**4 курс 7 семестр**

**Занятие№1**

**Тема 1. Вводная лекция. История развития дизайна**.

Тип занятия: лекция.

 Цель занятия:

• учебная – научить ориентироваться в истории дизайна.

• воспитательная - воспитать серьезное отношение к процессу работы.

• развивающая - развить кругозор студентов и эстетический вкус.

**Литература и учебные пособия:**

1. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна. М., 2001
2. Глазычев В. Л. Дизайн как он есть. Изд 2-е, доп. - М., Европа, 2006
3. Калмыкова Н.В., Максимова И.А. Дизайн поверхности. Композиция, пластика, графика, колористика. Учебное пособие. М., Книжный дом «Университет», 2010
4. Лаврентьев А.Н. История дизайна. Учебное пособие. М., Гардарики, 2007
5. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. СПб, Питер, 2008
6. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учебное пособие. 2-е изд. уточненное и доп. М., АСТ: Астрель, 2007
7. Шимко В.Т. Основы дизайна и средовое проектирование. Учеб. пособие. М., ИМДТ, 2007
8. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. — СПб.: БХВ-Петербург, 2004. — 240 с.: ил.

**План - конспект занятия**

I. Сообщение темы занятия: «Вводная лекция. История развития дизайна».

II. Сообщение цели и задачи занятия.

III. Мотивация учебной деятельности и актуализация опорных знаний.

IV. Закрепление полученных знаний.

Специалисты в области графического дизайна очень востребованы в наши дни. Во многом это связано с развитием рекламы. Объем заказов на разра­ботку рекламных материалов растет, а лучшие знаки, экслибрисы, плакаты, открытки можно смело назвать произведениями искусства.

Существуют определенные средства выразительности, широко известные приемы, используемые художниками с древнейших времен до наших дней. Вместе с тем, человек постоянно ищет новые возможности, чтобы раскрыть свой внутренний мир, передать чувства, эмоции. Далеко не последнюю роль в этих поисках играют новые технологии, материалы, инструменты.

С помощью каменных орудий первобытные люди строили жилища и охоти­лись, но ими же высекали рисунки на скалах и стенах пещер. Ткачество по­зволило создавать не только одежду, защищающую от холода, но и декора­тивные гобелены. Открытие древними римлянами бетона удешевило строительство и привело к появлению новых форм в архитектуре — куполов и арок. Изобретение бумаги и книгопечатание сделали накопленные веками знания доступными для всех, стало возможным тиражирование художест­венной продукции.

В двадцатом веке человек придумал компьютер, который с успехом исполь­зуется во всех областях жизни, в том числе и в художественном творчестве.

V. Подведение итогов и выставление оценок.

VI. Анализ типичных ошибок допускаемых студентами.

VII. Домашнее задание:

**Занятие№2**

**Тема 2. Зрительное восприятие формы и пространства**.

Тип занятия: лекция.

 Цель занятия:

• учебная – научить правильно выбирать и использовать инструменты для восприятия и воспроизведения формы и пространства.

• воспитательная - воспитать серьезное отношение к процессу работы.

• развивающая - развить кругозор студентов и эстетический вкус.

**Литература и учебные пособия:**

1. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна. М., 2001
2. Глазычев В. Л. Дизайн как он есть. Изд 2-е, доп. - М., Европа, 2006
3. Калмыкова Н.В., Максимова И.А. Дизайн поверхности. Композиция, пластика, графика, колористика. Учебное пособие. М., Книжный дом «Университет», 2010
4. Лаврентьев А.Н. История дизайна. Учебное пособие. М., Гардарики, 2007
5. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. СПб, Питер, 2008
6. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учебное пособие. 2-е изд. уточненное и доп. М., АСТ: Астрель, 2007
7. Шимко В.Т. Основы дизайна и средовое проектирование. Учеб. пособие. М., ИМДТ, 2007
8. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. — СПб.: БХВ-Петербург, 2004. — 240 с.: ил.

