

**Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Амурский государственный университет»**

Кафедра «Дизайн»

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ
ПСИХОЛОГИЯ ЦВЕТА**

Основной образовательной программы по специальности
070601.65 «Дизайн»
Специализации «Графический дизайн»

Благовещенск 2012

УМКД разработан старшим преподавателем кафедры дизайна
Дорониной Елены Владимировны

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры
Протокол заседания кафедры от « ____ » _____ 201 ____ г. № _____

Зав. кафедрой дизайна / Е.Б. Коробий /

УТВЕРЖДЕН

Протокол заседания УМСС 070601.65 «Дизайн»

от « ____ » _____ 201 ____ г. № _____

Председатель УМСС _____ /Е.Б. Коробий /

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины (модуля) «Психология цвета» являются: изучение принципов организации работы дизайнера с цветовым пространством и психологическим воздействием цвета на человека при разработке полиграфической продукции.

Задачами дисциплины являются: изучение зрительного восприятия в цветовом образовании и цветовом разрушении формы, ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Курс «Психология цвета» является дисциплиной цикла **обще профессиональных дисциплин (ОПД.Р.1)** предусматривает ознакомление студентов специальности **070601.65** со следующими разделами: изучение зрительного восприятия, характеристики основных цветов, структура цветового пространства, цветовое образование и цветовое разрушение формы, ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.

Курс «Психология цвета» рассматривается как поэтапное проектирование полиграфической продукции с учетом восприятия цвета от разработки эскиза до внедрения. В конце каждого занятия производится сравнительный анализ соотношения в «Графическом дизайне» как дизайн-продукте следующих качеств: эстетичность, эргономичность, экономичность, функциональность, практическая значимость. На этой основе прослеживается динамика изменения этих показателей в хронологическом порядке.

Перечень дисциплин, усвоение которых студентами необходимо при изучении данной дисциплины:

Курс «Психология цвета» тесно связан с курсами: «Цветоведение и колористика», «Проектирование в графическом дизайне», «Компьютерные технологии», «Технология полиграфии», «Дизайн и рекламные технологии», «Работа в графических материалах», «Психология и педагогика», «Маркетинг и менеджмент в рекламе», «Фотография». Успешное выполнение лабораторных работ в курсовом и дипломном проектировании во многом зависит от результатов изучения курса «Психология цвета». Во-первых, теория о цветовых отношениях и их эмоциональное восприятие позволяет выделить основные принципы сочетания цветов при разработке рекламной продукции и работы с цветовым пространством. Во-вторых, накапливается собственный визуальный опыт в создании авторского дизайна полиграфии, который является богатым материалом для обеспечения развития самих студентов-дизайнеров.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ ЦВЕТА»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 100 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)			Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	л/р	сам. работа	
1	Изучение зрительного восприятия, характеристики основных цветов.	8-9	1-4	4	8	11	- устный опрос на лекциях, лабораторных и семинарских занятиях; - контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме) - защита лабораторных работ

2	Структура цветового пространства.	10	5-9	4	10	11	<ul style="list-style-type: none"> - устный опрос на лекциях, лабораторных и семинарских занятиях; - контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме) - защита лабораторных работ
3	Цветовое образование и цветное разрушение формы.	10	10-12	6	10	11	<ul style="list-style-type: none"> - устный опрос на лекциях, лабораторных и семинарских занятиях; - контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме) - защита лабораторных работ
4	Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.	10	13-15	4	8	13	<ul style="list-style-type: none"> - устный опрос на лекциях, лабораторных и семинарских занятиях; - контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме) - защита лабораторных работ
	ИТОГО			18	36	46	Зачет

4. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Дается характеристика основного содержания учебной дисциплины по разделам, темам.

4.1. Лекции.

