

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ»**

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН

ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 69e4a800e9ad31ae4e240d1485b70b23

Владелец: Бельский Сергей Михайлович

Действителен с 23.11.2021 по 23.02.2023

Факультет психологии, журналистики и дизайна

Кафедра дизайна



Утверждаю:

Ректор АНО ВО «ВгГИ»

С.М. Бельский»

«19» мая 2022 г

**Учебно-методический комплекс по дисциплине
«ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»**

ФГОС ВО: Дата утверждения, № приказа	13 августа 2020г. Приказ №1015
Направление (шифры и название)	54.03.01 «Дизайн»
Квалификация (степень)	Бакалавр
Дата принятия, № протокола Ученого совета	19 мая 2022 г. Протокол № 11

Волгоград 2022 г.

Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры дизайна

Протокол № 9 от «19» мая 2022 г.

Одобрено на заседании учебно-методического совета института

Протокол № 9 от «19» мая 2022 г.

Учебно-методический комплекс подготовлен

Доцент



В.А. Криволапов

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ»**

Кафедра дизайна

Рассмотрено и утверждено

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры

Проректор по учебной работе

Пр. № 9 от «19» мая 2022 г.

Зав. кафедрой  Л.И. Зотова



И.А.Захарова

«19» мая 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования - программа бакалавриата
по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн**

Направленность (профиль) программы:

**Графический дизайн (11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в
сфере дизайна))**

Форма обучения очная, очно-заочная

Волгоград 2022 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» – научить студентов системному подходу к разработке рекламы, познакомить студентов с принципами и приемами разработки креативной стратегии рекламной компании и сформировать навыки их применения; дать представление о полиграфических технологиях производства рекламного продукта.

Задачи дисциплины:

1. определить понятие рекламный продукт и основные этапы процесса его разработки и производства;
2. дать представление о форме, содержании и структуре рекламного обращения; познакомить с моделями восприятия рекламных обращений и основами психологии потребителя;
3. познакомить с базовыми моделями организации творческого процесса и методиками поиска идей для креативной концепции рекламы и выработать навыки их применения на практике;
4. дать представление об организации процесса разработки креатива; сформировать представление о креативном брифе и навыки его составления;
5. познакомить с принципами разработки визуальных и вербальных элементов рекламы;
6. познакомить с приемами увеличения функциональности рекламного обращения и научить применять эти приемы и принципы на практике;
7. дать представление о критериях оценки эффективности креативных решений и сформировать навыки по их применению;
8. дать представление об основных технологических процессах в полиграфии и оборудовании, применяемом для их реализации;
9. познакомить с основными способами производства рекламного продукта (печатной, наружной, сувенирной рекламы, рекламы в прессе, а также упаковки и этикетки) методами полиграфического воспроизведения;
10. дать представление о критериях оценки качества полиграфической продукции;
11. подготовить студентов к взаимодействию с полиграфическими предприятиями в процессе производства рекламной продукции;
12. научить грамотному оформлению документации заказа на производство рекламной полиграфической продукции.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» относится к Блоку 1 части, формируемой участниками образовательных отношений основной профессиональной образовательной программы бакалавра.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы бакалавриата, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими **универсальными** компетенциями:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими **профессиональными** компетенциями:

- способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на **практике** (ПК-6);
- способностью разрабатывать конструкцию изделия с учетом технологий изготовления: выполнять технические чертежи, разрабатывать технологическую карту исполнения дизайн-проекта (ПК-8);

Наименование и код компетенции (Результаты освоения программы бакалавриата)	Индикатор достижения компетенций Составляющие результатов освоения Показатели оценивания (знания, умения, навыки)
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><i>Знать:</i> методики поиска, сбора и обработки информации; - актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; - метод системного анализа.</p> <p><i>Уметь:</i> применять методики поиска, сбора и обработки информации; - осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; - применять системный подход для решения поставленных задач.</p> <p><i>Владеть:</i> методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; - методикой системного подхода для решения поставленных задач</p>
способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике (ПК-6);	<p><i>Знать:</i> нормативно-правовые акты, методические материалы по производству полиграфической продукции и охране авторских прав; методы и средства выполнения художественно-оформительских работ; действующие стандарты и технические условия, методики оформления различных полиграфических изданий (книг, журналов, газет, буклетов, плакатов и т.п.); правила верстки печатных изданий; компьютерные программы, применяемые при создании проектов полиграфической продукции, в том числе программу для обработки фотографий Photoshop; редакторы векторных изображений (рисунков), которые используются для создания компьютерной графики CorelDraw; технологию производства разрабатываемой полиграфической продукции; перспективы технического развития издательства и тенденции совершенствования производимой полиграфической продукции; основы рекламы и маркетинга; требования, предъявляемые к разработке и оформлению художественно-дизайнерской документации; основные требования, которые необходимо учитывать в процессе создания полиграфической продукции (функциональные, технико-конструктивные, эргономические, эстетические и др.); порядок проведения художественно-дизайнерской экспертизы проектов полиграфической продукции, критерии эстетической оценки их качества; передовой отечественный и зарубежный опыт издательской и полиграфической деятельности;</p>

	<p><i>Уметь:</i> разрабатывать и создавать оригинальные творческие проекты, художественно-эстетические решения в производстве различной полиграфической продукции - книг, журналов, газет, буклетов, плакатов, календарей, открыток и т.д.</p> <p><i>Владеть:</i> разработками с использованием новых информационных технологий проектов художественного оформления выпускаемой полиграфической продукции (оригинал-макеты), используя полученную от руководителя или непосредственно от заказчика, а также, возможно, автора литературного произведения информацию о цели издания, адресной аудитории, сроках выполнения, требуемом качестве и используемых материалах и т.п.; определяет общий внешний вид и оформление книг, журналов, газет; создает эскизы и выполняет работы по художественному оформлению обложек печатных изданий; разрабатывает компоновочные и композиционные решения по размещению на страницах полиграфической продукции текстовых блоков, иллюстраций, фотографий и т.д.; разрабатывает макеты периодических изданий, оформляет публикации различного характера в журналах, газетах и других изданиях; разрабатывает новые элементы дизайна, создает новые стили оформления изданий и публикаций;</p>
<p>способность разрабатывать конструкцию изделия с учетом технологий изготовления: выполнять технические чертежи, разрабатывать технологическую карту исполнения дизайн-проекта (ПК-8);</p>	<p><i>Знать:</i> нормативно-правовые акты, методические материалы по производству полиграфической продукции и охране авторских прав; методы и средства выполнения художественно-оформительских работ; действующие стандарты и технические условия, методики оформления различных полиграфических изданий (книг, журналов, газет, буклетов, плакатов, упаковки и т.п.); технологии производства разрабатываемой полиграфической продукции; перспективы технического развития издательства и тенденции совершенствования производимой полиграфической продукции; требования, предъявляемые к разработке и оформлению художественно-дизайнерской документации; основные требования, которые необходимо учитывать в процессе создания полиграфической продукции (функциональные, технико-конструктивные, эргономические, эстетические и др.); порядок проведения художественно-дизайнерской экспертизы проектов полиграфической продукции, критерии эстетической оценки их качества; передовой отечественный и зарубежный опыт издательской и полиграфической деятельности; основы технического рисунка и черчения.</p>

	<p><i>Уметь:</i> разрабатывать и создавать оригинальные творческие проекты, художественно-эстетические решения в производстве различной полиграфической продукции - книг, журналов, газет, буклетов, плакатов, календарей, открыток, упаковки и т.д.</p> <p><i>Владеть:</i> разработками с использованием новых информационных технологий проектов художественного оформления выпускаемой полиграфической продукции (оригинал-макеты), используя полученную от руководителя или непосредственно от заказчика, а также, возможно, автора литературного произведения информацию о цели издания, адресной аудитории, сроках выполнения, требуемом качестве и используемых материалах и т.п.; оформляет документацию на законченные художественно-оформительские разработки, составляет отчеты о результатах выполненных работ; определяет общий внешний вид и оформление книг, журналов, газет; продумывает конструкцию будущего изделия.</p>
--	--

Очная форма обучения

4. Объем учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа, в т. ч. контактная работа обучающихся с преподавателем, лекционные занятия - 14 часов, практические занятия - 30 часов, зачет – 4 часа, самостоятельная работа - 24 часа.

5. Содержание дисциплины

5.1. Учебно-тематический план.

Учебно-тематический план дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Количество часов			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятел. работа	Всего
1.	Рекламное обращение: форма, содержание структура.	2	4	4	10
2.	Креатив в рекламе.	2	4	4	10
3.	Правила разработки и оформления рекламного текста.		2	2	4

4.	Правила разработки изобразительной части рекламного обращения.	2	4	4	10
5.	Приемы увеличения эффективности рекламного обращения.	2	4	2	8
6.	Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта.	2	4	2	8
7.	Способы печати рекламного продукта.	2	2	2	6
8.	Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта.		2	2	4
9.	Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.	2	4	2	8
Вид промежуточной аттестации (зачет)				зачет	4
	Всего часов:	14	30	24	72

5.2. Содержание лекционных занятий.

Тема 1. Рекламное обращение: форма, содержание, структура

Рекламный продукт и рекламное обращение: определения понятий. Процесс разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного процесса. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта.

Модели восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др. Основы психологии поведения потребителей.

Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации.

Форма рекламного сообщения: тон и устойчивые стилевые решения.

Структура рекламного обращения: типы, основные элементы, принципы разработки.

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 2. Креатив в рекламе

Базовые модели организации творческого процесса. Модель творческого процесса Г. Уоллеса: подготовка, инкубация, озарение, верификация.