**План - конспект занятия**

I. Сообщение темы занятия: «Зрительное восприятие формы и пространства».

II. Сообщение цели и задачи занятия.

III. Мотивация учебной деятельности и актуализация опорных знаний.

IV. Закрепление полученных знаний.

Компьютер позволяет быстро трансформировать геометрию объекта, подоб­рать цвет, выполнить сложные графические построения, имитировать раз­личные визуальные эффекты, анимировать изображение.

Основную часть информации о внешнем мире человек воспринимает при помощи зрения. Для большинства людей именно зрительные образы опреде­ляют мир, в котором они живут.

*1.Свойства зрительного восприятия.*

Окружающая среда воздействует на человека. Звуковая, визуальная, тактиль­ная, обонятельная, вербальная информация непрерывно поступает в мозг.

Основную часть информации о внешнем мире человек воспринимает при помощи зрения. Для большинства людей именно зрительные образы опреде­ляют мир, в котором они живут.

2.Иллюзорность — обманчивость зрительного восприятия. Причина оптической иллюзии лежит как в физических свойствах предмета, так и в особенностях механизма зрения, и является следствием несовершен­ства органов чувств. Оптические иллюзии закономерны и объективны.

*3.Перспектива.*

Изменение формы объекта в пространстве — одна из наиболее ярких зри­тельных иллюзий. Всем известно, что одинаковые фигуры по мере удале­ния от зрителя воспринимаются неодинаковыми. Параллельные прямые кажутся непараллельными, сходящимися в одной точке (точке схода), а непараллельные — параллельными, окружности выглядят эллипсами.

Такие свойства зрительного восприятия называют перспективными искаже­ниями. Существует объективная закономерность перспективного видения.

4.*Тени.*

Игра света и тени, оказывая решающее влияние на восприятие, усиливает объемно-пространственную композицию и эффект перспективы. Построение теней на графических изображениях обеспечивает большую наглядность, уси­ливает объемно-пространственное восприятие, подчеркивает рельефность и эффект перспективы.

*5.Ассоциативность и образность.*

Ассоциативность устанавливает связи между отдельными представлениями, вследствие чего одно из них вызывает другое, третье.

Образность — основанная на ассоциативности способность сознания возбу­ждать художественные образы.

*6.Выразительность графических средств.*

Эмоциональное восприятие основных элементов графики — точки, линии, пятна.

Разные типы линий вызывают различные, вполне определенные, чувства и ассоциации. Форма линий, их направление, изменение толщины — все это определяет выразительность рисунка.

Современные компьютерные программы, в частности, CorelDRAW, позво­ляют имитировать разнообразные художественные техники: акварель, масло, мозаика. Выбор инструмента и правильное его использование зависит от задачи, поставленной перед дизайнером.

V. Подведение итогов и выставление оценок.

VI. Анализ типичных ошибок допускаемых студентами.

VII. Домашнее задание:

**Занятие№3**

**Тема 3.** **Искусство цвета.**

Тип занятия: лекция.

 Цель занятия:

• учебная – научить студентов разбираться во всех аспектах теории цвета.

• воспитательная - воспитать серьезное отношение к процессу работы.

• развивающая - развить кругозор студентов и эстетический вкус.

**Литература и учебные пособия:**

1. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна. М., 2001
2. Глазычев В. Л. Дизайн как он есть. Изд 2-е, доп. - М., Европа, 2006
3. Калмыкова Н.В., Максимова И.А. Дизайн поверхности. Композиция, пластика, графика, колористика. Учебное пособие. М., Книжный дом «Университет», 2010
4. Лаврентьев А.Н. История дизайна. Учебное пособие. М., Гардарики, 2007
5. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. СПб, Питер, 2008
6. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учебное пособие. 2-е изд. уточненное и доп. М., АСТ: Астрель, 2007
7. Шимко В.Т. Основы дизайна и средовое проектирование. Учеб. пособие. М., ИМДТ, 2007
8. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. — СПб.: БХВ-Петербург, 2004. — 240 с.: ил.