5 курс 10 семестр

№ п/п	Наименование тем и их содержание	Кол-во лекционных часов	Кол-во лабораторных часов
1	Изучение зрительного восприятия, характеристики основных цветов. 1. Физиологическая система зрительного восприятия. 2.Цветовой круг 3.Основные, смешанные, дополнительные цвета 4. Ахроматические цвета, локальный цвет 5. Насыщенность, светлотность, тон 6. Контрасты, колорит	4	8
2	Структура цветового пространства 1. Цветовые визуально воспринимаемые цветовые отношения. 2.Принципы построения визуального пространства	4	10
3	Цветовое образование и цветовое разрушение формы. 1. Влияние цвета на образование и разрушение формы предмета 2. Формообразование и форморазрушение 3. Цветовое восприятие вербального и печатного текста	6	10
4	Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений. 1. Цветовое ретинальное формообразование 2. Голографическое формообразование	4	8
	ИТОГО	18	36

4.2. Лабораторные занятия.

5 курс 10 семестр

№ п/п	Содержание лабораторных занятий	КОЛ-ВО часов
1	Изучение зрительного восприятия, характеристики основных цветов. 1. Подбор цветовых сочетаний для разработки рекламы из журналов 2. Выполнение коллажа.	8
2	Структура цветового пространства На примере предприятий города проанализировать: 1.Виды цветовых сочетаний на примере рекламных объявлений города. 2. Произвести подбор наиболее удачных видов рекламы в виде коллажа	10
3	Цветовое образование и цветовое разрушение формы. 1. Выполнить серию эскизов с разработкой шрифтовых композиций	10

	Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений. 1. Выполнить серию эскизов с разработкой рекламы с эффектом «варио»	8
	ИТОГО	36

5. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	№ раздела (темы) дисциплины	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость в часах
1	Изучение зрительного восприятия, характеристики основных цветов.	1. Подбор цветовых сочетаний для разработки рекламы из журналов 2. Выполнение коллажа	11
2	Структура цветового пространства	На примере предприятий города проанализировать: 1. Виды цветовых сочетаний на примере рекламных объявлений города. 2. Произвести подбор наиболее удачных видов рекламы в виде коллажа	11
3	Цветовое образование и цветное разрушение формы.	1. Выполнить серию эскизов с разработкой шрифтовых композиций	11
4	Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.	1. Выполнить серию эскизов с разработкой рекламы с эффектом «варио»	13
	Итого		46

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Виды учебной работы	Образовательные технологии
1.	Лекции	Объяснительно-иллюстративный метод: студенты получают знания на лекции из учебной или методической литературы
2.	Лабораторные занятия	Наглядный метод: иллюстрирование, показ выполненных полиграфических разработок на предприятиях различного вида Репродуктивный метод: рекомендуется выполнение лабораторных работ по правилам с аналогичными сходными образцами Исследовательский метод: студентам рекомендуется самостоятельно изучить литературу, журналы на предмет новых идей.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

8.1. Зачет (5 курс 9 семестр)

По окончании 9 семестра студенты сдают зачет по темам лекционных и практических занятий.

Критерии оценки:

«Зачтено»: студент предоставляет лабораторную работу и дает ее описание.

«Незачтено»: отсутствие какой либо работы в полном объеме.

Вопросы к зачету:

1. Изучение зрительного восприятия, характеристики основных цветов.
2. Физиологическая система зрительного восприятия.
- 3.Цветовой круг. Российская и зарубежная классификация.
- 4.Основные, смешанные, дополнительные цвета.
5. Ахроматические цвета, локальный цвет.
6. Насыщенность, светлотность, тон.
7. Контрасты, колорит.
8. Структура цветового пространства.
9. Цветовые визуально воспринимаемые цветовые отношения.
- 10.Принципы построения визуального пространства.
- 11.Цветовое образование и цветовое разрушение формы.
12. Влияние цвета на образование и разрушение формы предмета.
13. Формообразование и форморазрушение.
14. Цветовое восприятие вербального и печатного текста.
- 15.Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.
16. Цветовое ретинальное формообразование.
17. Голографическое формообразование.

7.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины (в письменной форме) по вопросам к зачету.

8.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ПСИХОЛОГИЯ ЦВЕТА»

а) основная литература:

1. Романов, А.А.

Разработка рекламного продукта : учеб. пособие : доп. УМО/ А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с.

2. Герасимов, Б.И.

Виды и средства распространения рекламы : учеб. пособие/ Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм. - М.: ФОРУМ, 2009. - 128 с.

4. Чернышев, Я. А.