Методики поиска идей для креативной концепции рекламы. Групповые методы творчества: мозговая атака (А.Ф. Осборн), метод групповой дискуссии, метод фокальных объектов и др. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ). (Г.С. Альтшулер и И.Л. Викентьев). Методика стратегического креатива - «Disruption» Ж.М. Дрю.

Организация креативного процесса. Креативный отдел рекламного агентства: функции, перечень сотрудников, их должностные обязанности. Значение творческой связки арт-директор/копирайтер при разработке креативной стратегии.

Креативный бриф. Принципы формирования эффективного брифа. Технология работы по его реализации.

Классические ошибки, допускаемые при разработке креативной стратегии рекламы. Образ-вампира Ривса.

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 4. Правила разработки изобразительной части рекламного обращения

Цвет в рекламе: функции, методика подбора.

Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя.

Рекламная иллюстрация и видеоряд: функции, требования, приемы разработки. Образы-продавцы и образы – вампиры.

Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы.

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 5. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения

Наличие уникального торгового предложения (УТП) в рекламе.

Учет среды восприятия рекламы при разработке креатива. Серийность в рекламе. Приемы: юмор, шок, метафора, лаконичность, динамика, эмоциональность, прием виртуальной прибавочной стоимости, эротизация. Применение приемов NLP-программирования.

Нетрадиционное использование традиционных носителей и применение нетрадиционных рекламоносителей.

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 6. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта

Полиграфия: основные понятия. Печатание, печатная форма, полутоновые и штриховые изображения.

Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат, вид по материальной конструкции.

Основные стадии производства полиграфической продукции. Документальное сопровождение полиграфического заказа: договор, техническое задание, акт сдачи-приемки работ. Техническое задание полиграфического заказа: основные элементы и особенности оформления.

Приемка работ. Виды дефектов готовой полиграфической продукции

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 7. Способы печати рекламного продукта

Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе. Плоская офсетная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта. Трафаретная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта.

Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: ризография и цифровая печать.

Технологии декорирования сувениров: тампопечать, деколирование, термотрансфер, лазерная гравировка.

Технологии печати упаковки и этикетки: флексография.

Технологии печати наружной рекламы: широкоформатная офсетная печать, широкоформатная растровая шелкография, струйная широкоформатная печать.

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 8. Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта

Брошюровочно – переплетные процессы: резка, подрезка, подборка, фальцовка, биговка, брошюровка.

Отделка полиграфической продукции: припрессовка пленки (ламинация), лакирование, тиснение, высечка. Другие способы отделки.

Интерактивная форма проведения занятия.

5.3. Содержание практических (семинарских) занятий.

Тема 1. Рекламное обращение: форма, содержание, структура

1. Основные стадии процесса разработки и производства рекламного продукта.
2. Модели восприятия рекламных обращений.
3. Содержание, форма и структура рекламного обращения.

Вопросы и задания:

1. Свяжитесь с креативным отделом агентства полного цикла и выясните в чем состоит специфика процесса разработки и производства рекламы для различных рекламных носителей.
2. Оцените соответствие образцов рекламы, предоставленных преподавателем, моделям AIDA и AIDMA.
3. Определите особенности формы, содержания и структуры рекламных обращений (образцы предоставляются преподавателем).

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 2. Креатив в рекламе

1. Методики поиска идей для креативной концепции рекламы.
2. Организация креативного процесса.
3. Креативный бриф. Принципы формирования эффективного брифа.
4. Классические ошибки, допускаемые при разработке креативной стратегии рекламы.

Вопросы и задания:

1. Проведите мозговой штурм для выработки big idea рекламной компании (техническое задание предоставляется преподавателем).
2. Проанализируйте рынок услуг по разработке рекламного продукта г. Екатеринбурга. По результатам подготовьте доклад.
3. Составьте креативный бриф для разработки рекламной компании конкретной торговой марки/предприятия.
4. Сделайте подборку образцов рекламы, содержащей образы-вампиры.
5. Контрольная работа 1. «Разработка креативной концепции для рекламной компании» на основе креативного брифа, предоставленного преподавателем, разработайте креативную концепцию рекламной компании (основную идею – выраженную вербально и варианты ее реализации (в том числе и визуальной) для основных медианосителей и обоснование продуктивности этой идеи). Работа проводится по группам (3-4 человека). По итогам работы проводятся презентации.

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 3. Правила разработки и оформления рекламного текста

1. Стиль и структура рекламного текста.
2. Приемы разработки рекламного текста.
3. Принципы оформления рекламного текста.

Вопросы и задания:

1. Определите стиль и структуру рекламного текста для предоставленных преподавателем образцов.
2. Проанализируйте содержание и оформление текста рекламного сообщения и определите элементы, нуждающиеся в корректировке, и предложите свои варианты изменений.

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 4. Правила разработки изобразительной части рекламного обращения

1. Цвет в рекламе.
2. Композиция рекламы.
3. Рекламная иллюстрация и видеоряд.
4. Firmenный стиль.

Вопросы и задания:

1. Проанализируйте цветовое решение образцов рекламы и определите его коммуникационную эффективность.
2. Проанализируйте композиционное и иллюстративное решения рекламных обращений, предоставленных преподавателем и определите их коммуникационную эффективность.
3. Сделайте подборку рекламных обращений различных форматов одного рекламодателя и проанализируйте как используются элементы фирменного стиля на различных носителях.

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 5. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения

1. УТП в рекламе.
2. Основные приемы увеличения коммуникативной эффективности рекламы.

Вопросы и задания:

1. Найдите примеры рекламных обращений с удачным и неудачным использованием уникального торгового предложения.
2. Сделайте подборку образцов реклам, в которых используются приемы повышения коммуникационной эффективности, и определите, где их использование действительно способствует увеличению эффективности рекламы, а где наоборот.
3. Контрольная работа №2 «Разработка комплексной креативной стратегии для продвижения бренда». Студенты на основе креативного брифа, предоставленного преподавателем, разрабатывают креативную концепцию интегрированной маркетинговой коммуникации бренда. Работа проводится по группам (3-4 человека). По итогам работы проводятся презентации.

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 6. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта

1. Полиграфия: основные понятия.
2. Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат, вид по материальной конструкции.
3. Основные стадии производства полиграфической продукции.

Вопросы и задания:

1. Определите характер изображений, предоставленных преподавателем.
2. Определите формулу цвета, формат и вид для образцов рекламной полиграфической продукции, предоставленных преподавателем.

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 7. Способы печати рекламного продукта

1. Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе.
2. Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта.
3. Технологии декорирования сувениров.
4. Технологии печати упаковки и этикетки.
5. Технологии печати наружной рекламы.

Вопросы и задания:

1. Определите способ печати для образцов, предоставленных преподавателем.
2. Составьте подборку образцов рекламной полиграфической продукции.

3. Определите какой способ печати оптимален для решения конкретной задачи.

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 8. Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта

1. Факторы, определяющие выбор запечатываемого материала.
2. Основные характеристики запечатываемых материалов и носителей.
3. Виды запечатываемых материалов.

Вопросы и задания:

1. Определите характеристики запечатываемых материалов для образцов, предоставленных преподавателем.
2. Определите, какие запечатываемые материалы оптимальны для решения конкретной задачи (тех. задания даются преподавателем).

Интерактивная форма проведения занятия.

Тема 9. Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта

1. Брошюровочно-переплетные процессы.
2. Отделка полиграфической продукции.

Вопросы и задания:

1. Определите, какие виды брошюровочно-переплетных и отделочных процессов были использованы при создании образцов рекламной полиграфии, предоставленных преподавателем.
2. Определите, какие виды брошюровочно-переплетных и отделочных процессов необходимы для решения конкретной задачи.
3. Контрольная работа 4. «Подготовка технических заданий на производство рекламной полиграфической продукции». Студенты составляют технические задания на производство печатных рекламных материалов, макеты которых они разработали в К/2 и К/Р3. Проводят поиск реальных подрядчиков для печати заказа. *Работа проводится по группам (3-4 человека). По итогам работы проводятся презентации.*

Интерактивная форма проведения занятия.

5.4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины для самостоятельного изучения	Учебно-методическая документация (список рекомендуемой литературы (основная, дополнительная), ресурсы «Интернет», информационно-справочные системы)	Учебно-методические средства
1.	Рекламное обращение: форма, содержание структура.	Основная литература: 1. Хембри Райн. Самый полный справочник. Графический дизайн / Райн Хамбри; пер. с англ. А. В. Банкрашкова. - М.: АСТ: Астрель, 2008. - 192с 2. Филь Шарлотта. Графический дизайн XXI века / Ш. Филь. - М.: АСТ: Астрель, 2008. - 192с. 3. Шокорова Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация. — М.: Юрайт, 2020. — 111 с.	Представление аналитической работы преподавателю и аудитории

		<p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ковешникова Н. А. История дизайна: учебное пособие/Н. А. Ковешникова. - М.: Омега-Л, 2015. - 256с. 2. Феличи Дж. Типографика: шрифт. Верстка, дизайн / Дж. Феличи; Пер. с англ. – 2-е изд. перераб. и доп. - СПб.: БХВ- Петербург, 2014.- 496с. <p>Интернет-ресурсы: ЭБС «IPRbooks» Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация).</p>	
2.	Креатив в рекламе.	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История искусств: учебное пособие / под ред. Г. В. Драча, Т. С. Паниотовой. - 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2014. - 680с. 2. Кузин В. С. Рисунок. наброски и зарисовки / В. С. Кузина: учеб. пособие для студ. Вузов. - М.: Академия, 2013. – 232 с. 3. Шокорова Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация. — М.: Юрайт, 2020. — 111 с. <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: М – Я [Текст]/ Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986.- 432с. 2. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: А- М [Текст]: / Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986.- 447с. <p>Интернет-ресурсы: ЭБС «IPRbooks» Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация).</p>	Представление аналитической работы преподавателю и аудитории

