

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

 В.Н. Шимов

«24» 12 2008 г.

Регистрационный № УД-116-081 баз.

Графический дизайн

Учебная программа для специальности
1-26 02 03 «Маркетинг»

МИНСК 2008

СОСТАВИТЕЛИ:

Олег Иванович Карнеко, доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций УО "Белорусский государственный экономический университет", кандидат экономических наук, доцент;

Рита Владимировна Галицина, ассистент кафедры информационных технологий УО "Белорусский государственный экономический университет".

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кристина Александровна Стрикелева, декан факультета дизайна и декоративно-прикладного искусства Белорусской государственной академии искусств, кандидат искусствоведения, доцент;

Андрей Максимович Седун, заведующий кафедрой информационных технологий УО "Белорусский государственный экономический университет", кандидат техн. наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций УО "Белорусский государственный экономический университет" (протокол № 4 от 30.10.2008 г.);

Научно-методическим советом УО "Белорусский государственный экономический университет" (протокол № 2 от 18.12.2008 г.);

Научно-методическим советом по специальности: «Маркетинг»
(протокол № 1 от 21. ноября.2008 г.);

Ответственный за выпуск: _____

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Система высшего образования и педагогическая наука в настоящее время ориентируются на профессионально-творческое формирование личности специалиста.

Учебная дисциплина «Графический дизайн» (ГД) занимает важное место в системе подготовки специалистов по маркетингу (специализация «Рекламная деятельность»), формируя у студентов культуру восприятия предметного мира, образно-пространственное и абстрактное мышление, позволяющее интерпретировать абстрактную информацию в визуальные образы, что необходимо в их дальнейшей профессиональной 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 западет в сердца целевых аудиторий и изменит отношение их представителей в нужном направлении.

При изучении курса принимаются во внимание знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении ими цикла курсов по информационным технологиям.

Курс предоставляет начальные теоретические знания в области графического дизайна, знакомит с основами композиции, формообразования, колористики, перспективы, шрифтографии и формирует первичные навыки по созданию и решению композиционных и проектных задач в рекламе с использованием компьютерных технологий.

Цель изучения дисциплины «Графический дизайн» — ознакомление с основами графического дизайна, освоение рабочего инструментария (программный пакет CorelDraw), 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.

В результате изучения дисциплины «Графический дизайн» 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 на практике:

- анализировать графические образы;
- создавать элементы систем знаков – информационных, коммуникационных, предупреждающих;
- создавать шрифтовые композиции;
- создавать элементы фирменного стиля;
- работать в графическом редакторе Corel Draw.

Курс представляется актуальным в современной ситуации, когда создание эффективного дизайна, адаптированного к целевой аудитории, является неотъемлемым элементом маркетинга.

Изучение каждой темы курса, помимо приведенных в базовой программе литературных источников, предполагает использование материалов тематической печати, а также информационных ресурсов сети Интернет.

Для изучения курса в учебных планах предусматривается 84 часа, в том числе 26 часов лекций, 6 часов семинарских занятий и 20 часов лабораторных занятий, самостоятельная работа студентов, консультации и зачет. Для закрепления теоретических знаний и практических навыков, приобретаемых на занятиях, необходимо выполнение студентами индивидуальных внеаудиторных заданий.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование темы	Количество часов		
	лекций	семинарских занятий	лабораторных занятий
Тема 1. Предмет и основные понятия графического дизайна	2		
Тема 2. Основы композиции	4	2	4
Тема 3. Форма и формообразование	4	2	2
Тема 4. Цветоведение (колористика)	4	2	4
Тема 5. Пространство. Перспектива	4		4
Тема 6. Шрифты.	2		2
Тема 7. Современный рекламный дизайн.	4		4
Тема 8. Компьютерные технологии и программы в графическом дизайне.	2		
ИТОГО	26	6	20
	52		

Примечание. Распределение часов по темам дисциплины может быть изменено в соответствии с решениями учебно-методических советов вузов.

Тема 1. Предмет и основные понятия графического дизайна

Роль, место и задачи курса в комплексе специальных дисциплин в подготовке специалиста по маркетингу.

Основные понятия графического дизайна. Определение понятия "дизайн". Практика и теория дизайна. Предмет дизайна. Основной метод дизайна. Графический дизайн. Направления графического дизайна.

Графический дизайн как визуальная составляющая имиджа компании. Рекламный блок: товарный знак, слоганы, рекламное изображение. Характеристика элементов рекламного блока, правила и технологии их разработки.

Тема 2. Основы композиции

Основные понятия. Определение композиции, роль и значение ее в структуре произведения.

Средства организации композиции. Форма, цвет, фактура.

Основные принципы организации композиции и средства её гармонизации. Равновесие. Единство и соподчинение. Ритм. Контраст. Пропорции. Масштаб.

Виды композиции. Фронтальная. Объемная. Глубинно-пространственная.

Примеры. Композиционный анализ рекламного модуля.

Тема 3. Форма и формообразование

Концепция формы. Первичные элементы формы. Точка, линия, плоскость, объем, пространство. Базовые формы пространства и плоскости. Восприятие формы на плоскости.

Пропорциональность формы. "Золотое сечение".

Собственные свойства формы. Геометрический вид (конфигурация). Величина. Положение в пространстве. Масса. Фактура. Текстура. Цвет. Светотень.

