

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

 В.Н.Шимов

« 30 » 06 2017 г.

Регистрационный № УД 3231-17/уч.

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность»

СОСТАВИТЕЛЬ:

Синявская О.А., доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Лукашевич М.М., доцент кафедры электронных вычислительных машин учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат технических наук;

Булова А.Д., доцент кафедры экономической информатики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор технических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 14 от «31» 05. 2017);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от «21» 06. 2017).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель преподавания учебной дисциплины «Графический дизайн» – ознакомление студентов с основами графического дизайна, освоение рабочего инструментария, развитие навыков по работе с цветом, формой, пространством и дизайн-композицией с использованием алгоритмов и методов компьютерной графики в области создания рекламного продукта и его элементов.

Задачи учебной дисциплины «Графический дизайн»:

– формирование представления о структуре программного обеспечения и реализации алгоритмов компьютерной графики, особенностях восприятия растровых и векторных изображений;

– развитие навыков по работе с цветом, формой и дизайн-композицией;

– изучение особенностей использования алгоритмов и методов компьютерной графики при проектировании рекламы.

Выпускник должен обладать следующими академическими компетенциями, быть способным:

– АК-2. Владеть инструментарием системного, сравнительного и функционально-стоимостного анализа.

– АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

– АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

– АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.

– АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

Выпускник должен обладать следующими социально-личностными компетенциями, быть способным:

– СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.

– СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

– СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями, быть способным:

– ПК-2. Организовывать работу малых коллективов для достижения поставленных целей.

– ПК-4. Анализировать и оценивать собранные данные.

– ПК-6. Готовить доклады, материалы к презентациям.

– ПК-7. Пользоваться глобальными информационными ресурсами.

– ПК-8. Владеть современными средствами коммуникаций.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны:

знать:

– основы графического дизайна;

– основы построения и анализа изображений;

– основы композиции, пропорции и перспективы;

– особенности восприятия изображений;

- системы кодирования и операции над цветом изображения;
- классификацию шрифтов;
- методы и формы визуального представления информации в рекламе;
- технологии и программные пакеты компьютерной графики;

уметь:

- анализировать графические образы;
- создавать элементы систем знаков (информационных, коммуникационных, предупреждающих);
- создавать шрифтовые композиции;
- создавать элементы фирменного стиля;
- работать в графическом редакторе;

иметь навыки:

- использования алгоритмов и методов компьютерной графики при проектировании рекламы;
- работы с цветом, формой и дизайн-композицией при создании рекламных продуктов.

Учебная дисциплина «Графический дизайн» тесно связана с учебной дисциплиной «Компьютерные информационные технологии», расширяет и дополняет ее в части технологий компьютерной графики.

Учебная дисциплина «Графический дизайн» занимает важное место в системе подготовки специалистов по рекламе, формируя у студентов культуру восприятия предметного мира, образно-пространственное и абстрактное мышление, позволяющее интерпретировать абстрактную информацию в визуальные образы, что необходимо в их дальнейшей профессионально деятельности. Ведь менеджеры по рекламе, это, прежде всего, специалисты, которые владеют технологиями работы с психологией целевых аудиторий. Их задача продумать концепцию подачи рекламы, или концепцию создания имиджа, или разработать тот уникальный креатив, который будет привлекателен для целевых аудиторий.

Самостоятельная работа предполагает изучение теоретического материала на основе списка источников, приведенного в данной программе, а также подготовку к лабораторным работам и практическим занятиям.

Всего часов по учебной дисциплине – 104, из них:

- на дневной форме обучения всего часов аудиторных – 52, в том числе 26 часов – лекции, 16 часов – лабораторные занятия, 10 часов – практические занятия;

- на заочной форме обучения (полный срок обучения) всего часов аудиторных – 14, в том числе 6 часов – лекции, 6 часов – лабораторные занятия, 2 часа – практические занятия;

- на заочной форме обучения (сокращенный срок обучения) всего часов аудиторных – 12, в том числе 6 часов – лекции, 4 часа – лабораторные занятия, 2 часа – практические занятия.

Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

Роль, место и задачи курса в комплексе специальных дисциплин в подготовке специалиста по рекламе. Графический дизайн как визуальная составляющая имиджа компании.

Зрительное восприятие формы и пространства. Последовательность. Избирательность. Реакция на движение. Запоминаемость. Целостность восприятия. Константность. Соотносительность. Иллюзорность при восприятии графики. Перспектива. Тени. Ассоциативность и образность. Выразительность графических объектов.

Тема 2. ОСНОВЫ КОМПОЗИЦИИ

Виды композиции (фронтальная, объемная, пространственная). Принципы построения композиции. Средства выразительности композиции. Типы композиции (сюжетно-изобразительная, декоративно-тематическая, предметных форм, формальная). Связи и отношения между элементами формальной композиции. Статичная и динамичная формальная композиция.

Тема 3. ЦВЕТОВЕДЕНИЕ (КОЛОРИСТИКА)

Природа цвета. Колориметрические круги. Пространственная цветовая модель Оствальда. Цветовые контрасты. Передача глубины цвета пространством. Влияние освещения на цвет. Эмоциональное воздействие цвета. Психологическое восприятие отдельных цветов и их сочетаний. Компьютерные цветовые модели.

Тема 4. ШРИФТЫ

Шрифт как объект графического дизайна. Краткая история шрифтов. Классификация шрифтов. Основные элементы построения букв. Начертание. Компьютерные технологии создания шрифтов. Создание эффективных публикаций. Выбор шрифта для текстового документа. Основные элементы публикации. Форма печатного документа. Модульная сетка. Шрифт в рекламных композициях. Создание публикаций рекламного характера, композиция текста и изображения.

Тема 5. СОВРЕМЕННЫЙ РЕКЛАМНЫЙ ДИЗАЙН

Визуальные средства рекламы. Фирменный стиль. Товарный знак. Логотип. Принципы создания логотипов. Композиция фирменного знака. Знак-индекс как частный случай формальной композиции. Стилизация объекта по собственному или заданному свойству. Изобразительный знак. Знак на основе шрифтовых элементов. Комбинированные знаки. Особенности различных видов печатной рекламной продукции.

Тема 7. КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА

Виды компьютерной графики. Растровая, векторная и фрактальная графика. Программные продукты для работы с различными видами компьютерной графики. Технические требования к рекламным материалам в компьютерных форматах. Требования к файлам в растровом формате. Векторизация растрового изображения.

Тема 6. ДИЗАЙН WEB-СТРАНИЦ

Общие принципы дизайна Web-страниц. Структура сайта. Типы страниц. Особенности отображения текста, цвета. Технические приемы использования цвета. Выразительность цвета. Роль цвета в формировании образа сайта. Оптимизация фотографии для размещения в интернет. Особенности сохранения веб-графики. Создание баннеров. Перспективы развития Web-дизайна.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН»
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное*	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лекции			ПЗ (СЗ)
1	Основные понятия графического дизайна	2			4			[1, 3, 4, 11, 12]	
2	Основы композиции	4	2					[1, 5, 12]	
3	Цветоведение (колористика)	4	4					[1-4, 7, 12] Реферат	
4	Шрифты	4	4					[1, 8, 11, 12]	
5	Современный рекламный дизайн	4			4			[2, 5, 6, 12] Контрольное задание на компьютере	
6	Компьютерная графика	4			4			[2, 6, 8-11] Контрольное задание на компьютере	
7	Дизайн Web-страниц	4			4			[12]	
	Всего часов	26	10		16			Зачет	