3.	Правила разработки и оформления рекламного текста.	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История искусств: учебное пособие/ под ред. Г. В. Драча, Т. С. Паниотовой. - 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2014. - 680с. 2. Кузин В. С. Рисунок. наброски и зарисовки/ В. С. Кузина: учеб. пособ. для студ. Вузов. - М.: Академия, 2013. – 232 с. 3. Шокорова Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация. — М.: Юрайт, 2020. — 111 с. <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: М – Я [Текст]/ Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986.- 432с. 2. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: А-М[Текст]: / Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986.- 447с. <p>Интернет-ресурсы: ЭБС «IPRbooks» Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация)</p>	Просмотр творческих работ
4.	Правила разработки изобразительной части рекламного обращения.	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История искусств: учебное пособие/ под ред. Г. В. Драча, Т. С. Паниотовой. - 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2014. - 680с. 2. Кузин В. С. Рисунок. наброски и зарисовки/ В. С. Кузина: учеб. пособ. для студ. Вузов. - М.: Академия, 2013. – 232 с. 3. Шокорова Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация. — М.: Юрайт, 2020. — 111 с. <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: М – Я 	Просмотр творческих работ

		<p>[Текст]/ Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энци., 1986.- 432с.</p> <p>2. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: А-М[Текст]: / Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энци., 1986.- 447с.</p> <p>Интернет-ресурсы: ЭБС «IPRbooks» Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация).</p>	
5.	Приемы увеличения эффективности рекламного обращения.	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История искусств: учебное пособие/ под ред. Г. В. Драча, Т. С. Паниотовой. - 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2014. - 680с. 2. Кузин В. С. Рисунок. наброски и зарисовки/ В. С. Кузина: учеб. пособ. для студ. Вузов. - М.: Академия, 2013. – 232 с. 3. Шокорова Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация. — М.: Юрайт, 2020. — 111 с. <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: М – Я [Текст]/ Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энци., 1986.- 432с. 2. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: А- М[Текст]: / Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энци., 1986.- 447с. <p>Интернет-ресурсы: ЭБС «IPRbooks» Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация).</p>	Устный анализ
6.	Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта.	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История искусств: учебное пособие/ под ред. Г. В. Драча, Т. С. 	Устный ответ

		<p>Паниотовой. - 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2014. - 680с.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Кузин В. С. Рисунок. Наброски и зарисовки/ В. С. Кузина: учеб. пособ. для студ. Вузов. - М.: Академия, 2013. – 232 с. 3. Шокорова Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация. — М.: Юрайт, 2020. — 111 с. <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: М – Я [Текст]/ Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986.- 432с. 2. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: А-М[Текст]: / Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986.- 447с. <p>Интернет-ресурсы: ЭБС «IPRbooks» Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация).</p>	
7.	Способы печати рекламного продукта.	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История искусств: учебное пособие/ под ред. Г. В. Драча, Т. С. Паниотовой. - 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2014. - 680с. 2. Кузин В. С. Рисунок. Наброски и зарисовки/ В. С. Кузина: учеб. пособ. для студ. Вузов. - М.: Академия, 2013. – 232 с. 3. Шокорова Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация. — М.: Юрайт, 2020. — 111 с. <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: М – Я [Текст]/ Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986. - 432с. 2. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, 	Устный анализ

		<p>живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: А-М[Текст]: / Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986. - 447с.</p> <p>Интернет-ресурсы: ЭБС «IPRbooks» Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация).</p>	
8.	Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта.	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История искусств: учебное пособие/ под ред. Г. В. Драча, Т. С. Паниотовой. - 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2014. - 680с. 2. Кузин В. С. Рисунок. наброски и зарисовки/ В. С. Кузина: учеб. пособие для студ. Вузов. - М.: Академия, 2013. – 232 с. 3. Шокорова Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация. — М.: Юрайт, 2020. — 111 с. <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: М – Я [Текст]/ Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986.- 432с. 5. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: А-М[Текст]: / Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986.- 447с. <p>Интернет-ресурсы: ЭБС «IPRbooks» Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация).</p>	Устный ответ
9.	Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История искусств: учебное пособие/ под ред. Г. В. Драча, Т. С. Паниотовой. - 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2014. - 680с. 	Письменный анализ

		<p>2. Кузин В. С. Рисунок. наброски и зарисовки/ В. С. Кузина: учеб. пособ. для студ. Вузов. - М.: Академия, 2013. – 232 с.</p> <p>3. Шокорова Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация. — М.: Юрайт, 2020. — 111 с.</p> <p>Дополнительная литература:</p> <p>1. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: М – Я [Текст]/ Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986.- 432с.</p> <p>2. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: А-М[Текст]: / Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986.- 447с.</p> <p>Интернет-ресурсы: ЭБС «IPRbooks» Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация).</p>	
--	--	--	--

5.4.1. Перечень информационных технологий, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

СПС «Консультант Плюс» (локальная сеть Института)
ЭБС «IPRbooks»
Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация)
Электронная почта студента ВгГИ (_____@vggi.ru)
Компьютерная презентация лекций (Power Point)

5.4.2. Методические рекомендации обучающемуся для осуществления самостоятельной работы.

Одним из основных методов овладения знаниями является *самостоятельная работа студентов*, объем которой определяется учебно-методическим комплексом в часах для каждой категории студентов по данному направлению. Самостоятельная работа планируется, с учетом расписания занятий и тематического плана по дисциплине «Графический дизайн в среде». Проводя самостоятельную работу, обучающиеся опираются на методические советы и рекомендации преподавателя. Внедрение этой формы обучения, думается, будет способствовать повышению качества образования. Во-первых, за счет того, что каждый студент при личной встречи с преподавателем сможет решить именно те, проблемы, которые возникают у него при изучении материала и реализации изученного на практике. Тогда, как в группе решаются проблемы не доступные пониманию большинству студентов. Во-вторых, повысится уровень самостоятельности студента. Если при проведении группового занятия студент может не принимать активного участия в обсуждении и решении проблемы, или просто

соглашаться с решениями, предложенными другими, то, работая самостоятельно, он вынужден будет решать проблему самостоятельно, что в конечном итоге подготовит его к будущей практической деятельности. Студент также сможет самостоятельно планировать время, затрачиваемое им на постановку проблемы, ее решения, и составления отчета для преподавателя, что опять же будет способствовать повышению уровня образования данного студента.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студентов рекомендуется следующий порядок ее организации. Сначала изучаются теоретические вопросы по соответствующей теме с проработкой основной и дополнительной литературы. Особое внимание следует обратить на понимание основных понятий и определений, что необходимо для правильного понимания и решения задач. Затем нужно самостоятельно разобрать и решить рассмотренные в тексте примеры, выясняя в деталях практическое значение выученного теоретического материала. После чего еще раз внимательно прочитать все вопросы теории, попутно решая соответствующие упражнения, приведенные в учебниках.

Помощь в самостоятельной подготовке студенту окажут материалы учебно-методического комплекса. Они содержат перечень вопросов, которые необходимо изучить самостоятельно. К каждой теме прилагается список основной и дополнительной литературы, изучение которой будет способствовать наиболее полной подготовке к занятию. Студенту необходимо знать, что для подготовки достаточно использовать один из приведенных источников основной литературы. Для расширения познаний необходимо обращаться к дополнительной литературе. Надо обратить внимание на то, что к каждой теме приведены основные понятия и краткое содержание материала, необходимого для изучения.

Одной из форм контроля самостоятельной работы является *тест*. При подготовке *к тесту* обучающийся должен внимательно изучить материал, предложенный преподавателем и учебно-методическим комплексом (основные термины, вопросы для обсуждения, основную и дополнительную литературу); рассмотреть практические задачи, предложенные к данной теме;

Тесты выполняются в виде практических работ по темам лекций и практических занятий.

Критерии оценки практических работ:

1. вариантность подачи эскизов;
2. степень владения техникой;
3. общее впечатление от работы;
4. раскрытие темы;
5. эстетическое оформление;
6. творческий подход.

При оценивании знаний и умений студентов учитываются следующие критерии:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
- развитие навыков самостоятельной работы нормативно-правовыми актами, учебной и научной литературой при решении поставленных задач;
- развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
- выработка умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов, раскрывающих суть темы реферата и анализа их;
- развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
- закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.

При оценивании знаний и умений студентов учитываются следующие критерии:

- развитие креативного мышления в работе над заданным проектом;
- наличие творческого подхода при решении поставленных задач;
- развитие навыков информационного и научного анализа материала и его изложения;
- Умение пользоваться графическими средствами и техникой эскизирования при аргументации собственных взглядов по заданной теме;
- выработка умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов, раскрывающих суть темы и анализа их;
- развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;

- закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.
- умение оперировать профессиональными понятиями и категориями;

Оценка **«отлично»** ставится в том случае, если студент предоставил все необходимые работы, если аудиторские и самостоятельные практические работы выполнены на высоком уровне в соответствии с поставленными целями и задачами живописного изображения, если он посещал не менее 80% аудиторских занятий.

Оценка **«хорошо»** ставится в том случае, если студент предоставил все необходимые аудиторские и не менее 70% от количества самостоятельных работ, предусмотренных программой, выполненные в соответствии с поставленными целями и задачами, а также, если студент хорошо посещал аудиторские занятия.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится в том случае, если студент явился на зачёт, предоставил допустимый минимум (60%) работ удовлетворительного уровня и удовлетворительно посещал аудиторские занятия.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится в том случае, если студент предоставил работы очень низкого уровня, а также, если студент предоставил менее 50% объёма работ, предусмотренных программой.