Психология управления в инновационной среде : учеб.-метод. комплекс/ Я. А. Чернышев. - Ульяновск: Изд-во Ульянов. гос. ун.-та, 2006. - 74 с.

5. Богомолова, Н. Н.

Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие : рек. УМО/ Н. Н. Богомолова. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с.

б) дополнительная литература

1. **Практика рекламы от ведущих мировых экспертов/** под ред. Э. Макэя ; пер. с англ. В. И. Кузина. - М.: Эксмо, 2009. - 416 с.

2. **Реклама** : язык, речь, общение : учеб. пособие/ под ред. О. Я. Гойхмана, В. М. Лейчика. - М.: Инфра-М, 2011. - 288 с.

3. **Хэйс, Ники**.

Популярная прикладная психология/ Н. Хэйс ; пер. Н. Буравова. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. - 366 с

4. **Дегтярев, А. Р.**

Фотокомпозиция : Средства. Формы. Приемы/ А. Р. Дегтярев. - М.: Фаир, 2008. - 272 с.

5. Расходы на рекламу : практ. пособие/ Е. В. Невешкина, М. Г. Прошина, О. И. Соснаускене. - М.: Дашков и К, 2010. - 164 с.

6. **Управление проектом** : основы проектного управления : учеб. : рек. УМО/ подред. М. Л. Разу. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М.: КноРус, 2011. - 755 с.3.

Периодические издания:

1. COLLEZIONI

2. INTERNATIONAL TEXTILES

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1	http://www.iqlib.ru	Интернет-библиотека образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные и учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания
2	Электронная библиотечная система « Университетская библиотека- online » www.biblioclub.ru	ЭБС по тематике охватывает всю область гуманитарных знаний и предназначена для использования в процессе обучения в высшей школе, как студентами и преподавателями, так и специалистами-гуманитариями.

9.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ »

1. Примеры выполнения лабораторных и самостоятельных работ
2. Виртуальные материалы для мультимедиа

1. КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ПРОГРАММНОГО МАТЕРИАЛА ЛЕКЦИИ (36 час.)

Раздел 1. Изучение зрительного восприятия, характеристики основных цветов.

Лекция 1. Физиологическая система зрительного восприятия. Цветовой круг. Основные, смешанные, дополнительные цвета.

Проекционные аппараты. Камера-обскура. Строение глаза. Цветовые соотношения. Виды иллюзий. Линейно-пространственные иллюзии. Трехчастный цветовой круг Иттена. Четырехчастный цветовой круг Шугаева. Аддитивное смешение цветов. Субтрактивное смешение цветов. Конвергентивное или пространственное смешение цветов.

Лабораторная работа. Выполнить подборку цветовых сочетаний для разработки рекламы из журналов.

Материалы: журналы, ножницы.

Вопросы для проверки

1. Проекционные аппараты. Камера-обскура.
2. Строение глаза. Цветовые соотношения.
3. Виды иллюзий. Линейно-пространственные иллюзии.
4. Трехчастный цветовой круг Иттена.
5. Четырехчастный цветовой круг Шугаева.
6. Аддитивное смешение цветов.
7. Субтрактивное смешение цветов.
8. Конвергентивное или пространственное смешение цветов.

Основная литература

1. Романов, А.А.

Разработка рекламного продукта : учеб. пособие : доп. УМО/ А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с.

2. Герасимов, Б.И.

Виды и средства распространения рекламы : учеб. пособие/ Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм. - М.: ФОРУМ, 2009. - 128 с.

б) дополнительная литература

1. Дегтярев, А. Р.

Фотокомпозиция : Средства. Формы. Приемы/ А. Р. Дегтярев. - М.: Фаир, 2008. - 272 с.

5. Расходы на рекламу : практ. пособие/ Е. В. Невешкина, М. Г. Прошина, О. И. Соснаускене. - М.: Дашков и К, 2010. - 164 с.

Лекция 2. Ахроматические цвета, локальный цвет. Насыщенность, светлотность, тон. Контрасты, колорит.

