**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* -2021

Луганск 2023

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 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 (Академии Матусовского)

Протокол № 8 от 14.03.2023 г.

Зав. кафедрой О.А. Толокнова

1. **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Дисциплина «Графический дизайн в среде» входит в часть дисциплин ООП ФГОС 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.

1. **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.
1. **МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО**

Курс входит в блок обязательных дисциплин, по подготовке студентов 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.*

1. **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 | Индикаторы | Реузультат 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 | ОПК-4.1 Проектирует и моделирует графические объекты, интегрированные в предметно-пространственную среду, которые учитывают контекст окружающей среды и функциональные требования и органично вписываются в архитектурно-пространственную среду, усиливая её эстетические и коммуникативные качества. | **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, фестивалях; презентациях, инсталляциях и прочих инновационных мероприятиях; определять актуальные требования к современным конкурсным фестивальным, выставочным работам;**Владеть:**- организаторскими навыками командной работы для осуществленияпрофессиональной и творческой деятельности, участия в выставках, конкурсах, фестивалях, презентациях, инсталляциях и других мероприятиях; навыками проявления творческой инициативы для развития индивидуальной и коллективной профессиональной карьеры; |

**Профессиональные компетенции (ПК):**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № компетенции | Содержание компетенции | Индикаторы | Результаты обучения  |
| 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. | ПК-3.4. Применяет компьютерные программы для проектирования графических элементов, интегрированных в предметно-пространственную среду. | **Знать:**- основы проектной культуры дизайна, концептуальные основы дизайна по областям; виды современных продуктов дизайна, их назначение, функциональные свойства, особенности технологий их дизайн-проектирования; роль и место 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;**Уметь:**- 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;**Владеть:**- 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;  |

1. **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** |

1. **СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**
	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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 40-45; : [2](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)- С.270-280; [3.](http://library.lgaki.info:404/2021/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD_%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F.pdf) – 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23; [8](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%90%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%81_%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf) – 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23; [9](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%B4%D1%8B%D1%88%D0%B5%D0%B2%20%D0%A1.%20%D0%9D_%D0%AD%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F.pdf) – 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [2](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)- С.311-316; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23]

**Тема 5. Суперграфика в современной городской среде**

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

*Литература:* [[1](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [2](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)- С.311-316; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 130-135; [2](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)- С.311-316; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23; [11](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%9A%D1%83%D1%80%D1%83%D1%88%D0%B8%D0%BD%20%D0%92_%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D0%B8%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf) – 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 130-135; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23; [8](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%90%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%81_%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf) – С.2-15; [10](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%93%D0%BE%D0%BB%D1%83%D0%B1%20%D0%AE_%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F.pdf) – С.138-149]

* 1. **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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 40-45; : [2](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)- С.270-280; [3.](http://library.lgaki.info:404/2021/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD_%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F.pdf) – С.9-13]

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Подготовится 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23; [8](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%90%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%81_%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf) – С.2-15]

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Подготовится 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23; [9](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%B4%D1%8B%D1%88%D0%B5%D0%B2%20%D0%A1.%20%D0%9D_%D0%AD%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F.pdf) – С.2-11]

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Подготовится 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [2](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)- С.311-316; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – 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**

# История возникновения.

# Преимущество использования суперграфики.

# Городская среда с элементами суперграфики.

*Термины:* суперграфика, декорировка, .

*Литература:* [[1](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [2](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)- С.311-316; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – 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 сперграфику 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23]

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Подготовится 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, шдендер, подсветка.

*Литература:* [[1](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 130-135; [2](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)- С.311-316; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23; [11](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%9A%D1%83%D1%80%D1%83%D1%88%D0%B8%D0%BD%20%D0%92_%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D0%B8%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf) – 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 130-135; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23; [8](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%90%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%81_%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf) – С.2-15; [10](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%93%D0%BE%D0%BB%D1%83%D0%B1%20%D0%AE_%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F.pdf) – 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).
3. **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.
	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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 40-45; : [2](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)- С.270-280; [3.](http://library.lgaki.info:404/2021/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD_%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F.pdf) – 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23; [8](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%90%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%81_%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf) – 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23; [9](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%B4%D1%8B%D1%88%D0%B5%D0%B2%20%D0%A1.%20%D0%9D_%D0%AD%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F.pdf) – С.2-11]

*Выполнить:*

1. Подготовится 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [2](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)- С.311-316; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23]

*Выполнить:*

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

**Тема 5. Суперграфика в современной городской среде**

# История возникновения.

# Преимущество использования суперграфики.

# Городская среда с элементами суперграфики.

*Термины:* суперграфика, декорировка, .

*Литература:* [[1](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [2](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)- С.311-316; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 60-62; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – 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, шдендер, подсветка.

*Литература:* [[1](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 130-135; [2](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA_%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf)- С.311-316; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23; [11](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%9A%D1%83%D1%80%D1%83%D1%88%D0%B8%D0%BD%20%D0%92_%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D0%B8%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf) – 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](http://library.lgaki.info:404/2019/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BC.pdf) - С. 130-135; [5.](http://library.lgaki.info:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf) – С.20-23; [8](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%90%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%81_%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.pdf) – С.2-15; [10](http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%93%D0%BE%D0%BB%D1%83%D0%B1%20%D0%AE_%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F.pdf) – С.138-149]

*Выполнить:*

1. Подготовить фотографии объектоы для макетов серии рекламных баннеров.
2. Подготовить фотографии объектоы 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

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

А – вывеска

Б – указатель

В – оформление витрины

Г – баннер

1. **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»

1. **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

1. **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

1. **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

1. **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

1. **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

1. **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.

1. **Обозначьте порядок следования элементов рекламной вывески:**

А – цвет

Б – изображение

В – шрифт

Г – слоган

1. **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

1. **Напишите последовательность разработки вывески для магазина слева направо:**

А – определить гарнитуру текста

Б – изучить объект

В – определить размер объекта

Г – определить цветовую гамму

1. **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

1. **Запишите соответствующую последовательность слева направо субъектов в изготовлении крышных конструкций**

А – рекламодатель

Б – промышленный альпинист

В – менеджер

Г – дизайнер

1. **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

1. **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

1. **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

1. **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

1. **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.**

1. **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 завершен до последних деталей, например, в центральных районах исторических городов

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

1. **Основными функциями социальной коммуникации являются?**
2. **Перечислите виды подсветки для изделий в наружной рекламе?**
3. **Для чего обычно применяется комбинированная вывеска?**
4. **Назовите виды штендеров?**
5. **Какое еще существует название у штендеров-досок?**
6. **Как называется технология выполнения работ на высоте, которая применяется для установки наружной рекламы?**
7. **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 IT – 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.](http://library.lgaki.info:404/85.15%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%BA%20%D0%92.%20%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD.PDF)
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](http://195.39.248.242:404/2017/%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%A6%D0%B2%D0%B5%D1%82%20%D0%B8%20%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0.pdf)
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](http://195.39.248.242:404/2017/%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%98_%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B.pdf).
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.](http://195.39.248.242:404/85.1%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20-%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%BD.pdf)
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.](http://195.39.248.242:404/85.12%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%D0%94%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/%D0%94%D0%B0%D0%B3%D0%BB%D0%B4%D0%B8%D1%8F%D0%BD%20%D0%9A.%20%D0%94%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf)
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 c. — 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 c. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21651.html
3. Хворостов, Д. А. 3D Studio Max + VRay. Проектирование дизайна сре-ды [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.