Оценка знаний, умений и навыков (компетенций) при интерактивных формах занятий. Знания оцениваются по четырехбальной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов учитываются следующие критерии:

- развитие креативного мышления в работе над заданным проектом;
- наличие творческого подхода при решении поставленных задач;
- развитие навыков информационного и научного анализа материала и его изложения;
- Умение пользоваться графическими средствами и техникой эскизирования при аргументации собственных взглядов по заданной теме;
- выработка умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов, раскрывающих суть темы и анализа их;
- развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объёму и емкой по содержанию форме;
- закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.
- умение оперировать профессиональными понятиями и категориями;

5.5. Образовательные технологии

№ п/п	Тема занятия	Вид учебного занятия	Форма/методы активного, интерактивного обучения	Количество часов
1.	Рекламное обращение: форма, содержание структура.	Лекция	Презентация	2
2.	Креатив в рекламе.	Лекция	Презентация	2
3.	Правила разработки и оформления рекламного текста.	Практическое занятие	Кейс-метод	2
4.	Правила разработки изобразительной части рекламного обращения.	Практическое занятие	Кейс-метод	4
Итого:				10

6. Перечень основной и дополнительной литературы:

Основная литература:

1. Хембри Райн. Самый полный справочник. Графический дизайн/Райн Хамбри; пер. с англ. А. В. Банкрашкова. - М.: АСТ: Астрель, 2008. - 192с.
2. Филь Шарлотта. Графический дизайн XXI века/Ш. Филь. - М.: АСТ: Астрель, 2008. - 192с.
3. История искусств: учебное пособие/ под ред. Г. В. Драча, Т. С. Паниотовой. - 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2014. - 680с.
4. Кузин В. С. Рисунок. Наброски и зарисовки/ В. С. Кузина: учеб. пособ. для студ. Вузов. - М.: Академия, 2013. - 232с.
5. **Шокорова Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация.** — М.: Юрайт, 2020. — 111 с.

Дополнительная литература:

1. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: М – Я [Текст]/ Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986.- 432с.
2. Популярная художественная энциклопедия: Архитектура, живопись, скульптура, графика, декоративное искусство: А- М[Текст]: / Ред. В. М. Полевой. - М.: Сов. энц., 1986.- 447с.

7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

URL: <http://www.vggi.ru/> сайт ВгГИ

URL: <http://www.ur-library.info/> (Российская электронная библиотека)

URL:<http://www.ict.edu.ru/> Федеральный образовательный портал «Информационно-телекоммуникационные технологии в образовании»

URL:<http://www.edu.ru/> Федеральный портал «Российское образование»

URL:http://window.edu.ru/library?p_rubr=2.1 Федеральный образовательный портал «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» / библиотека

URL:<http://www.openet.edu.ru/> Федеральный образовательный портал «Российский портал открытого образования»

8. Перечень информационных технологий, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочные системы

ЭБС «IPRbooks» [URL:http://www.iprbookshop.ru/11020](http://www.iprbookshop.ru/11020) или локальная сеть Института

Компьютерная презентация лекций (Power Point)

Рабочее место, оборудованное компьютером с выходом в сеть Интернет

Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация)

Электронная почта студента ВгГИ

Поисковые системы: <http://www.yandex.ru/>; <https://www.google.ru/>; <https://mail.ru/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование	Наименование помещения или оборудования
1.	Специализированные аудитории:	Учебная мастерская
2.	Специализированная мебель и оргсредства	Столы Проектор и экран Компьютер

		Принтер Сканер
3.	Специальное оборудование:	Графический планшет
4.	Технические средства обучения:	Презентации по тематическим разделам

10. Методические указания для обучающихся

Основой успешного изучения дисциплины является последовательное, систематическое изучение разделов курса и выполнение аудиторных графических упражнений и заданий, а также выполнение индивидуальных графических работ в сроки, предусмотренные учебным графиком.

При изучении дисциплины студентам следует придерживаться следующих общих указаний:

1. Дисциплину нужно изучать последовательно и систематически. Строго соблюдать график выполнения и сдачи графических работ.

2. Изучение каждой темы следует начинать с усвоения теоретического материала, используя при этом конспект лекций, учебники, учебно-методическую и справочную литературу, интернет - ресурсы. В процессе работы целесообразно дополнять конспект той частью материала, которая выносится на самостоятельное изучение или плохо усваивается и нуждается в повторении. Свои знания следует проверить ответами на контрольные вопросы и выполнением графических упражнений и заданий.

3. Особое внимание следует уделять выполнению графических заданий.

Прежде чем приступить к их выполнению, необходимо определить проблему, поставить перед собой цель и решить определенные задачи для создания образной иллюстрации. В начальной стадии изучения дисциплин полезно прибегать к изучению и исследованию темы. Значительную помощь оказывают зарисовки.

4. Если в процессе изучения курса у студента возникли трудности, то он должен обратиться за консультацией к преподавателю.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ»

Рассмотрено и утверждено:
на заседании кафедры

Оценочные материалы

«Дизайн и рекламные технологии»

1.1. Описание индикаторов достижения компетенций (показателей оценивания) и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания.

№ раздела	Наименование и код компетенции (Результаты освоения программы бакалавриата)	Этапы формирования компетенции (разделы, темы дисциплины, изучение которых формирует компетенцию) *	Индикатор достижения компетенций Составляющие результатов освоения Показатели оценивания (знания, умения, навыки)
1	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Темы: Рекламное обращение: форма, содержание структура; Креатив в рекламе; Правила разработки и оформления рекламного текста; Правила разработки изобразительной части рекламного обращения; Приемы увеличения эффективности рекламного обращения	Знать: методики поиска, сбора и обработки информации; - актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; - метод системного анализа. Уметь: применять методики поиска, сбора и обработки информации; - осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; - применять системный подход для решения поставленных задач. Владеть: методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; - методикой системного подхода для решения поставленных задач
2.	Способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике (ПК-6);	Темы: Рекламное обращение: форма, содержание структура; Креатив в рекламе; Правила разработки и оформления рекламного текста; Правила разработки изобразительной части рекламного обращения; Приемы увеличения эффективности рекламного обращения.	<i>Знать:</i> нормативно-правовые акты, методические материалы по производству полиграфической продукции и охране авторских прав; методы и средства выполнения художественно-оформительских работ; действующие стандарты и технические условия, методики оформления различных полиграфических изданий (книг, журналов, газет, буклетов, плакатов и т.п.); правила верстки печатных изданий; компьютерные программы, применяемые при создании проектов полиграфической продукции, в том числе программу для обработки фотографий Photoshop; редакторы векторных изображений (рисунков), которые используются для создания компьютерной графики CorelDraw; технологию производства

			<p>разрабатываемой полиграфической продукции;</p> <p>перспективы технического развития издательства и тенденции совершенствования производимой полиграфической продукции;</p> <p>основы рекламы и маркетинга;</p> <p>требования, предъявляемые к разработке и оформлению художественно-дизайнерской документации;</p> <p>основные требования, которые необходимо учитывать в процессе создания полиграфической продукции (функциональные, технико-конструктивные, эргономические, эстетические и др.);</p> <p>порядок проведения художественно-дизайнерской экспертизы проектов полиграфической продукции, критерии эстетической оценки их качества;</p> <p>передовой отечественный и зарубежный опыт издательской и полиграфической деятельности;</p> <p><i>Уметь:</i></p> <p>разрабатывать и создавать оригинальные творческие проекты, художественно-эстетические решения в производстве различной полиграфической продукции - книг, журналов, газет, буклетов, плакатов, календарей, открыток и т.д.</p> <p><i>Формируемые навыки:</i></p> <p>осуществляет разработку с использованием новых информационных технологий проектов художественного оформления выпускаемой полиграфической продукции (оригинал-макеты), используя полученную от руководителя или непосредственно от заказчика, а также, возможно, автора литературного произведения информацию о цели издания, адресной аудитории, сроках выполнения, требуемом качестве и используемых материалах и т.п.; определяет общий внешний вид и оформление книг, журналов, газет;</p>
--	--	--	---

			<p>создает эскизы и выполняет работы по художественному оформлению обложек печатных изданий;</p> <p>разрабатывает компоновочные и композиционные решения по размещению на страницах полиграфической продукции текстовых блоков, иллюстраций, фотографий и т.д.;</p> <p>разрабатывает макеты периодических изданий, оформляет публикации различного характера в журналах, газетах и других изданиях;</p> <p>разрабатывает новые элементы дизайна, создает новые стили оформления изданий и публикаций;</p>
3.	<p>способна разрабатывать конструкцию изделия с учетом технологий изготовления: выполнять технические чертежи, разрабатывать технологическую карту исполнения дизайн-проекта (ПК-8);</p>	<p>Темы:</p> <p>Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта;</p> <p>Способы печати рекламного продукта;</p> <p>Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта;</p> <p>Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <p>нормативно-правовые акты, методические материалы по производству полиграфической продукции и охране авторских прав; методы и средства выполнения художественно-оформительских работ;</p> <p>действующие стандарты и технические условия, методики оформления различных полиграфических изданий (книг, журналов, газет, буклетов, плакатов, упаковки и т.п.);</p> <p>технологии производства разрабатываемой полиграфической продукции;</p> <p>перспективы технического развития издательства и тенденции совершенствования производимой полиграфической продукции;</p> <p>требования, предъявляемые к разработке и оформлению художественно-дизайнерской документации;</p> <p>основные требования, которые необходимо учитывать в процессе создания полиграфической продукции (функциональные, технико-конструктивные, эргономические, эстетические и др.);</p> <p>порядок проведения художественно-дизайнерской экспертизы проектов полиграфической продукции, критерии эстетической оценки их качества;</p>