**План - конспект занятия**

I. Сообщение темы занятия: «Искусство цвета».

II. Сообщение цели и задачи занятия.

III. Мотивация учебной деятельности и актуализация опорных знаний.

IV. Закрепление полученных знаний.

Восприятие изображения в значительной мере определяется цветом. Цвет делает изображение более выразительным, передает настроение, обо­стряет восприятие, придает форме особую значимость и одухотворен­ность.

*1.* *Значение цвета в изобразительном искусстве.*

Мир прекрасен, потому что человек воспринимает его в цвете. Поиск особого цветового решения — один из главных вопросов, стоящих перед художником. Любое восприятие, в том числе и восприятие цвета, оп­ределяется работой мозга, поэтому у разных людей несколько различается видение красок, бывает иное ощущение гармонии.

*2.Природа цвета.*

Цвет — очень сложное явление. Существует несколько совершенно различ­ных подходов к его изучению.

Физики исследуют энергию электромагнитных колебаний, измеряют длину цветовой волны, проводят анализ спектра.

Химики работают с красителями, изучают их молекулярное строение, соз­дают новые пигменты, растворители, технологию нанесения на различные поверхности.

Специалисты компьютерной графики создают различные цветовые модели, позволяющие наиболее точно воспроизвести цвет на экране монитора или при выводе на печать.

Художники должны разбираться во всех аспектах теории цвета, хотя они часто интуитивно решают психологические вопросы, находят новые приемы эстетического воздействия, используют символическое звучание цвета, соз­дают неожиданные композиционные решения.

*3.Цветовые контрасты.*

Цель дизайнера — достичь гармоничного сочетания цветов совместным их примене­нием. Впечатление о цвете может быть усилено или ослаблено с помощью контрастов.

Существуют различные типы цветовых контрастов. В цветовой композиции художественного произведения лучше использовать какой-либо один тип. Все остальные контрастные соотношения должны быть второстепенными или вовсе не использоваться.

*4.Передача глубины пространства цветом.*

У цвета есть еще одно замечательное свойство. Различные цвета могут созда­вать ощущение приближения к зрителю или удаления,. с помощью цвета можно передать глубину пространства. Это происходит за счет контраста светлого и темного, различной насыщенности цвета, разницы площадей цве­товых пятен.

*5.Компьютерные цветовые модели.*

Цветопередача в полиграфии и на экранах компьютеров становится все бо­лее совершенной, но, тем не менее, существует определенный набор слож­ностей и технических проблем. Цвет на экране не всегда совпадает с теми оттенками, которые стремится передать художник или с природными крас­ками. Проблематично (а иногда и технически невозможно) получить одина­ковый цвет на мониторе, на распечатке цветного принтера и на типограф­ском оттиске.

V. Подведение итогов и выставление оценок.

VI. Анализ типичных ошибок допускаемых студентами.

VII. Домашнее задание:

**Занятие№4**

**Тема 4. Композиция в дизайне**.

Тип занятия: лекция.

 Цель занятия:

• учебная – научить строить композицию при создании художественного образа.

• воспитательная - воспитать серьезное отношение к процессу работы.

• развивающая - развить кругозор студентов и эстетический вкус.

**Литература и учебные пособия:**

1. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна. М., 2001
2. Глазычев В. Л. Дизайн как он есть. Изд 2-е, доп. - М., Европа, 2006
3. Калмыкова Н.В., Максимова И.А. Дизайн поверхности. Композиция, пластика, графика, колористика. Учебное пособие. М., Книжный дом «Университет», 2010
4. Лаврентьев А.Н. История дизайна. Учебное пособие. М., Гардарики, 2007
5. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. СПб, Питер, 2008
6. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учебное пособие. 2-е изд. уточненное и доп. М., АСТ: Астрель, 2007
7. Шимко В.Т. Основы дизайна и средовое проектирование. Учеб. пособие. М., ИМДТ, 2007
8. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. — СПб.: БХВ-Петербург, 2004. — 240 с.: ил.