Дифракция цвета. Ахроматические цвета: белый и черный цвета и их градация. Иллюзия восприятия объекта и фона. Иллюзия пространства ахроматических цветов на белом фоне. Иллюзия пространства ахроматических цветов на черном фоне. Иллюзия пространства ахроматических цветов на сером фоне. Насыщенность и светлотность цвета. Насыщенность и светлотность смешанного цвета.

Лабораторная работа. Выполнить коллаж на формате А3 на основе подбора цветовых сочетаний для разработки рекламы.

Материалы: бумага формат А3, вырезки из журналов.

Вопросы для проверки:

1. Дифракция цвета. Ахроматические цвета: белый и черный цвета и их градация.
2. Иллюзия восприятия объекта и фона.
3. Иллюзия пространства ахроматических цветов на белом фоне.
4. Иллюзия пространства ахроматических цветов на черном фоне.
5. Иллюзия пространства ахроматических цветов на сером фоне.

6. Насыщенность и светлотность цвета.
7. Насыщенность и светлотность смешанного цвета.

Основная литература

1. **Романов, А.А.**

Разработка рекламного продукта : учеб. пособие : доп. УМО/ А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с.

2. **Герасимов, Б.И.**

Виды и средства распространения рекламы : учеб. пособие/ Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм. - М.: ФОРУМ, 2009. - 128 с.

б) дополнительная литература

1.. **Дегтярев, А. Р.**

Фотокомпозиция : Средства. Формы. Приемы/ А. Р. Дегтярев. - М.: Фаир, 2008. - 272 с.

5. Расходы на рекламу : практ. пособие/ Е. В. Невешкина, М. Г. Прошина, О. И. Соснаускене. - М.: Дашков и К, 2010. - 164 с.

Раздел 2. Структура цветового пространства

Лекция 1. Цветовые визуально воспринимаемые цветовые отношения.

Структура цветового пространства. Пространственное положение основных цветов. Пространственные цветовые соотношения.

Лабораторная работа. Структура цветового пространства. На примере предприятий города проанализировать:

1. Виды цветовых сочетаний на примере рекламных объявлений города.
2. Произвести подбор наиболее удачных видов рекламы в виде коллажа.

Материалы: бумага формат А3.

Вопросы для проверки:

1. Структура цветового пространства.
2. Пространственное положение основных цветов.
3. Пространственные цветовые соотношения.

Основная литература

1. **Романов, А.А.**

Разработка рекламного продукта : учеб. пособие : доп. УМО/ А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с.

2. **Герасимов, Б.И.**

Виды и средства распространения рекламы : учеб. пособие/ Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм. - М.: ФОРУМ, 2009. - 128 с.

4. **Чернышев, Я. А.**

Психология управления в инновационной среде : учеб.-метод. комплекс/ Я. А. Чернышев. - Ульяновск: Изд-во Ульянов. гос. ун.-та, 2006. - 74 с.

5. **Богомолва, Н. Н.**

Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие : рек. УМО/ Н. Н. Богомолва. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с.

б) дополнительная литература

1. **Практика рекламы от ведущих мировых экспертов/** под ред. Э. Макэя ; пер. с англ. В. И. Кузина. - М.: Эксмо, 2009. - 416 с.

2. **Дегтярев, А. Р.**

Фотокомпозиция : Средства. Формы. Приемы/ А. Р. Дегтярев. - М.: Фаир, 2008. - 272 с.

3. Расходы на рекламу : практ. пособие/ Е. В. Невешкина, М. Г. Прошина, О. И. Соснаускене. - М.: Дашков и К, 2010. - 164 с.

Лекция 2. Принципы построения визуального пространства.

Цветовое камерное пространство. Цветовое линейное пространство. Цветовое спиральное пространство. Линейное пространство цвета. Линейное цветовое пространство в монохромном колорите.

Лабораторная работа. Структура цветового пространства. На примере предприятий города проанализировать:

1. Виды цветовых сочетаний на примере рекламных объявлений города.
2. Произвести подбор наиболее удачных видов рекламы в виде коллажа.

Материалы: бумага формат А3.

Вопросы для проверки:

1. Цветовое камерное пространство.
2. Цветовое линейное пространство.
3. Цветовое спиральное пространство.
4. Линейное пространство цвета.
5. Линейное цветовое пространство в монохромном колорите.

Основная литература

1. Романов, А.А.