			<p>передовой отечественный и зарубежный опыт издательской и полиграфической деятельности; основы технического рисунка и черчения.</p> <p><i>Уметь:</i> разрабатывать и создавать оригинальные творческие проекты, художественно-эстетические решения в производстве различной полиграфической продукции - книг, журналов, газет, буклетов, плакатов, календарей, открыток, упаковки и т.д.</p> <p><i>Формируемые навыки:</i> осуществляет разработку с использованием новых информационных технологий проектов художественного оформления выпускаемой полиграфической продукции (оригинал-макеты), используя полученную от руководителя или непосредственно от заказчика, а также, возможно, автора литературного произведения информацию о цели издания, адресной аудитории, сроках выполнения, требуемом качестве и используемых материалах и т.п.; оформляет документацию на законченные художественно-оформительские разработки, составляет отчеты о результатах выполненных работ; определяет общий внешний вид и оформление книг, журналов, газет; продумывает конструкцию будущего изделия.</p>
--	--	--	--

Ко всем темам (творческое практическое задание), зачету с оценкой, экзамену
 Форма контроля – просмотр выполненных работ. Знания оцениваются по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Шкала оценивания	Критерии оценивания
отлично	<ol style="list-style-type: none"> 1. Успешное выполнение всех пунктов задания; 2. Полное соответствие условиям технического задания; 3. Творческий и оригинальный подход к разработке проекта, уход от рекламных клише; 4. Полное понимание и глубокий анализ исследуемого вопроса; 5. Грамотная и четкая презентация проекта; 6. Аргументированная логика работы;

	<p>7. Критическое использование теории и рекомендуемого материала для чтения;</p> <p>8. Расширение и углубление лекционного материала;</p> <p>9. Иллюстративность массой примеров и данных.</p>
хорошо	<p>1. Выполнены все пункты задания, однако в нескольких из них присутствует несущественные недоработки;</p> <p>2. Соответствие условиям технического задания;</p> <p>3. Проект в целом оригинален, но присутствует несколько клишированных рекламных ходов;</p> <p>4. Презентацию проекта отличает умение аргументировать и использование примеров;</p> <p>5. Некоторое расширение и углубление лекционного материала.</p>
удовлетворительно	<p>1. Удовлетворительный уровень. Выполнены все пункты задания, однако, есть ряд существенных упущений;</p> <p>2. Невысокий уровень оригинальности проекта;</p> <p>3. Небольшие несоответствия параметрам технического задания;</p> <p>4. Презентация проекта содержит недочеты в оформлении, структуре или логике;</p> <p>5. В основном базируется на лекционном материале;</p> <p>6. Малая иллюстративность.</p>
неудовлетворительно	<p>1. Неудовлетворительное выполнение. Выполнены не все пункты задания. Выполненные пункты содержат существенные упущения;</p> <p>2. Частичное понимание проблемы;</p> <p>3. Несоответствие основным параметрам технического задания;</p> <p>4. Низкий уровень оригинальности проекта;</p> <p>5. Несмотря на наличие ряда весьма удачных мест, работа характеризуется отсутствием тщательного анализа;</p> <p>6. Неадекватность примеров.</p>
Зачтено	<p>Понимание и степень усвоения теории и практики курса. Логика, структура и грамотность изложения учебного материала. Использование примеров из литературы по данной проблеме. Умение анализировать и делать выводы. Умение применения полученных в теории знаний к выполнению практической работы.</p>
Не зачтено	<p>Плохое понимание и низкая степень усвоения теории и практики курса. Отсутствие логики, структуры и грамотности изложения учебного материала. Отсутствие примеров из литературы по данной проблеме. Отсутствие умения анализировать и делать выводы. Невыполнение или выполнение в недостаточном объеме или качестве практической работы.</p>

К темам № 3,4 (творческое практическое задание)

Шкала оценивания	Критерии оценивания
отлично	Глубокое и прочное усвоение знаний программного материала (умение выделять главное, существенное). Выполненное практическое

	задание в полном объеме. Умение аргументировано защищать свою авторскую позицию.
хорошо	Достаточно полное знание программного материала. Практическое задание без существенных замечаний. Умение анализировать свою и чужую работу.
удовлетворительно	Общие знания основного материала без усвоения некоторых существенных положений. Существенные ошибки в композициях практического задания. Умение оценивать без должной аргументации свою и чужую работу.
неудовлетворительно	Незнание значительной части программного материала. Выполнение практической части не полностью или в неудовлетворительном виде. Полное неумение теоретически обосновать и защитить свою работу.

1.2. Типовые контрольные задания и иные материалы

№ п/п	Наименование и код формируемой и контролируемой компетенции (Результаты освоения программы бакалавриата)	Этапы формирования компетенции (разделы, темы дисциплины, изучение которых формирует компетенцию) *	Вид оценочного средства (контрольное задание (тесты, рефераты и проч.), позволяющее провести контроль знаний, умений, навыков)
1.	способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике (ПК-6);	Рекламное обращение: форма, содержание структура; Креатив в рекламе; Правила разработки и оформления рекламного текста; Правила разработки изобразительной части рекламного обращения; Приемы увеличения эффективности рекламного обращения.	Устный ответ, Выполненное творческое задание.
2.	Способность разрабатывать конструкцию изделия с учетом технологий изготовления: выполнять технические чертежи, разрабатывать технологическую карту исполнения дизайн-проекта (ПК-8).	Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта; Способы печати рекламного продукта; Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта; Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.	Устный ответ, Выполненное творческое задание.

Текущий контроль успеваемости

Тесты для текущего контроля знаний

По дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» промежуточный контроль проходит в форме просмотра творческих работ.

Полное и качественное (без существенных замечаний) выполнение задания по программному материалу в полном объеме оценивается, как «отлично».

Выполнение практического задания в объеме 70% по программному материалу без существенных замечаний оценивается, как «хорошо».

Практическое задание, выполненное на 60%, с существенными ошибками оценивается, как «удовлетворительно».

Выполнение практической части в объеме менее 30% с существенными замечаниями оценивается, как «неудовлетворительно».

Промежуточная аттестация

Вопросы к зачету

1. Процесс разработки и производства рекламного продукта. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта.
2. Модели восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др. Основы психологии поведения потребителей.
3. Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации.
4. Форма и структура рекламного обращения.
5. Методики поиска идей для креативной концепции рекламы.
6. Организация креативного процесса. Креативный отдел рекламного агентства. Креативный бриф.
7. Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста. Принципы разработки слогана, зачина, ОРТ и эхо-фразы.
8. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.
9. Цвет в рекламе: функции, методика подбора. Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя.
10. Рекламная иллюстрация и видеоряд: функции, требования, приемы разработки. Образы-продавцы и образы-вампиры.
11. Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы.
12. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения.
13. Телереклама: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
14. Радиореклама: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
15. Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
16. Наружная и транзитная реклама: условия восприятия и воздействия, задачи разработчика, приемы разработки.
17. Директ – мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложений.
18. Полиграфия: основные понятия. Печатание, печатная форма, полутоновые и штриховые изображения.
19. Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат, вид по материальной конструкции.

20. Основные стадии производства полиграфической продукции. Документальное сопровождение полиграфического заказа. Техническое задание.
21. Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе: плоская офсетная печать и трафаретная печать.
22. Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: ризография и цифровая печать.
23. Технологии декорирования сувениров: тампопечать, деколирование, термотрансфер, лазерная гравировка.
24. Технологии печати упаковки и этикетки и наружной рекламы.
25. Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта.
26. Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.

**Ведение занятий в интерактивной форме,
обеспечивающих развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной
коммуникации, принятия решений, лидерских качеств**

Презентация (от лат. *praesento* — представление) — документальный материал, предназначенный для представления чего-либо (организации, проекта, и т.п.). Цель презентации — донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме.

Презентация может представлять собой сочетание текста, компьютерной анимации, графики, видео, музыки, которые организованы в единую среду. Кроме того, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации. Отличительной особенностью презентации является её *интерактивность*, то есть создаваемая для пользователя возможность взаимодействия через элементы управления.

В зависимости от места использования презентации различаются определенными особенностями.

- Презентация, созданная для поддержки какого-либо мероприятия или события, отличается большей минималистичностью и простотой в плане наличия мультимедиа и элементов дистанционного управления, обычно не содержит текста, так как текст проговаривается выступающим, и служит для наглядного представления его слов.
- Презентация, созданная для видео демонстрации, не содержит интерактивных элементов, включает в себя видеоролик об объекте презентации, может содержать также текст и аудиодорожку.
- Учебная презентация, созданная для проведения занятия в образовательном учреждении. Вместе с учебных презентаций обычно используется конспект занятия.

Есть и другие типы презентаций. Но вне зависимости от исполнения каждая самостоятельная презентация должна четко выполнять поставленную цель: помочь донести требуемую информацию об объекте презентации.

Презентация без компьютера

Презентации без использования компьютера дают больше возможностей для вовлечения аудитории к обсуждению и использованию их творческого потенциала.

Презентации на больших листах — одна из разновидностей презентаций без компьютера использование больших листов позволяет создать целостную картину и донести ее до всех членов группы; учесть и отразить факторы, вызывающие изменения в этой картине. Она дает возможность запечатлеть схему сложного процесса, что облегчает процесс его усовершенствования. При

создании таких презентаций используются самые разные инструменты: карандаши, фломастеры, маркеры разных цветов, стикеры разных размеров и цветов, открытки и коллажи и т. п.

