**Самостоятельная работа студентов**

**Предмет**

**«ОСНОВЫ ТЕОРИИ ДИЗАЙНА»**

**СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ «ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ФОТОГРАФИРОВАНИЕ»**

**ДНЕВНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ**

**КУРС IV(7 семест)**

**Перечень тем для самостоятельной работы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п./п. | Темы для самостоятельной работы | Количество часов |
| **1** | **Тема 5.** Типографический дизайн. | 20 |
| **2** | **Тема 6.** Визуальные средства рекламы. | 20 |
|  | **Всего часов** | **40** |

**График для изучения тем самостоятельной работы**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №п./п. | Темы для самостоятельной работы | Количество часов | Срок выполнения |
| **1** | **Тема 5.** Типографический дизайн. | 20 | **ноябрь** |
| **2** | **Тема 6.** Визуальные средства рекламы. | 20 | **декабрь** |
|  | **Всего часов** | **40** |  |

**Цель и задачи учебной дисциплины**

Самостоятельная работа развивает в студенте творческую инициативу, активность и самостоятельность художественного и образного мышления, что особенно важно для будущих художников. От того как подготовлен к самостоятельной работе студент, во многом зависит успех обучения и формирования его как будущего специалиста.

Самостоятельная работа содействует выявлению познавательной и мыслительной активности студентов, стимулирует развитие творческих способностей, предоставляет уникальную возможность для самореализации отдельного студента как творческой мыслящей, всесторонне развитой личности, что является первоочередной задачей, прежде всего для студентов творческих вузов.

Самостоятельная работа дает положительные результаты только тогда, когда она является целенаправленной, систематической и планомерной. Для этого разработан целый ряд заданий для самостоятельной работы по предмету, предусматривающий рекомендации для выполнения заданий, которые позволят студентам более качественно подготовиться к их выполнению.

Оценивание учебной деятельности студента является одним из самых главных моментов в учебном процессе. Полученные результаты самостоятельной работы анализируются, акцентируя внимания на достоинствах и недостатках выполненной работы.

Принцип сознательности и активности самостоятельного учебного труда очень важен в процессе профессионального становления специалиста, так как исключает механическую работу, ориентирует студентов на глубокое понимание и осмысление содержания задания, на свободное владение приобретенными знаниями. Таким образом, самостоятельная работа студентов – один из важных составляющих современного образовательного процесса. В контексте изучения дисциплины «Компьютерная графика», задания, выполненные самостоятельно, помогут студентам достичь высокого профессионального уровня и добиться успехов в выполнении итоговых и творческих работ.

1.1. Целью преподавания учебной дисциплины **«Основы теории дизайна»** является: формирование у студентов знаний, умений и навыков в области теории основ дизайна, ориентированных на практическое применение, необходимого для специальной подготовки и будущей профессиональной деятельности.

1.2. Основными задачами изучения дисциплины **«Основы теории дизайна»** является: формирование у студентов представления о роли художника, как коммуникатора в современном обществе;

* + Освоение теоретичных основ создания цифровых изображений, освоение практических навыков роботы с определенным кругом прикладных графических программ;
	+ Обучение дизайнерским методам познания, помогающим развить конструктивное, проектное и творческое мышление;
	+ Обучение анализу средств выразительности, используемых художниками, дизайнерами для создания художественного образа;
	+ Формирование эстетического вкуса студентов посредством практического изучения современной проектной культуры;
	+ Формирование потребности знать актуальные тенденции развития дизайна, посредством использования глобальной информационной сети и печатных изданий;
	+ Развитие навыков проектного мышления, а также способности вести индивидуальный творческий проект;
	+ Развитие умения адекватно оценивать свой продукт деятельности;
	+ Освоение базовых знаний промышленных технологий, связанных с визуализацией;
	+ Формирование определенной технической культуры в художественной среде, развитие практических навыков анализа созданного проекта, выбора технологий, программных продуктов, способов, что обеспечат выполнение проекта в полном объеме;
	+ Формирование представления роли художника-коммуникатора в современном обществе.

1.3. Согласно требованиям образовательно-профессиональной программы студенты должны:

**знать:**

* Причины формирования и ключевые этапы развития дизайна;
* Цели и ценности дизайна;
* Виды дизайна;
* Значение компьютерных технологий в дизайн проектировании;
* Интерфейс и инструментарий современных графических редакторов предназначенных для выполнения проектов;
* Современное состояние и тенденции развития дизайна;
* Этапы и последовательность выполнения дизайн-проекта:
* Теоретические основы создания цифровых изображений;
* Основы промышленных технологий, которые связаны с визуализацией изображений.

**уметь:**

* Ориентироваться в истории дизайна;
* Применять методы дизайн проектирования для создания собственной концепции проекта;
* Создавать и редактировать элементарные растровые и векторные изображения;
* Создавать проект - дизайн-событие в соответствии с указанной тематикой;
* Создавать отдельные компоненты дизайн-проекта (презентация, плакат, планшет) средствами компьютерных программ;
* Осуществлять предпечатную подготовку дизайн-проекта;
* Анализировать задачи, которые требуют создания, художественной обработки или редактирования с помощью компьютера, принимать решения для выбора технологий и техники исполнения.

**Общие методические указания**

Самостоятельная работа студентов – одна из важнейших форм обучения, содержание которой определяется учебной программой дисциплины с ориентацией на требования образовательно-квалификационной характеристики специалиста. Это чётко спланированная работа студентов, выполняемая при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Такая работа предполагает ориентацию на активные методы овладения знаниями, выработку умений и навыков видеть смысл и цель работы, организовать собственное самообразование, способность по – новому подходить к решению поставленных задач.

