

**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*

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.

## 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 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.*

### 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	Индикаторы	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	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.	<b>Знать:</b> - 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; <b>Уметь:</b> - вести деловые переговоры, использовать стратегию сотрудничества в работе профессиональной команды при разработке и

			<p>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;</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- 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	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	ПК-3.1. Применяет компьютерные программы для проектирования графических элементов, интегрированных в предметно-пространственную среду.	<p><b>Знать:</b></p> <p>- 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;</p> <p>- методы проведения комплексных дизайнерских</p>

	коммуникации.	<p>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><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории;</li> <li>- использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации;</li> <li>- учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов;</li> </ul> <p>обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений;</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проектной культурой дизайна; основными методами дизайн-проектирования; пониманием роли смежных дисциплин и междисциплинарных подходов к современной проектной культуре;</li> <li>проектным мышлением;</li> <li>- методами проведения</li> </ul>
--	---------------	--

			<p>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;</p> <p>- 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;</p>
--	--	--	--

## 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
<b>РАЗДЕЛ 1. ДИЗАЙН НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ.</b>					
<b>Тема 1.</b> Графический дизайн как самостоятельный вид дизайна. Связь основных направлений графического дизайна с историей архитектуры XIX-XX вв.	12	4	4	4	-
<b>Тема 2.</b> История развития наружной рекламы.	16	8	4	4	-
<b>Тема 3.</b> Классификация наружной рекламы.	16	8	-	8	-
<b>Тема 4.</b> Способы трансляции информации методами графического дизайна.	20	4	12	4	-
<b>Тема 5.</b> Суперграфика в современной городской среде.	32	8	20	4	-
<b>Тема 6.</b> Типология открытых пространств.	12	8	-	4	-
<b>Всего часов по I разделу</b>	<b>108</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>28</b>	<b>-</b>
<b>РАЗДЕЛ 2. ЭСКИЗНЫЙ ПРОЕКТ ОБЪЕКТОВ НАВИГАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ.</b>					
<b>Тема 7.</b> Изобразительные возможности рекламы: носители фирменного стиля, вывеска (объемные или плоские буквы) выносной элемент.	39	8	8	8	15
<b>Тема 8.</b> Специфика рекламы промышленных изделий. Специфика рекламы и услуг.	33	8	6	7	12
<b>Всего часов по II разделу</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>27</b>
<b>Всего часов по I и II разделу</b>	<b>180</b>	<b>56</b>	<b>54</b>	<b>43</b>	<b>27</b>

## 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; 3. – 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; 5. – 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; 5. – 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; 5. – 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; 5. – 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; 5. – 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; 5. – 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; 5. – 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; 3. – 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; 5<sub>1</sub> – 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; 5<sub>1</sub> – 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; 5<sub>1</sub> – 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; 5. – 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.

## **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; [5](#) – 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; [5](#) – 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. Подготовиться 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

#### Задание 1.

*Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Как называется графическая, текстовая, либо иная информация рекламного характера, которая размещается на специальных временных или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, также на внешних поверхностях зданий, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих, а также на автозаправочных станциях (АЗС).

- А - интерьерная реклама
- Б - коммуникация
- В - наружная реклама
- Г - промышленный альпинизм

#### Задание 2.

*Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Что из перечисленного можно охарактеризовать как разновидность прикладной графики, которая представляет собой абстрактные или сюжетные композиции, преобразующее объемно-пространственный объект (здание или поверхность), роспись стены или брендмауэра во всю высоту фасада.

- А - суперграфика
- Б - информационное табло
- В - рекламный щит
- Г - промышленный альпинизм

#### Задание 3.

*Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Как называется информационная конструкция на внешней поверхности здания, на которой указана основная информация о компании или ИП.

- А - вывеска
- Б - панель-кронштейн
- В - биллборд
- Г - ситилайт

#### Задание 4.

*Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

В каком году было основано первое рекламное агентство в мире, которое предлагало услуги по размещению рекламы в газетах.

- А – 1801

Б – 1812

В – 1841

Г – 1861

**Задание 5.**

*Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа*

Что из перечисленного можно охарактеризовать как разновидность светодиодного видеозащита специальной конструкции предназначенного для размещения на фасадах здания.

А – брандмауэр

Б – информационное табло

В – призматрон

Г – медиафасад

**Задание 6.**

*Прочитайте текст и обозначьте последовательность разработки вывески для магазина слева направо.*

Вывеска выполняет информационную функцию, и является самым популярным видом наружной рекламы.

А – определить гарнитуру текста

Б – изучить объект

В – определить размер объекта

Г – определить цветовую гамму

**Задание 7.**

*Прочитайте текст и обозначьте последовательность развития наружной рекламы слева направо.*

Наружная реклама выдерживает испытание временем благодаря адаптационным способностям и постоянным инновациям.

А – изобретение литографии, тогда же возникает идея иллюстрированного рекламного плаката

Б – появилось первое рекламное объявление - надпись на двери одной из церквей Лондона о продаже молитвенника

В – появилась фотография, ставшая дополнением к рекламным текстам

Г – создан способ книгопечатания подвижными литерами. Вскоре и появилась первая в современном понимании реклама - листовка

**Задание 8.**

*Прочитайте текст и обозначьте последовательность слева направо.*

Какой из следующих форматов наружной рекламы наиболее эффективен для привлечения внимания на оживленной улице.