1. Тема: «Правила разработки изобразительной части рекламного обращения».

Кейс-метод

Цель:

- + активизация студентов, повышение эффективности профессионального обучения;
- + повышение мотивации к учебному процессу;
- + овладение практическими навыками;
- + отработка умений работы с информацией;
- + моделирование действий в соответствии с заданием, ориентированных на конечный результат;
- + приобретение навыков работы в материале;
- + выработка навыков критического оценивания результатов, осуществлении самоанализа, самоконтроля и самооценки.

Материалы: Мольберт, бумага, карандаши, цветной мел, компьютерная техника.

Проведение: Студентам предлагается нарисовать свой фамильный герб с применением различных графических материалов и инструментов.

В конце занятия проводится совместное обсуждение работ.

2. Тема: «Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта».

Кейс-метод

Цель:

- + моделирование действий в соответствии с заданием, ориентированных на конечный результат;
- + приобретение навыков работы в материале;
- + выработка навыков критического оценивания результатов, осуществлении самоанализа, самоконтроля и самооценки;
- + отработка умений работы с информацией;
- + повышение мотивации к учебному процессу;
- овладение практическими навыками;
- + активизация студентов, повышение эффективности профессионального обучения;
- + овладение практическими навыками.

Материалы: Мольберт, цветная бумага, цветные карандаши, акварель.

Проведение: Ставится небольшая композиция из предметов. Студентам предлагается использовать варианты работы с акварелью, цветными карандашами, смешение красок и т. д.

В конце занятия проводится совместное обсуждение работ.

1.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

Основными функциями процедуры оценивания являются: ориентация образовательного процесса на достижение планируемых результатов освоения основной образовательной программы высшего образования и обеспечение эффективной обратной связи, позволяющей осуществлять управление образовательным процессом.

При проведении аттестации студентов важно помнить, что систематичность, объективность, аргументированность – главные принципы, на которых основаны контроль и оценка знаний, умений, навыков студентов. Проверка, контроль и оценка знаний, умений, навыков студента, требуют учета его индивидуального стиля в осуществлении учебной деятельности. Знание критериев оценки знаний обязательно для преподавателя и студента.

Критерии, формы и процедуры оценивания должны быть одинаково понятны всем обучающимся. Студенты должны быть заранее информированы о том, какие их образовательные результаты будут оцениваться, и в какой форме будет проходить оценивание. Оценивание должно быть своевременным. Оценивание должно быть эффективным.

Процедура оценки включает: использование персонифицированных процедур аттестации обучающихся и не персонифицированных процедур оценки состояния и тенденций развития системы образования;

Система оценки результатов и качества образования включает в себя следующие оценочные процедуры: оценку стартовых возможностей обучающегося (входных знаний для изучения дисциплины); оценку индивидуального прогресса обучающегося в ходе непосредственного образовательного процесса (изучения дисциплины); оценку промежуточных результатов обучения по дисциплине.

Для того чтобы процедура оценивания стимулировала достижение образовательного результата (приобретение компетенции), преподаватель должен:

- определять цели обучения, образовательные результаты темы, раздела, курса и формулировать их языком, понятным обучающимся;
- разъяснять обучающимся цели обучения и способы проверки результатов достижения указанных целей;
- подбирать или создавать задания для проверки достижения сформулированных образовательных результатов;
- регулярно комментировать результаты обучающихся, давать советы с целью их улучшения;
- менять техники и технологии обучения в зависимости от достигнутых обучающимися образовательных результатов;
- учить обучающихся принципам самооценки и способам улучшения собственных результатов;
- предоставлять обучающимся возможности улучшить свои результаты до выставления окончательной отметки;
- осознавать, что оценивание посредством отметки резко снижает мотивацию и самооценку обучающихся.
- разделять ответственность за результаты обучения со студентом.

Процедуры оценки по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» включают: выполнение практических работ, мониторинг сформированности основных знаний, умений, навыков.

Таблица контроля формирования знаний, умений, навыков

Формы контроля	Элементы контроля
Самоконтроль	Знания
Взаимоконтроль	Знания
Самостоятельная работа	Знания, умения
Практическая работа	Знания, умения, навыки
Зачет с оценкой	Знания, умения, навыки
Экзамен	Знания, умения, навыки

Оценка знаний, умений и навыков (компетенций) при интерактивных формах занятий. Знания оцениваются по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов учитываются следующие критерии:

- четкое выполнение поставленных задач;

- развитие навыков работы в материале;
 - закрепление навыков работы по построению, светотеневой проработке и созданию целостного колорита композиции.
 - развитие навыков самостоятельной работы;
 - развитие навыков самостоятельной работы с источниками литературы при решении
- Студенты, давшие в результате 80 % выполненной работы, получают оценку «отлично». Студенты, давшие в результате выполнения работ 70% и более процентов получают оценку «хорошо». Студенты, выполнившие задания на 60% процентов получают оценку «удовлетворительно». Студенты, выполнившие задания менее чем на 30% получают оценку «неудовлетворительно».

Зачетная оценка и оценка по экзамену ставится по результатам просмотра всех практических заданий, выполненных за семестр.

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ И ПОНЯТИЙ

Абрис (нем. abriß – очерк, чертеж) – в изобразительном искусстве: линейный, (контурный) рисунок вспомогательного назначения, выполняемый при калькировании.

Автопортрет (от греч. autos - сам) - графическое, живописное или скульптурное изображение художника, выполненное им самим с помощью зеркала или системы зеркал. Эта особая разновидность портретного жанра выражает оценку художником своей личности, ее роли в мире и обществе, своих творческих принципов.

Акварель (фр. aquarelle, от лат. aqua -вода), водяные краски - краски с растительным клеем в качестве связующего вещества и живопись этими красками. Акварель отличают чрезвычайно тонкая растирка пигмента и большой процент клеящих веществ (к клею добавляют мед, сахар, глицерин). Акварель бывает твердая (в плитках), полумягкая (в керамических чашечках) и мягкая (в тюбиках). Акварелью называют и произведения, исполненные в этой технике. Различают собственно акварель - прозрачную, основанную на лессировках, без применения белил, и корпусную технику - кроющие водяные краски с применением белил. Главное отличительное свойство акварели- прозрачность краски, сквозь которую просвечивает фактура бумаги. Техника акварели была известна еще в Древнем Египте и Китае, ее применяли средневековые миниатюристы. Акварель в то время не имела самостоятельного значения, а служила для раскрашивания рисунка. Расцвет акварели наступил со второй половины XVIII в. Акварельными красками работали А. Иванов, К. Брюллов, М. Врубель, В. Серов и многие другие художники. Акварель занимает промежуточное положение между графикой и живописью.

Алла прима (итал. alla prima - в первый миг) — живопись по сырому: разновидность масляной живописи, требующая окончания работы за один сеанс, до подсыхания красок.

Анфас (фр., en face – спереди, в лицо) — лицом к смотрящему; вид лица, предмета прямо спереди.

Валер (от лат. valere – иметь силу, стоять) – в искусстве живописи тональный нюанс, тонкое различие одного и того же цвета по светлоте. Валеры достигаются техникой лессировки. Они позволяют добиваться богатых цветовых отношений, тончайших нюансов и неуловимых переходов цвета, поэтому у художников существует выражение по отношению к такой живописи «писать валерами». Мастерски использовали живопись валерами для передачи взаимосвязи фигур, предметов со светом и воздухом такие художники, как Д. Веласкес, Я. Вермеер, К. Коро, Ж.-Б. Шарден, В. Суриков.

Гамма красочная (гамма цветовая) (по названию 3-й буквы греческого алфавита) — ряд гармонически взаимосвязанных оттенков цвета, используемых при создании художественных произведений. Различают тёплую, холодную, светлую и др.

Гармония (от гр. harmonia- стройность, связь) — стройная согласованность частей единого целого. В изобразительном искусстве это согласованное и соразмерное сочетание всех элементов художественного произведения. В живописи – цветовое единство.

Гризайль (фр. grisaille, от gris – серый) однотонная, монохромная живопись. Применяется в учебных целях, для имитации скульптурного рельефа, для декоративных работ. Гризайлью называется однотонная живопись не только серого, но и любого другого цветового оттенка (коричневого, синего и т. п.). станковой живописи гризайль может применяться для подмалевков и эскизов. Особенно незаменима техника гризайли в процессе создания декоративных росписей или панно, в которых живописными средствами достигается впечатление объемной рельефной лепки. Орнаменты и фигурки амуров, выполненные этими средствами, украшают интерьеры многих дворцов эпохи классицизма. А в эпоху Возрождения в Лиможе во Франции в технике гризайли выполнялись расписные эмали.

Грунт (пол. grunt, от нем. grund - дно, основа) - 1) в технологии живописи тонкий слой специального состава, наносимый поверх холста или дерева как основы с целью придать поверхности нужные художнику технологические качества. Состоит обычно из нижнего тонкого клеевого слоя и верхних грунтовых слоев. Грунт впитывает часть связующего вещества, сохраняя его в живописном слое столько, сколько необходимо для того, чтобы избежать пожухания красок. Грунт способствует прочному сцеплению (адгезии) живописи с основой. Грунт по составу бывает клеевым (тянущим), масляным, эмульсионным и синтетическим; по цвету - белым, тонированным и цветным; 2) в технике углубленной гравюры – слой кислотоупорного состава, которым покрывают металлическую доску перед началом работы, а частично и в процессе травления.

