Р. Халиуллина, Г.А. Найданов. — Электрон. Текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 24 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21651.html>

3. Хворостов, Д. А. 3D Studio Max + VRay. Проектирование дизайна среды [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д.А. Хворостов., - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 272 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

4. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 400 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

12. 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)..

Для самостоятельной работы студенты используют литературу читального зала библиотеки Академии Матусовского, имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии, а также возможность использования компьютерной техники, оснащенной необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно-правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть Интернет.