Разработка рекламного продукта : учеб. пособие : доп. УМО/ А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с.

2. Герасимов, Б.И.

Виды и средства распространения рекламы : учеб. пособие/ Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм. - М.: ФОРУМ, 2009. - 128 с.

4. Чернышев, Я. А.

Психология управления в инновационной среде : учеб.-метод. комплекс/ Я. А. Чернышев. - Ульяновск: Изд-во Ульянов. гос. ун.-та, 2006. - 74 с.

5. Богомолова, Н. Н.

Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие : рек. УМО/ Н. Н. Богомолова. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с.

б) дополнительная литература

1. Практика рекламы от ведущих мировых экспертов/ под ред. Э. Макэя ; пер. с англ. В. И. Кузина. - М.: Эксмо, 2009. - 416 с.

2. Реклама : язык, речь, общение : учеб. пособие/ под ред. О. Я. Гойхмана, В. М. Лейчика. - М.: Инфра-М, 2011. - 288 с.

3. Хэйс, Ники.

Популярная прикладная психология/ Н. Хэйс ; пер. Н. Буравова. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. - 366 с

4. Дегтярев, А. Р.

Фотокомпозиция : Средства. Формы. Приемы/ А. Р. Дегтярев. - М.: Фаир, 2008. - 272 с.

5. Расходы на рекламу : практ. пособие/ Е. В. Невешкина, М. Г. Прошина, О. И. Соснаускене. - М.: Дашков и К, 2010. - 164 с.

6. Управление проектом : основы проектного управления : учеб. : рек. УМО/ подред. М. Л. Разу. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М.: КноРус, 2011. - 755 с.

Раздел 3. Цветовое образование и цветовое разрушение формы.

Лекция 1. . Влияние цвета на образование и разрушение формы предмета. Формообразование и форморазрушение. Цветовое восприятие вербального и печатного текста.

Влияние цвета на образование и разрушение формы. Цвет и фигура. Цветовое визуальное разрушение фигуры квадрата. Формообразование и форморазрушение. Визуальное цветовое и композиционное восприятие веса предмета. Цветовое восприятие печатного текста.

Лабораторная работа. Цветовое образование и цветовое разрушение формы.

На примере предприятий города проанализировать:

1. Виды цветовых сочетаний на примере рекламных объявлений города.
2. Произвести подбор наиболее удачных видов рекламы в виде коллажа.

Материалы: бумага формат А3.

Вопросы для проверки:

1. Влияние цвета на образование и разрушение формы.
2. Цвет и фигура.
3. Цветовое визуальное разрушение фигуры квадрата.
4. Формообразование и форморазрушение.
5. Визуальное цветовое и композиционное восприятие веса предмета.
6. Цветовое восприятие печатного текста.

Основная литература

1. Романов, А.А.

Разработка рекламного продукта : учеб. пособие : доп. УМО/ А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с.

2. Герасимов, Б.И.

Виды и средства распространения рекламы : учеб. пособие/ Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм. - М.: ФОРУМ, 2009. - 128 с.

4. Чернышев, Я. А.

Психология управления в инновационной среде : учеб.-метод. комплекс/ Я. А. Чернышев. - Ульяновск: Изд-во Ульянов. гос. ун.-та, 2006. - 74 с.

5. Богомолова, Н. Н.

Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие : рек. УМО/ Н. Н. Богомолова. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с.

б) дополнительная литература

1. Практика рекламы от ведущих мировых экспертов/ под ред. Э. Макэя ; пер. с англ. В. И. Кузина. - М.: Эксмо, 2009. - 416 с.

2. Реклама : язык, речь, общение : учеб. пособие/ под ред. О. Я. Гойхмана, В. М. Лейчика. - М.: Инфра-М, 2011. - 288 с.

3. Хэйс, Ники.

Популярная прикладная психология/ Н. Хэйс ; пер. Н. Буравова. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. - 366 с

4. Дегтярев, А. Р.

Фотокомпозиция : Средства. Формы. Приемы/ А. Р. Дегтярев. - М.: Фаир, 2008. - 272 с.

5. Расходы на рекламу : практ. пособие/ Е. В. Невешкина, М. Г. Прошина, О. И. Соснаускене. - М.: Дашков и К, 2010. - 164 с.