Гуашь (фр. gouache, от итал. guazzo - водяная краска) - плотные матовые краски для живописи из тонко растертого пигмента с водоклеевым связующим (гуммиарабик, пшеничный крахмал, декстрин и др.). Краски гуаши непрозрачны и являются кроющими. При высыхании гуашь светлеет. Техника живописи на бумаге, картоне, полотне, шелке, кости возникла как разновидность акварели, когда для достижения большей плотности и звучности красок к водяным краскам стали примешивать белила. Гуашь широко использовалась уже в средние века в книжной миниатюре, а позже для эскизов, картонов. С сер. 19 в. началось производство гуашевых красок. В 20 в. гуашь наиболее часто находит применение в плакатной графике, а также для декораций и оформительских работ. **Декоративность** — совокупность художественных свойств, усиливающих эмоционально-выразительную и художественно - организующую роль произведений искусств. **Декоративное искусство** (от лат. decore – украшаю) – один из видов пластических искусств. Декоративное искусство разделяется на непосредственно связанное с архитектурой монументально-декоративное искусство (витражи, мозаики, росписи на фасадах и в интерьерах, декоративная садово-парковая скульптура и т. д.), декоративно-прикладное искусство (бытовые художественные изделия) и оформительское искусство. Термин «декоративное искусство» широк по охвату входящих в него понятий. Декоративное искусство во многом связано с художественной промышленностью и дизайном. Оно вместе с архитектурой и дизайном формирует окружающую человека материальную предметно - пространственную среду, внося в нее эстетическое, образное начало. Произведения декоративного искусства всегда соотносятся со средой, для которой они предназначаются, и обычно составляют ансамбль.

Декоративно-прикладное искусство — раздел декоративного искусства; охватывает ряд отраслей творчества, которые посвящены созданию художественных изделий, предназначенных главным образом для быта. Произведения декоративно-прикладного искусства могут быть: различная утварь, мебель, ткани, орудия труда, оружие, а также другие изделия, не являющиеся по изначальному предназначению произведений искусства, но приобретающие художественное качество благодаря приложению к ним труда художника; одежда, всякого рода украшения. Наряду с делением произведений декоративно-прикладного искусства по их практическому назначению в научной литературе со второй половины XIX в. утвердилась классификация отраслей декоративно-прикладного искусства по материалу (металл, керамика, текстиль, дерево и т. п.) или по технике выполнения (резьба, роспись, вышивка, набойка, литьё, чеканка, интарсия и т. д.).

Живописная основа—материал, на котором выполняется живопись.

Живопись— один из основных видов изобразительного искусства, произведения которого выполняются при помощи красок, смальт и других материалов, наносимых на какую-либо твёрдую поверхность. Живопись подразделяется на станковую, монументальную и декоративную.

Зарисовка — быстро выполненный рисунок с натуры. В отличие от близкого по техническим средствам наброска, в зарисовке могут быть тщательно проработаны нужные художнику детали.

Картина - станковое произведение живописи, имеющее самостоятельное значение. отличие от этюда и эскиза картина является завершённым произведением, итогом длительной работы художника, обобщением наблюдений и размышлений над жизнью. Картина воплощает глубину замысла и образного содержания.

Картон (фр. carton – бумага) — 1) разновидность толстой, твёрдой, плотной бумаги; 2) подсобный рисунок, выполняемый в размере будущего произведения (фрески, ковра и т.п.).

Колорит (итал. kolorito, от лат. color – краска, цвет) — система отношения цветов и их оттенков в художественном произведении, прежде всего в живописи. Исторически сложились 2 системы построения К. В первой применяется ограниченное количество чистых, неизменных цветов, лишённых оттенков; для второй характерно стремление к более полной передаче цветовой гаммы. К. может быть тёплым (преимущественно красные, жёлтые, оранжевые тона) и холодным (преимущественно синие, зелёные, фиолетовые тона), спокойным и напряжённым, ярким и блёклым.

Композиция (от лат. compositio - сочинение, составление; соединение, связь) — построение художественного произведения, обусловленное его содержанием, назначением, расположением, взаимосвязью его частей (деталей), линий, пятен света и цвета, чтобы в конечном итоге произведение обладало прекрасным качеством целостности, т. е. каждая деталь была бы на своём месте — ни убавить, ни прибавить. Как правило, композиция. Строится на сопоставлении всех деталей с главным сюжетно-тематическим центром.

Контрапост (от ит. contrapposto противоположность) — в изобразительном искусстве приём изображения, при котором положение одной части тела контрастно противопоставлено положению другой части (например, верхняя часть корпуса показана в повороте).

КОНТУР (фр. contour – очертание, от лат. continere – заключать, содержать) – изобразительное средство в виде ограничивающей форму линии. В пространственном смысле контур – это видимая поверхность края объёмной формы.

Кракелюр (фр. (фр. craquelure)) — растрескивание грунта, красочного слоя или лака картины.

Лессировка (от нем. lasiergund - покрытие глазурь) — приём живописной техники: последовательное нанесение тонких красочных слоев. Л. возможна только при использовании масляных красок; с её помощью усиливают или ослабляют цветовые тона, добиваются звучности тона, объединяют колорит. Лессировкой в европейской живописи XVI—XIX вв. обычно заканчивали работу над картиной; особенно это касается художников классического и академического направлений.

Масляная живопись — одна из наиболее распространённых разновидностей живописной техники, основанная на применении растительного (чаще всего льняного) масла в качестве основного связующего вещества. Краски, в которых пигмент смешан с растительным маслом, называются масляными. Живописной основой могут служить полотно, а также картон, бумага и некоторые другие материалы.

Мастихин (ит. mestichino) – инструмент художника из тонкой стальной пластины в виде ножа или лопатки с изогнутой ручкой. Он бывает разных размеров и формы. Применяется для очистки палитры и для частичного удаления не засохшей краски с картины. Иногда мастихин употребляется вместо кисти для создания живописного произведения, нанесения краски ровным слоем или рельефными мазками.

Модель (фр., modele; мера, образец) — натурщик, позирующий художнику или скульптору во время работы над произведением (включая этюд и набросок). В переносном смысле слова "модель" называют иногда любые существа и предметы, послужившие художнику в качестве натуры.

Набросок - изображение, быстро исполненное художником каким-либо материалом или техникой (рисунок, живопись, небольшая скульптура). В набросках художники фиксируют свой замысел, возникший в ходе работы, или отдельные наблюдения. Наброски выполняют с натуры, по памяти и представлению разнообразными художественными материалами: графитным карандашом, углем, фломастером, тушью (кистью и пером) и др. В набросках важно передать главные качества натуры, ее характерные пропорции, форму, уловить движение и отбросить лишние детали. Вместе с тем именно лаконичные наброски порой обладают большой образной выразительностью и художественной ценностью, особенно если их выполняли выдающиеся мастера искусства.

Натура (от лат. *natura* - природа) — в изобразительном искусстве реальные объекты (человек, предметы, ландшафт и т. п.), которые человек наблюдает при их изображении. Непосредственно с натуры выполняются этюды, наброски, зарисовки, часто портреты, пейзажи, натюрморты.

Натюрморт (фр. *nature morte* - мёртвая природа) — жанр изобразительного искусства (главным образом станковой живописи), посвященный воспроизведению предметов обихода, цветов, снеди, различных атрибутов искусства и пр. Отдельное произведение этого жанра также называется натюрморт.

Нюанс (фр. *nuance*) - оттенок, едва заметный переход, тонко различие в цвете. В изобразительном искусстве – едва заметный переход одного цветового тона в другой (в живописи) или одной светотеневой градации в другую (в скульптуре, графике). Совокупность оттенков (нюансировка) применяется для более тонкой моделировки изображения.

Основные цвета — 3 цвета, оптическое смешение которых в разных пропорциях позволяет получить любой другой цвет; самой естественной является система жёлтого, красного и синего тонов, так как они не могут быть получены путём смешения других красок, а, напротив, являются основой для получения любого другого цвета.

Оттенок - градация тона, нюанс. Разнообразие оттенков обогащает колорит (в живописи, цветной графике), светотеневую моделировку (в скульптуре, монохромной графике) **Орнамент** (от лат. *ornamentum* – украшение) – узор, построенный на ритмическом чередовании и организованном расположении элементов. зависимости от характера мотивов различают следующие виды орнаментов: геометрический, растительный, зооморфный и антропоморфный. Геометрический орнамент может состоять из точек, линий (прямых, ломаных, зигзагообразных, сетчато-пересекающихся), кругов, ромбов, многогранников, звезд, крестов, спиралей и др. Сложные орнаменты типа меандр, встречающиеся в искусстве Древней Греции, тоже можно отнести к геометрическому орнаменту. Растительный орнамент составляется из стилизованных листьев, цветов, плодов, веток и т. п. (лотоса, папируса, пальмы и др.). Наиболее часто встречающийся у всех народов мотив «Дерево жизни», который может изображаться и как цветущий куст, и более декоративно-обобщенно, является растительным орнаментом. Зооморфный орнамент изображает стилизованные фигуры или части фигур реальных и фантастических животных. Иногда подобный орнамент называют звериным стилем. Декоративные изображения птиц и рыб также относятся к этому виду орнамента. Антропоморфный орнамент в качестве мотивов использует мужские и женские стилизованные фигуры или части лица и тела человека.

Палитра (от фр. *palette*) - тонкая дощечка с отверстием для надевания на большой палец левой руки, служащая живописцам для смешивания красок; 2) подбор цветов, характерный для данной картины или данного живописца; колорит.