Примеры. Построение композиции рекламного модуля на основе пропорционирования.

Тема 4. Цветоведение (колористика)

Основы колористики. Основные понятия: цвет, оттенок, интенсивность, глубина, светлота, насыщенность, контрастность. Хроматические и ахроматические цвета. Цветовые системы. Компьютерные цветовые системы. Аддитивная и субтрактивная системы. Системы CMYK, RGB, HSB, HLS.

Основы цветовой гармонии. Понятие гармония. Девять признаков гармонии. Цветовые палитры.

Психология цвета. Цветовые ассоциации. Символика цвета.

Цветовые композиции. Определение цветовой композиции. Основные типы цветовой композиции.

Примеры. Анализ цвета в рекламном модуле.

Тема 5. Пространство. Перспектива

Основные понятия перспективы. Перспектива. Точка зрения, лучи зрения, перемена точки зрения, угол зрения, точка расстояния, линия горизонта.

Перспектива: линейная; горизонтальных прямых; параллельных прямых; окружности; базовых объемных форм; воздушная перспектива. Правила построения перспективы. Перспектива как художественный прием.

Оптические иллюзии. Иллюзия перспективы. Приемы выхода из плоскости листа. Зависимость восприятия фигуры от окружения.

Примеры. Анализ пространственно-перспективных отношений в рекламных изображениях.

Тема 6. Шрифты

Основные понятия. История шрифтов. Начертание. Классификация компьютерных шрифтов.

Основные требования к шрифту. Удобочитаемость шрифта. Содержание и форма. Образность шрифта. Ритмический строй шрифта. Цвет - средство художественной выразительности шрифта. Единство стиля в шрифте.

Примеры. Шрифт в рекламных композициях.

Тема 7. Современный рекламный дизайн

Принципы рекламного дизайна. Компонировка рекламы. Компьютерные технологии создания современного рекламного продукта.

Цвет в рекламе. Психология цвета и печатная реклама. Семантика спектральных цветов. Противоречивые значения цветов в рекламе. Контрастные диссоннирующие цвета их влияние на психику зрителя. Разработка идеи художественных и текстовых элементов цветового решения фирменного стиля.

Тема 8. Компьютерные технологии и программы в графическом дизайне

Виды компьютерной графики. Растровая, векторная.

Средства и способы создания компьютерной графики. Устройства ввода информации: сканеры и сканирование, цифровые фотокамеры, графический планшет и рисование. Современные графические пакеты в компьютерной графике.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Розенсон И. Основы теории дизайна. Учебник для вузов. СПб.: Питер 2006.
2. Том Питерс. Основы. Дизайн. Изд. Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2006.
3. К. Мориока, Т. Стоун, Дизайн цвета. Практикум. Изд. РИП-Холдинг, 2006.
4. Миронова Л.Н. Цвет в изобразительном искусстве. Пособие для учителей.- Мн.: Беларусь, 2005.
5. Квентин Ньюарк, Что такое графический дизайн? Изд. АСТ, 2005.
6. Павловская Е.Э. Дизайн рекламы: поколение NEXТ. Стратегия творческого проектирования. - СПб.: Питер, 2004.
7. В. Курушин, Дизайн и реклама. Самоучитель. Изд. ДМК, 2006.
8. Рожкова Н.Г. Графический дизайн и реклама на компьютере : краткое руководство. - Москва ; Санкт-Петербург ; Киев : Вильямс, 2006.
9. Феличи Дж., Типографика: шрифт, верстка, дизайн / Пер. с англ. и коммент. С.И. Пономаренко. - СПб.: ВHV, 2007.
10. Робин Вильямс, Дизайн для недизайнеров. Библиотека дизайнера. Изд. Символ, 2008.
11. Майк Пресс, Рэйчел Купер, Власть дизайна. Ключ к сердцу потребителя. Изд. Гревцов Паблшер, 2008.
12. Федорова А. В. CorelDRAW X3. Экспресс-курс. Петербург, 2006.
13. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий (+ CD-ROM). – СПб.: ВHV , 2004.
14. Миронов Д., Компьютерная графика в дизайне. Изд. ВHV. 2008.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

15. Пронин С. Рекламисту о дизайне. Дизайнеру о рекламе. Изд. Бератор-пресс , 2004.
16. 1000 способов шрифтового дизайна. Изд. РИП-Холдинг. 2005
17. Гармония цвета. Изд. АСТ, 2005
18. Дж. Годфри, Лучший дизайн брошюр 9. Изд. РИП-Холдинг. 2006
19. Лучший дизайн визитных карточек 7. Изд. РИП-Холдинг. 2006

20. Шнейдеров В.С. Фотография. реклама, дизайн на компьютере / Шнейдеров Виталий Семенович. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2006.
21. Грожан Д.В. Справочник начинающего дизайнера / Грожан Диана Владимировна. - Изд. 4-е. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2006.
22. Мионов Д. Ф. Основы Photoshop CS2. Учебный курс. -- СПб.: Питер, 2006
23. Курсив — журнал издательства "Курсив".
24. Publish — журнал издательства
25. <http://www.corel.com>;
26. <http://www.corel.ru>
27. www.bigmax.ru
28. www.forma.ru
29. www.houses.ru
30. www.sibdesign.ru
31. www.citforum.ru
32. ermak.cs.nstu.ru/kg_rivs/
33. graphics.cs.msu.su/

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>