Раздел 4. Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.

Лекция1. Цветовое ретинальное формообразование. Голографическое формообразование.

Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветных фигур. Цветовая фактура формы. Цветовое ретинальное формообразование. Голографическое формообразование.

Лабораторная работа. Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений. Выполнить серию эскизов с разработкой рекламы с эффектом «варио». Оформить в виде планшета.

Материалы: бумага формат А2, формат бумаги А5, гуашь.

Вопросы для проверки

1. Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветных фигур.
2. Цветовая фактура формы.
3. Цветовое ретинальное формообразование.
4. Голографическое формообразование.

Основная литература

1. Романов, А.А.

Разработка рекламного продукта : учеб. пособие : доп. УМО/ А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с.

2. Герасимов, Б.И.

Виды и средства распространения рекламы : учеб. пособие/ Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм. - М.: ФОРУМ, 2009. - 128 с.

4. Чернышев, Я. А.

Психология управления в инновационной среде : учеб.-метод. комплекс/ Я. А. Чернышев. - Ульяновск: Изд-во Ульянов. гос. ун.-та, 2006. - 74 с.

5. Богомолова, Н. Н.

Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие : рек. УМО/ Н. Н. Богомолова. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 192 с.

б) дополнительная литература

1. **Практика рекламы от** ведущих мировых экспертов/ под ред. Э. Макэя ; пер. с англ. В. И. Кузина. - М.: Эксмо, 2009. - 416 с.

2. **Реклама** : язык, речь, общение : учеб. пособие/ под ред. О. Я. Гойхмана, В. М. Лейчика. - М.: Инфра-М, 2011. - 288 с.

3. Хэйс, Ники.

Популярная прикладная психология/ Н. Хэйс ; пер. Н. Буравова. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. - 366 с

4. Дегтярев, А. Р.

Фотокомпозиция : Средства. Формы. Приемы/ А. Р. Дегтярев. - М.: Фаир, 2008. - 272 с.

5. Расходы на рекламу : практ. пособие/ Е. В. Невешкина, М. Г. Прошина, О. И. Соснауспене. - М.: Дашков и К, 2010. - 164 с.

6. **Управление проектом** : основы проектного управления : учеб. : рек. УМО/ подред. М. Л. Разу. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М.: КноРус, 2011. - 755 с.

3 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

3.1 Методические указания для преподавателя

"Психология цвета" для образовательной профессиональной программы (ОПД.Р.1) осуществляется в соответствии с утвержденным учебным планом специальности 070601.65 Дизайн "Графический дизайн".

Дисциплина базируется на изучении зрительного восприятия, характеристики основных цветов, структура цветового пространства, цветовое образование и цветовое разрушение формы, ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.

Курс «Психология цвета» рассматривается как поэтапное проектирование полиграфической продукции с учетом восприятия цвета от разработки эскиза до внедрения. В конце каждого занятия производится сравнительный анализ соотношения в «Графическом дизайне» как дизайн-продукте следующих качеств: эстетичность, эргономичность, экономичность, функциональность, практическая значимость. На этой основе прослеживается динамика изменения этих показателей в хронологическом порядке.

Необходимо рассмотреть: во-первых, теорию о цветовых отношениях и их эмоциональном восприятии, которое позволяет выделить основные принципы сочетания цветов при разработке рекламной продукции и работы с цветовым пространством. Во-вторых, накапливается собственный визуальный опыт в создании авторского дизайна полиграфии, который является богатым материалом для обеспечения развития самих студентов-дизайнеров.

Учитывая дидактическую нацеленность настоящего предмета, необходимо уделять большое внимание компактной и логичной систематизации методов цветового восприятия.

В преподавании дисциплины необходимо обращать пристальное внимание студентов на получение знаний в области характеристик основных цветов, структура цветового пространства, цветового образования и цветового разрушения формы, ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.

Для изучения столь важной для специальности дисциплины «Психология цвета» имеется необходимое количество иллюстративного и дополнительного теоретического и практического материала.