Преподаватель знакомит студентов с темами, которые выносятся для самостоятельной работы и требованиями, которые ставятся перед ними при выполнении самостоятельной работы.

Перед началом изучения темы дисциплины необходимо подобрать рекомендованную литературу.

Материал необходимо изучать в последовательности, предлагаемой учебной программой. При изучении вопросов темы необходимо внимательно ознакомиться с методическими указаниями, прочитать материал и приступить к выполнению работы.

Выполнение самостоятельных заданий поможет студентам лучше усвоить теоретический материал, приобрести определенные знания.

Работа над самостоятельным изучением материала должна быть выполнена в соответствии с графиком проведения тематического и модульного контроля.

**Тематический план**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Название темы | Количество учебных часов |
| всего | лекций | практических | семинарских | самостоятельных |
|  | **Тема 1.** Вводная лекция. История развития дизайна.  | 2 |  | 2 |  |  |
|  | **Тема 2.** Зрительное восприятие формы и пространства. | 4 |  | 4 |  |  |
|  | **Тема 3.** Искусство цвета. | 4 |  | 4 |  |  |
|  | **Тема 4.** Композиция в дизайне. | 6 |  | 6 |  |  |
|  | **Тема 5.** Типографический дизайн. | 26 |  | 6 |  | 20 |
|  | **Тема 6.** Визуальные средства рекламы. | 30 |  | 10 |  | 20 |
|  | **Всего часов** | **72** |  | **32** |  | **40** |

**План самостоятельного изучения**

**4 курс 7 семестр**

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

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.

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

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.

**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.

**КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ ПРЕОБРЕТЕННЫХ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ СТУДЕНТОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Уровни знаний** | **Требования к знаниям, умениям и навыкам студентов** |
| **Высокий****5 (отлично)** | Студент владеет глубокими знаниями по предмету, интересуется основами теории дизайна. Творчески подходит к каждому заданию, обладает приемами и инструментами компьютерной графики, работает самостоятельно, интересуется предметом и новыми возможностями графических редакторов. Студент проявляет полные и глубокие знания теории, демонстрируя отличные практические навыки, находчивость и готовность к выполнению профессиональных задач Работы студента могут быть использованы в методических целях и на выставках. |
| **Достаточный****4 (хорошо)** | Задание выполнено в полном объёме и в установленный срок. Работа исполнена качественно, на хорошем идейно-художественном уровне, творчески.Композиционное построение изображения завершено, соответствует основным требованиям. Студент проявляет достаточные знания по курсу дисциплины, демонстрируя готовность к выполнению практических задач. |
|
| **Средний****3(удовлетворительно**) | Объём работы - удовлетворительный.Раскрытие темы и качество исполнения - на среднем идейно-художественном уровне. Композиционное построение изображения удовлетворяет минимальным требованиям. Студент выявляет теоретические знания учебного материала, на уровне репродуктивного воспроизведения, демонстрируя при этом навыки в решении основных профессиональных задач.  |
|
| **Начальный****2(неудовлетворительно)** | Объём работы - неудовлетворительный.Тема не раскрыта. Качество исполнения - на низком уровне. Композиционное построение изображения не удовлетворяет минимум требований. В работе студент выявляет поверхностные знания теории, отсутствие навыков освоения художественных техник и материалов.  |

**ЛИТЕРАТУРА К КУРСУ «ОСНОВЫ ТЕОРИИ ДИЗАЙНА »**

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.

***Дополнительная литература***

1. Безмоздин Л.Н. В мире дизайна. Монография. Ташкент: ФАН, 1990
2. Безмоздин Л.Н. Дизайн в современной культуре // Искусство в системе культуры. Сост. и отв. ред. М.С.Коган. Л.: Наука, 1999

3. Бытачевская Т.Н. Искусство как формообразующий фактор в дизайне. – М., 2004

4. Воронов Н.В. Что такое дизайн. М., Знание, 1969

5. Глазычев В. О дизайне. Очерки по теории и практике дизайна на Западе. М.: Искусство, 1970

6. Грожан Д.В. Справочник начинающего дизайнера. Ростов-на-Дону, Феникс, 2006

7. Гропиус В. Границы архитектуры. М., Творчество, 1986

8. Дизайн: учебное пособие. Пер. с англ. − М.: ТОО Дека, 1994

9. Дизайн для всех: альм. / Союз дизайнеров России, Твор. студия «Дизайн-слово». М., 2002

10. Дружкова Н.И. В.Кандинский в Баухаузе: (Теорет. основы художеств.-пед. деятельности): Дис. канд. искусствоведения / МГУ им. М. В. Ломоносова. Ист. фак. каф. истории отечеств. искусства. М., 2000

11. Дружкова Н.И. Теория цвета В.Кандинского // Изобразительное искусство в школе. - 2001, №1

12. Иконников А.В. Зарубежная архитектура: от «новой архитектуры» до постмодернизма. М., Стройиздат, 1982

13. Ковешникова Н.А. Дизайн: история и теория. Учебное пособие. М., Омега-Л, 2006

14. Кулеева Л.М., Михайлов С.М. Основы дизайна. М., Новое знание, 1999

15. Михайлов С.М. История дизайна: учебник: в 2 т. М., Союз дизайнеров России, 2003

16. Холмянский Л.М., Щипанов А.С. Дизайн: книга для учащихся. М., Просвещение, 1985

17. Цыганкова И.Г. У истоков дизайна. М., Наука, 1977