Пастель (фр. *pastel*, от лат. *pasta* – тесто) – материал художника и техника изобразительного искусства. Пастель – это мягкие цветные палочки – карандаши, изготовленные из пигментов, мела и связующих веществ. В процессе изготовления пастельных карандашей их не засохшая масса выглядит как тесто, паста – отсюда и название. Пастель имеет много нежных оттенков каждого цвета. В зависимости от приемов работы пастель можно отнести либо к живописи, либо к рисунку (графике). Пастельные мелки позволяют создать мягкие тональные переходы, как в акварели, за счет втирания краски в бумагу и матовую поверхность, как в технике гуаши.

Пигменты (лат. *pigmentum* – краска) – красящие вещества. Пигменты, или красители, бывают минерального, химического, органического (животного или растительного) происхождения. Для

приготовления красок пигменты тонко растирают в порошок и смешивают со связующими (маслом, клеем и др.) Органические пигменты уступают по прочности минеральным. Сейчас для изготовления красок применяют в основном искусственные пигменты, как наиболее стойкие.

Пластичность – в произведениях разного вида искусства: особая красота, целостность, тонкость и выразительность моделировки и цветового решения форм, богатство цветовых и тональных переходов, а также гармоническая взаимосвязь и выразительность масс, форм их линий и силуэтов в композиции.

Подрамник, подрамок — деревянный остов в виде рамки, на который натягивается холст для живописи.

Портрет (фр. *portrait* – изображение) – жанр изобразительного искусства с изображением одного человека или группы людей. Кроме внешнего, индивидуального сходства, художники стремятся в портрете передать характер человека, его духовный мир. Существуют многие разновидности портрета. К жанру портрета относятся: поясной портрет, бюст (в скульптуре), портрет в рост, групповой портрет, портрет в интерьере, портрет на фоне пейзажа. По характеру изображения выделяются две основные группы: парадные и камерные портреты. Как правило, парадный портрет предполагает изображение человека в полный рост (на коне, стоящим или сидящим). В камерном портрете используется поясное, погрудное, плечевое изображение. В парадном портрете фигура обычно дается на архитектурном или пейзажном фоне, а в камерном – чаще на нейтральном фоне.

Профиль (фр. *profil*) – в изображении человека: боковое положение головы или фигуры в целом.

Пуантилизм (от фр. *pointiller* – писать точками), – художественный прием в живописи: письмо отдельными четкими мазками (в виде точек или мелких прямоугольников), наносимые на холст чистые краски в расчете на их оптическое смешение в глазу зрителя, в отличие от механического смешения красок на палитре. Изобрел пуантилизм французский живописец Ж. Сера на основе научной теории дополнительных цветов. Оптическое смешение трех чистых основных цветов (красный, синий, желтый) и пар дополнительных цветов (красный – зеленый, синий – оранжевый, желтый – фиолетовый) дает значительно большую яркость, чем механическая смесь пигментов.

Разбавитель — жидкость для разведения красок и лаков. Для акварельных красок и гуаши единственный разбавитель—это вода. Для масляных красок необходимы специальные разбавители, которые используются также для приготовления и разбавления лаков, для мытья кистей, палитры и т. д.

Размывка — художественный приём при работе с красками, растворимыми в воде (акварель, сепия и др.): при обилии воды — получение изображения более расплывчатого и неопределённого.

Ракурс (фр. *racourci* - сокращать, укорачивать) — в живописи, графике и рельефе изображение фигуры или предмета в перспективе, с сокращением удалённых от зрителя частей изображённого на плоскости предмета. В декоративных росписях ракурсы (часто необычные, обусловленные очень высокой или очень низкой точками зрения) используются для наиболее эффектной передачи бурного движения и иллюзионистически построенного пространства.

Рефлекс (от лат. *reflexus* – обращенный, отраженный), в живописи, реже в графике - отсвет цвета и света на каком-либо предмете, возникающий в тех случаях, когда на этот предмет падает отсвет от окружающих объектов (соседних предметов, неба и т.д.). Точное и тонкое воспроизведение рефлекса способствует передаче объема, богатства цветов и оттенков изображаемой природы в их сложной взаимосвязи.

Рисунок — изображение, начертание на плоскости, основной вид графики. Основу Р. составляют линия, штрих, светотеневые пятна в одном или нескольких цветах, преимущественно на бумаге; наносятся карандашом, пером, кистью, углём и т. д. Р. — основа всех видов изобразительного искусства и самый древний из них.

Сангина (фр. *sangine*, от лат. *sanguis* – кровь) – мягкий материал и инструмент для рисования в виде палочек-карандашей, дающих матовый красно-коричневый тон. Она бывает различных оттенков. Сангина приготавливается из глины, окислов железа и связующих веществ. Она напоми-

нает пастель коричневого тона. Материал очень красивый, дающий богатые выразительные возможности использования линий, штрихов, пятен. Рисуют сангиной на шероховатых бумаге, картоне, холсте, используя разнообразные приемы: линии и штрихи различной толщины, длины, направленности, растушевку, позволяющую создавать красочные пятна.

Светотень — одно из основных средств изобразительного искусства. Она позволяет художнику передавать форму предмета, его объём, особенности его поверхности. И в натуре, и в живописи светотеневой строй целого зависит от взаимосвязи света, тени, полутени, рефлекса.

Связующее вещество — это плёнкообразующие вяжущие вещества, с помощью которых частицы пигмента скрепляются между собой и закрепляются на поверхности основы или грунта, образуя красочный слой. От них зависит прочность красочного слоя, старение и разрушение, эстетические эффекты (блеск, бархатистость, прозрачность и т. п.), а также техника и технология живописи. Виды живописи различаются именно составом Связующее вещество: для фресок — это гашёная известь, для темперы — эмульсии, для акварели — гуммиарабик и декстрин в сочетании с мёдом или глицерином и т. д.

Скипидар (терпентинное масло) — бесцветная жидкость с запахом хвои, которую получают из смолы хвойных деревьев. Разбавитель лаков и красок, средство для мытья кистей.

Силуэт (фр. silhouette – плоскостное изображение, прием работы), средство художественной выразительности, а также вид графики. Явление силуэта может возникать и в процессе восприятия объемных форм в зависимости от освещения. Силуэт подобен тени объекта. Качество силуэтности используется художниками во всех видах искусства. Силуэт

фигуры или предмета рисуется обычно сплошным черным пятном на светлом фоне или белым на темном фоне. В таком рисунке внешние очертания объекта должны быть очень выразительны, без лишних деталей. Портреты в технике силуэта делаются, как правило, в профиль. Силуэты можно не только рисовать, но и вырезать ножницами.

Станковое искусство — термин, которым обозначают произведения живописи, скульптуры и графики, имеющие самостоятельное значение, не связанное с каким-либо художественным ансамблем или утилитарными функциями. Это, прежде всего живопись, которая создавалась не на стенах и потолках зданий, а отдельно, на станке (мольберте). Затем название «станковое искусство» распространилось и на другие виды изобразительного искусства.

Стилизация — это обобщенное, упрощенно – схематическое изображение фигур и предметов с помощью определенных приемов рисунка и форм, объемных и цветовых соотношений, выявление и подчеркивание наиболее характерного.

Техника — в искусстве — совокупность специальных приёмов, способов, навыков, применяемых при исполнении произведений различных видов искусства. При этом необходимым условием является знание технологии, т. е. материалов, используемых в соответствующем виде искусства, и способа их обработки.

Тон (франц. ton, от греч. tonos - ударение, напряжение) - начальный, простейший элемент светотени в природе и в художественном произведении: степень светлоты, свето-насыщенность отдельных участков пространства, фигур и предметов в зависимости от интенсивности их освещенности.

Тон цветовой - одна из основных характеристик цвета (наряду с его светонасыщенностью), определяющая его оттенок по отношению к основному цвету спектра. Различия в названиях красок указывают в первую очередь на цветовой тон. В живописи тоном называется также основной оттенок, обобщающий и подчиняющий себе все цвета произведений и сообщающий колориту цельность. Краски в тональной живописи подбираются с расчетом на объединение цветов общим тоном.

Тональность (франц. tonalite) — общий колористический или светотеневой строй произведения живописи или графики. Чаще употребляется по отношению к цвету, приближаясь по значению к понятию цветовой гаммы и общего цветового тона. В графике указывает на характер общего светотеневого тона.

Уголь — в искусстве — мягкий материал для рисования, изготовленный из подвергнутых обжигу тонких древесных веток или обструганных палочек. Наряду с обычным используется прессованный У., более прочный, чем натуральный, и дающий более глубокие тона.

Фактура (от лат. *facture* - обработка, строение) - 1) в изобразительном искусстве — совокупность различных технических приёмов обработки поверхности, используемых как средства художественной выразительности: почерк линии и мазка, ведение кисти, пера или карандаша. Фактура — важный элемент художественной формы, она не только передаёт особенности поверхности изображаемых предметов, но и является проявлением индивидуальной манеры автора; 2) особенности отделки или строения какого-либо материала.

Флейц (нем. *flez* - слой, пласт) — плоская широкая кисть, позволяющая быстро покрывать большие поверхности ровным слоем.

Холст (полотно) — прочная суровая ткань, обычно льняная, выработанная из толстой пряжи; предварительно загрунтованный холст используется для живописи масляными красками. В переносном значении холст. — то же, что картина.

Шпатель, шпатель (нем.) - лопатка для грунтовки, перемешивания красок, очистки палитры.

Эскиз (фр.) в изобразительном искусстве — предварительный, часто беглый набросок, фиксирующий замысел художественного произведения.

Этюд (от французского *etude*, буквально - изучение) произведение, выполненное с натуры с целью ее изучения. Этюд (живописный, скульптурный, графический) часто служит подготовительным материалом.