Изучив теорию, будущие специалисты смогут на лабораторных занятиях более детально узнать о поэтапном проектировании разнообразных видов рекламы и ее психологического воздействия на потребителя. В конце каждого занятия производится сравнительный анализ соотношения в костюме как дизайн-продукте следующих качеств: эстетичность, эргономичность, экономичность, функциональность, практическая значимость. На этой основе прослеживается динамика изменения этих показателей в хронологическом порядке.

Основной технологией процесса обучения по дисциплине "Психология цвета" является проведение лекций и практических занятий (лекционно-практическая технология). Занятия проводятся в аудитории, оснащенной проектором для демонстрации иллюстративного материала по курсу изучаемой дисциплины, ноут-бук, электронная база, журналы, интернет ресурсы.

Освоение всего курса заканчивается зачетом, включающим в себя вопрос и одно практическое задание. Важное место в освоении курса «Психология цвета» занимает выполнение планшета с видами рекламы.

Студенты выполняют лабораторные работы по основным разделам дисциплины. Содержание заданий и характер их оформления определяется рабочими программами. Выполнение лабораторных проводится самостоятельно под контролем (или консультацией) преподавателя.

Для получения допуска к зачету студенту необходимо выполнить все лабораторные, уметь объяснить их, получить положительные оценки по работам выполняемых в течение семестра.

Зачет проводится в виде теоретического вопроса и защиты лабораторных работ. Перечень вопросов, включенных в зачетные, выдается студентам заранее и изложен в п. 1.7.

Студенты в процессе изучения дисциплины и после ее завершения в соответствии с профилем материала должны продемонстрировать:

1. Способность применять полученные знания.
2. Способность идентифицировать, формулировать и решать поставленные проблемы.
3. Понимание профессиональной и этической ответственности.
4. Наличие достаточно широкого образования, необходимого для понимания влияния профессиональных проблем и их решений.
5. Знание современных проблем.
6. Способность работать в многопрофильных командах.
7. Способность результативного общения.
8. Понимание необходимости и стремления обучаться в течение всей жизни.

3.2 Методические указания для студентов

Дисциплина базируется на изучении методов цветового восприятия.

В преподавании дисциплины необходимо обращать пристальное внимание студентов на получение знаний в области характеристик основных цветов, структура цветового пространства, цветового образования и цветового разрушения формы, ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.

Для изучения столь важной для специальности дисциплины «Психология цвета» имеется необходимое количество иллюстративного и дополнительного теоретического и практического материала.

Изучив теорию, будущие специалисты смогут на лабораторных занятиях более детально узнать о поэтапном проектировании разнообразных видов рекламы и ее психологического воздействия на потребителя. В конце каждого занятия производится сравнительный анализ соотношения в костюме как дизайн-продукте следующих качеств: эстетичность, эр-

гономичность, экономичность, функциональность, практическая значимость. На этой основе прослеживается динамика изменения этих показателей в хронологическом порядке.

Изучение курса «Психология цвета» рекомендуется вести в следующем порядке:

1. Ознакомиться с темой по программе.
2. Изучить аналоговые материалы, необходимые для большего понимания темы.
3. Изучить рекомендуемую литературу по данной теме. Законспектировать в рабочей тетради основные положения.
4. Ответить на вопросы для самопроверки к каждой теме программы и записать ответы в рабочей тетради.
5. Выполнить лабораторную работу в порядке, указанном в методических указаниях к теме.

Освоение всего курса заканчивается устным зачетом, включающим в себя теоретический вопрос и одно практическое задание. Важное место в освоении курса «Психология цвета» занимает посещение художественных выставок, образцами различного дизайна, книги, разных стран и их периодов.

Студенты выполняют ряд комплексных домашних заданий (графических работ) по основным разделам дисциплины. Содержание заданий и характер их оформления определяется рабочими программами. Выполнение лабораторных работ студентами проводится самостоятельно под контролем (или консультацией) преподавателя.

Для получения допуска к зачету студенту необходимо выполнить все лабораторные задания, уметь объяснить их, получить положительные оценки.

Зачет проводится в виде теоретического вопроса и защиты лабораторных работ. Перечень вопросов, включенных в зачетные, выдается студентам заранее и изложен в п. 1.7.