**План - конспект занятия**

I. Сообщение темы занятия: «Композиция в дизайне».

II. Сообщение цели и задачи занятия.

III. Мотивация учебной деятельности и актуализация опорных знаний.

IV. Закрепление полученных знаний.

Создание художественного произведения — это, в первую очередь, работа над образом. В соответствии с образом строится композиция. Она выражает определенную идею, определяется поставленной задачей, ха­рактером и назначением всего произведения.

*1.Фронтальная композиция*

Если художественное произведение создается в одной плоскости, речь идет о фронтальной (плоскостной) композиции. К этому виду относятся живо­писные полотна, витражи, гобелены, графические изображения, фотогра­фии, плакаты, Web-страницы, рекламные листовки.

В самой фронтальной композиции глубина пространства может быть пере­дана перспективными сокращениями, светотеневыми решениями, цветовы­ми пятнами, но все произведение рассматривается с одной точки, фрон­тально.

*2.Объемная композиция*

Если при развитии композиции, наравне с двумя направлениями на плос­кости, присутствует третье направление — глубина, — создается объемная форма. Этот принцип построения композиции применяется в скульптуре, малых архитектурных формах, объектах декоративно-прикладного искусст­ва, при разработке дизайна бытовых или промышленных изделий, автомобилей, упаковок, трехмерных рекламных объектов.

Объемная композиция трехмерна. Ее можно рассматривать со всех сторон, и чем больше пространства ее окружает, тем отчетливее проявляется ее об­щий вид, пластическая конфигурация.

*3.Пространственная композиция*

В пространственной композиции преобладают размеры пространства, в ко­тором размещены объекты. Тем не менее, значение каждого, даже самого маленького элемента такой композиции, очень важно. Работа над простран­ственной композицией — это проектирование ландшафтов, интерьеров, те­атральных действий, выставочных павильонов и стендов.

*Принципы построения композиции.*

Композиционное построение — это приведение к целостности и гармонии всех частей произведения.

Нет четких правил гармоничного соединения отдельных элементов в единое целое, но эмоциональный художественный образ создается только тогда, когда соблюдаются определенные условия: в едином композиционном про­странстве должны выделяться изобразительный центр, читаться общая фор­ма, чувствоваться ритм.

Основными законами композиции можно считать:

- равновесие;

- единство и соподчинение всех частей.

Чем больше элементов используется в композиции, тем сложнее работа по ее созданию. Для многоэлементной композиции любого типа очень важно структурное построение, соотношение составляющих ее частей. Отдельные элементы объединяют в группы по два-три для сохранения целостности восприятия.

V. Подведение итогов и выставление оценок.

VI. Анализ типичных ошибок допускаемых студентами.

VII. Домашнее задание:

**Занятие№5**

**Тема 5.** **Типографический дизайн**.

Тип занятия: лекция.

 Цель занятия:

• учебная – научить разрабатывать дизайн печатных документов.

• воспитательная - воспитать серьезное отношение к процессу работы.

• развивающая - развить кругозор студентов и эстетический вкус.

**Литература и учебные пособия:**

1. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна. М., 2001
2. Глазычев В. Л. Дизайн как он есть. Изд 2-е, доп. - М., Европа, 2006
3. Калмыкова Н.В., Максимова И.А. Дизайн поверхности. Композиция, пластика, графика, колористика. Учебное пособие. М., Книжный дом «Университет», 2010
4. Лаврентьев А.Н. История дизайна. Учебное пособие. М., Гардарики, 2007
5. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. СПб, Питер, 2008
6. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учебное пособие. 2-е изд. уточненное и доп. М., АСТ: Астрель, 2007
7. Шимко В.Т. Основы дизайна и средовое проектирование. Учеб. пособие. М., ИМДТ, 2007
8. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. — СПб.: БХВ-Петербург, 2004. — 240 с.: ил.

**План - конспект занятия**

I. Сообщение темы занятия: «Типографический дизайн».

II. Сообщение цели и задачи занятия.

III. Мотивация учебной деятельности и актуализация опорных знаний.

IV. Закрепление полученных знаний.

Пространство страницы — это произведение графического дизайна. "Буквы, слова и массивы текста безупречно и удобочитаемо располагаются на про­странстве страницы, в то же время, это движущиеся фигуры на сцене листа, где типографика превращается в своего рода театр со своими действующими лицами" (А. Фрутингер).