* в разделе Иное записывается литература в квадратных скобках.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (полный срок обучения)**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное*	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции			ПЗ (СЗ)
1	Основные понятия графического дизайна	0,5					[1, 3, 4, 11, 12]		
2	Основы композиции	0,5					[1, 5, 12]		
3	Цветоведение (колористика)	1	2				[1-4, 7, 12]	Реферат	
4	Шрифты	1					[1, 8, 11, 12]		
5	Современный рекламный дизайн	1			2		[2, 5, 6, 12]	Отчет по лабораторной работе	
6	Компьютерная графика	1			2		[2, 6, 8-11]	Отчет по лабораторной работе	
7	Дизайн Web-страниц	1			2		[12]		
	Всего часов	6	2		6			Зачет	

* в разделе Иное записывается литература в квадратных скобках.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (сокращенный срок обучения)**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП		
						Лекции		
1	Основные понятия графического дизайна	0,5					[1, 3, 4, 11, 12]	
2	Основы композиции	0,5					[1, 5, 12]	
3	Цветоведение (колористика)	1	2				[1-4, 7, 12]	Реферат
4	Шрифты	1					[1, 8, 11, 12]	
5	Современный рекламный дизайн	1			2		[2, 5, 6, 12]	Отчет по лабораторной работе
6	Компьютерная графика	1			2		[2, 6, 8-11]	Отчет по лабораторной работе
7	Дизайн Web-страниц	1					[12]	
	Всего часов	6	2		4			Зачет

* в разделе Иное записывается литература в квадратных скобках.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Графический дизайн»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 1,5-2 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к лабораторным занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (реферат, контрольные задания на компьютере);
- подготовка к зачету.

Литература

Основная:

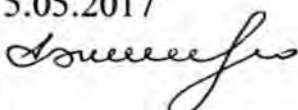
- 1 Луптон, Э. Графический дизайн. Базовые концепции / Э. Луптон [пер. Н. Римицан]. - 2-е изд., доп. и расш. – СПб.: Питер, 2017. – 256 с.
- 2 Ткаченко, О.Н. Дизайн и рекламные технологии: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. техн. ун-т (ОмГТУ). – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2014. – 174 с.
- 3 Андерсон, Г. Idea book. Графический дизайн / Г. Андерсон, С. Хеллер. – СПб.: Питер, 2017. – 120 с.
- 4 Леборг, К. Графический дизайн / К. Леборг. – СПб.: Питер, 2017. – 96 с.

Дополнительная:

- 5 Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама: самоучитель / В.Д. Курушин. - Изд. 2-е, стер. – М.: ДМК, 2012. – 270 с.
- 6 Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для студентов вузов, обуч. по спец. 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама" / Р.Ю. Овчинникова; под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 238 с.

- 7 Рац, А.П. Основы цветоведения и колористики. Цвет в живописи, архитектуре и дизайне: Курс лекций / А.П. Рац.— М.: МГСУ, 2014. – 128 с.
- 8 Третьяк, Т.М. Photoshop. Творческая мастерская компьютерной графики / Т.М. Третьяк. – М.: СОЛОН-ПРЕСС, 2008. – 165 с.
- 9 Дунаев, В.В. Photoshop CS4: понятный самоучитель / В.В. Дунаев. – СПб. [и др.]: Питер, 2009. – 206 с.
- 10 Гурский, Ю. CorelDRAW X4. Трюки и эффекты / Ю. Гурский. – СПб. [и др.]: Питер, 2008. – 494 с.
- 11 Тимофеев, Г.С. Графический дизайн. Серия «Учебный курс» / Г.С. Тимофеев, Е.В. Тимофеева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 320 с.
- 12 Яцюк, О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий / О. Яцюк. – СПб.: БХВ_Петербург, 2004. – 240 с.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) ¹
Компьютерные информационные технологии	Экономической информатики	Нет	Протокол №9 от 5.05.2017 

¹ При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы УВО.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
промышленного маркетинга и коммуникаций (протокол №__ от ____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

В.С. Протасеня

(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан ФМК

к.э.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

А.А. Цыганков

(И.О.Фамилия)