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

**Задание 9.**

*Прочитайте текст и обозначьте последовательность слева направо.*

Одной из самых дорогих и престижных в последнее время становится наружная реклама, выполненная из металлических объёмных букв. Это как определённый атрибут успеха компании или заведения. Вывески из нержавеющей стали придают магазину или офису престижный и презентабельный вид. Использовать их можно как наружные вывески с подсветкой, так и как интерьерный элемент. Установите последовательность вывесок от самой дорогой, к самой экономичной

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

**Задание 10.**

*Прочитайте текст и обозначьте последовательность слева направо.*

Вывеска выполняет информационную функцию, и является самым популярным видом наружной рекламы. Какие этапы разработки включает вывеска для магазина?

- А - Выбор материалов
- Б - Установка вывески
- В - Подготовка дизайна
- Г - Выбор места размещения
- Д - Определение размера вывески
- Е - Производство вывески

**Задание 11.**

*Прочитайте текст и установите соответствие.*

Проведите правильное соответствие даты и событию, которое значительно повлияло на развитие наружной рекламы.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Дата		Событие	
А	1450	1	Появилась фотография, ставшая дополнением к рекламным текстам
Б	1472	2	Создан способ книгопечатания подвижными

			литерами. Вскоре и появилась первая в современном понимании реклама - листовка
В	1796	3	Появилось первое печатное рекламное объявление в Европе - надпись на двери одной из церквей Лондона о продаже молитвенника
Г	1839	4	Изобретение литографии, тогда же возникает идея иллюстрированного рекламного плаката

**Задание 12.**

*Прочитайте текст и установите соответствие.*

История наружной рекламы уходит в древность. Первоначально рекламные объявления использовались в простых формах, таких как надписи на каменных плитах или нарисованные изображения. Проведите правильное соответствие понятию и его расшифровке.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Расшифровка		Понятие	
А	Первый образец наружной рекламы	1	Мемфис
Б	Древнейшее объявление, высеченное на камне	2	Таблички из воска
В	Люди, которые громко выкрикивали объявления на улицах античных городов	3	Египетский папирус
Г	Вид рекламы, который был задействован только в высших слоях античного общества	4	Глашатай

**Задание 13.**

*Прочитайте текст и установите соответствие.*

Все виды наружной рекламы различаются между собой по конструкции, назначению и стоимостью размещения. Каждый из них можно рассмотреть отдельно, чтобы понять, какими особенностями они обладают. Установите соответствие термина к их определению.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Термин		Определение	
А	Панель-кронштейн	1	Универсальный информационный носитель, который изготавливается на основе светодиодного табло
Б	Информационное табло	2	Разновидность прикладной графики, которая представляет собой абстрактные или сюжетные композиции
В	Суперграфика	3	Вид наружной рекламы, представляющий собой освещенный рекламный щит

			небольшого или среднего размера
Г	Ситилайт	4	Односторонние или двусторонние световые короба, крепящиеся перпендикулярно к стационарному объекту
		5	все виды коммуникаций, размещаемых снаружи зданий, на отдельно стоящих и монтируемых рекламных конструкциях

**Задание 14.**

*Прочитайте текст и установите соответствие.*

Основной характеристикой наружной рекламы является видимость, поэтому для нее ведущую роль играют креативные элементы исполнения. Демонстрация идеи должна удивлять и привлекать внимание целевой аудитории, а этот результат достижим только при условии большой ответственности и четкости выполнения задачи командой разработчиков фирменного стиля компании. Установите соответствие элементов рекламной вывески с их описаниями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Описание		Термин	
А	Шрифт	1	Лаконичная, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения.
Б	Цвет	2	Визуальный символ компании или бренда, по которому их можно безошибочно опознать
В	Логотип	3	Графический рисунок начертаний букв и знаков, составляющих единую стилистическую и композиционную систему, набор символов определённого размера и рисунка.
Г	Слоган	4	Свойство материальных объектов излучать и отражать световые волны определенной части спектра.

**Задание 15.**

*Прочитайте текст и установите соответствие.*

Существует множество вариантов рекламных вывесок, которые различаются материалами и способом изготовления. Сопоставьте виды рекламных вывесок к их расшифровке.

Вид		Расшифровка	
А	Электронные вывески	1	Этот вид конструкций отличается особой атмосферой и эстетикой. Неон используется для создания ярких, нестандартных форм

Б	Неоновые вывески	2	Массивные конструкции размещают на крышах зданий, чтобы привлечь внимание на большом расстоянии
В	Лайтбоксы	3	Используют цифровые технологии для отображения информации. Могут быть программируемыми и изменять содержимое в зависимости от времени суток или текущих акций.
Г	Крышные установки	4	Световые короба с внутренней подсветкой. Конструкция позволяет привлекать внимание как днём, так и ночью

**Задание 16.**

*Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.*

Перечислите виды подсветки для изделий в наружной рекламе.

**Задание 17.**

*Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ*

Экстендер в наружной рекламе выходит за рамки в прямом и переносном смысле: прием увеличивает площадь поверхности щита и делает конструкцию уникальной. Она выделяется среди конкурентов. Взгляд человека невольно «цепляется» за такой билборд из-за его непривычной формы. Дайте определение термину экстендер.

**Задание 18.**

*Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ*

Как называется табло позволяющее демонстрировать большой объем текстовой информации на малой площади, используя для этого перемещение текста выбранной скорости? Назовите области применения.

**Задание 19.**

*Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ*

Что такое рекламный штендер? Назовите виды штендеров.

**Задание 20.**

*Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ*

Информационное табло применяется для демонстрации различного контента. Это могут быть фотографии и слайд-шоу, видеоматериалы и каналы ТВ, новости бегущей строкой, виджеты с котировками валют, прогнозом погоды, ситуацией на дорогах и другими актуальными данными. Дайте определение термину «Информационное табло».

## 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
	<b>Критерии оценивания тестовых заданий</b>

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.
	<b>Критерии оценивания ответа на экзамене</b>
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. Арнс 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

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](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.