Взяв в руки рекламную листовку, раскрыв буклет или взглянув на плакат, Вы получите первое впечатление о них, даже не читая текст. Внешний вид документа должен соответствовать содержанию, создавать определенный образ. Огромную роль в дизайне страницы играет шрифт.

Как и любой объект графического дизайна, шрифт зависит от инструмента, с помощью которого он воспроизводится. По способу воспроизведения шрифты делятся на рисованные и наборные.

*Типографика* — искусство относительно молодое. Пятьсот лет назад толчок к его появлению дало изобретение Гуттенбергом металлического набора. В компьютерную эру развитие типографики сделало революционный ска­чок. Основываясь на классических правилах набора, компьютерная верстка дает массу новых возможностей, а это стимулирует появление свежих дизайнерских решений.

Компьютерные технологии в полиграфии и мода на оригинальность породили радикальные направления в типографском искусстве. Зачастую шрифтовой документ создается не столько для чтения, сколько для рассматривания.

*Дизайн печатной страницы*

Оформление страницы печатного документа подчиняется всем законам композиции в дизайне. Текстовая страница строится из элементов публика­ции, так же как предметная композиция — из материальных объектов, а формальная — из абстрактных пятен и линий.

*1.* *Выбор шрифта для текстового документа*

Шрифт — основа композиции любого текста.

Шрифты, применяемые для набора больших объемов текста, просты в на­чертании, нейтральны, универсальны в отношении языка.

*2.Форма печатного документа*

При беглом взгляде на печатную страницу, текст в первую очередь восприни­мается как форма. Особенно это характерно для текстов на незнакомом языке.

Иногда форма намного интереснее и выразительнее содержания.

*Публикации рекламного характера*

Задача типографики в дизайне коротких рекламных документов — заинтересовать читателя. Реклама открывает почти безгранич­ные возможности для игры шрифтами, в ней можно делать даже то, чего, во­обще говоря, делать нельзя. Содержание текста, несомненно, важно, но пер­вая задача грамотно выполненной рекламы — привлечь к ней внимание. При этом если и страдает удобочитаемость, это компенсируется визуальным вос­приятием, тем более, что сначала охватывается взглядом весь объем страни­цы, форма, и только потом прочитывается информация. Разнообразные ори­гинальные приемы вполне допустимы в небольших по объему текстах. Для того чтобы взгляд "зацепился" за текст, типографическое воплощение слова и его смысл должны быть согласованы.

V. Подведение итогов и выставление оценок.

VI. Анализ типичных ошибок допускаемых студентами.

VII. Домашнее задание:

Сверстать эскиз журнала. Формат: А4, 3 страницы

**Занятие№6**

**Тема 6.** **Визуальные средства рекламы**.

Тип занятия: лекция.

 Цель занятия:

• учебная – научить разрабатывать дизайн макетов визуальной рекламы.

• воспитательная - воспитать серьезное отношение к процессу работы.

• развивающая - развить кругозор студентов и эстетический вкус.

**Литература и учебные пособия:**

1. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна. М., 2001
2. Глазычев В. Л. Дизайн как он есть. Изд 2-е, доп. - М., Европа, 2006
3. Калмыкова Н.В., Максимова И.А. Дизайн поверхности. Композиция, пластика, графика, колористика. Учебное пособие. М., Книжный дом «Университет», 2010
4. Лаврентьев А.Н. История дизайна. Учебное пособие. М., Гардарики, 2007
5. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. СПб, Питер, 2008
6. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учебное пособие. 2-е изд. уточненное и доп. М., АСТ: Астрель, 2007
7. Шимко В.Т. Основы дизайна и средовое проектирование. Учеб. пособие. М., ИМДТ, 2007
8. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. — СПб.: БХВ-Петербург, 2004. — 240 с.: ил.

**План - конспект занятия**

I. Сообщение темы занятия: «Визуальные средства рекламы».

II. Сообщение цели и задачи занятия.

III. Мотивация учебной деятельности и актуализация опорных знаний.

IV. Закрепление полученных знаний.

Реклама — это передача информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения потребителей, создания спроса, популяризации.

Рекламу доводят до получателя посредством всего того, что можно увидеть или услышать.

На сегодняшний день сформировался вполне определенный набор наиболее широко используемых каналов рекламного воздействия. Каждый из них имеет свою аудиторию и свою специфику.

Легко заметить, что большинство видов рекламы связано с визуальными образами. Элементы фирменного стиля, упаковка, этикетки, наружная и транспортная реклама, полиграфическая и сувенирная продукция, почтовые открытки, реклама в газетах и журналах — все это виды рекламы, требую­щие текстового и графического.

Эффективная реклама сразу же приковывает внимание потребителя. Для того чтобы рекламу заметили, нужна идея.

По целевой аудитории реклама подразделяется на потребительскую и де­ловую.

Потребительская реклама ориентирована на вполне определенную аудито­рию: подростков, домохозяек, жителей отдельных регионов. Большая часть потребительской рекламы проходит че­рез средства массовой информации.

Деловая реклама — для промышленности, торговли, сельского хозяйства, специалистов и предпринимателей в различных отраслях — обычно разме­щается в специализированных публикациях или профессиональных журна­лах либо направляется по почте непосредственно организациям, которые занимаются производством, оптовыми закупками, реализацией большого объема продукции.

По функциям и целям реклама подразделяется на товарную, нетоварную и корпоративную.

Товарная реклама призвана содействовать реализации товаров и услуг. К ней относятся реклама розничной торговли, реклама юридических услуг, финансовых услуг, медицинского страхования.

Нетоварная реклама пропагандирует не конкретный товар, а какие-либо идеи и цели. Корпоративная (имиджевая) реклама служит для повышения репутации и известности фирмы. Обязательный элемент корпоративной рекламы — фирменный стиль.

Составляющие фирменного стиля:

- информационная документация — визитки, проспекты, каталоги, буклеты;

- деловая документация — бланки, конверты, папки, прайс-листы;

- рекламная продукция — плакаты, листовки, открытки, рекламные ролики;

- сувенирная продукция — календари, блокноты, значки, брелки;

- упаковка — коробки, пакеты, фирменные флаконы, фирменная упако­вочная бумага, наклейки, этикетки;

- стиль оформления интерьеров офиса, торговых залов, выставочных вит­рин и экспозиций;

- спецодежда;

- оформление транспорта фирмы и прочее.

*Особенности различных видов печатной рекламной продукции*

Рекламные материалы с текстовой информацией — бланки, схемы, листов­ки, плакаты, проспекты, каталоги — стали неотъемлемой частью повседнев­ной жизни. Часто в них используется много интересных дизайнерских ре­шений, но далеко не все можно рассматривать как образец для подражания.

Самые оригинальные и неожиданные шрифтовые приемы и иллюстрации, примененные в рекламе, не достигнут цели, если не выработана единая концепция печатного документа. Создаваемый образ зависит от цели пуб­ликации, и этому образу должно соответствовать все: форма и размер листа, используемые цвета, шрифт, качество бумаги.

*Наружная реклама*

Наружная реклама имеет массу преимуществ. Во-первых, она явно лиди­рует по охвату потребителей.

Реклама адресуется определенной аудитории: домохозяйки должны ее уви­деть по пути в супермаркет, туристы — в аэропорту или гостинице, сту­денты — по дороге в учебные заведения или клубы.

Наружная реклама — наиболее зрелищная из всех видов реклам. Главное ее оружие — большой размер, качественное исполнение, четкий текст.

V. Подведение итогов и выставление оценок.

VI. Анализ типичных ошибок допускаемых студентами.

VII. Домашнее задание:

Эскиз фирменного знака. Макеты: визитной карточки, буклета (А5, 10 листов).