Студенты в процессе изучения дисциплины и после ее завершения в соответствии с профилем материала должны демонстрировать:

1. Способность применять полученные знания.
2. Способность идентифицировать, формулировать и решать поставленные проблемы.
3. Понимание профессиональной и этической ответственности.
4. Наличие достаточно широкого образования, необходимого для понимания влияния профессиональных проблем и их решений на общество и мир в целом
5. Знание современных проблем.
6. Способность работать в многопрофильных командах.
7. Способность результативного общения.
8. Понимание необходимости и стремления обучаться в течение всей жизни.

3.3. Методические указания для студентов к лабораторным работам

Лабораторные занятия проводятся в соответствии с тематическим содержанием лекционной части курса с целью закрепления изученного теоретического материала на практике. Во время лабораторных занятий студенты отвечают на вопросы по изучаемой теме, выполняют графические работы (эскизирование) и изготовление планшета по заданию, самостоятельно выполняют задания по темам разделов курса.

Лабораторная работа. №1. Выполнить подборку цветовых сочетаний для разработки рекламы из журналов.

Материалы: журналы, ножницы.

Лабораторная работа. №2. Выполнить коллаж на формате А3 на основе подбора цветовых сочетаний для разработки рекламы.

Материалы: бумага формат А3, вырезки из журналов.

Лабораторная работа. №3. Структура цветового пространства. На примере предприятий города проанализировать:

1. Виды цветовых сочетаний на примере рекламных объявлений города.
2. Произвести подбор наиболее удачных видов рекламы в виде коллажа.

Материалы: бумага формат А3.

Лабораторная работа №4. Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений. Выполнить серию эскизов с разработкой рекламы с эффектом «варио». Оформить в виде планшета.

Материалы: бумага формат А2, формат бумаги А5, гуашь.

3.4. Методические указания по самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа является основной в работе студента и составляет 46 часов. Она требует активной мыслительной деятельности и может привести к желаемым результатам лишь при ее правильной организации. Неумение работать самостоятельно является одной из основных причин низкой успеваемости.

Самостоятельная работа состоит из следующих модулей:

- работа над темами для самостоятельного изучения;
- подготовка к лабораторным занятиям;
- выполнение домашних заданий;
- подготовка к зачету.

Рекомендуется следующий порядок организации самостоятельной работы над темами курса и подготовки к практическим занятиям по дисциплине «Психология цвета»:

- Ознакомиться с содержанием темы;
- Прочитать материал в учебнике, справочной литературе относящиеся к данной теме;
- Отметить трудные для понимания, неясные места и проконсультироваться у преподавателя;
- Перейти к тщательному изучению материала, усвоить теоретические положения и выводы, при этом нужно записывать основные положения темы;
- Закончив изучение темы, приступаете к выполнению творческой работы;

В конце каждого месяца проводится аттестация текущей успеваемости студентов. Аттестованными считается студент, у которых выполнено на данный период необходимое количество графических работ.

Помните, что непременным условием успеха самостоятельной работы является систематичность и последовательность.

3.4.2 График выполнения самостоятельной работы

№ п/п	№ раздела (темы) дисциплины	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоемкость в часах
1	Изучение зрительного восприятия, характеристики основных цветов.	1. Подбор цветовых сочетаний для разработки рекламы из журналов 2. Выполнение коллажа	11
2	Структура цветового пространства	На примере предприятий города проанализировать: 1. Виды цветовых сочетаний на примере рекламных объявлений города. 2. Произвести подбор наиболее удачных видов рекламы в виде коллажа	11
3	Цветовое образование и цве-	1. Выполнить серию эскизов с разработкой	11

	товое разрушение формы.	шрифтовых композиций	
4	Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.	1. Выполнить серию эскизов с разработкой рекламы с эффектом «варио»	13
	Итого		46

4. КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ

4.1 Текущий контроль знаний

Система оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине включает вопросы, индивидуальные задания для выполнения лабораторных работ.

Текущий контроль успеваемости по итогам освоения дисциплины проводится в конце каждой лабораторной работы. Студенты сдают на проверку лабораторные работы с последующей защитой (5 баллов). Выполнение лабораторных работ на заданную тему требует повторения лекционного материала, дополнительной работы с литературой.

4.2 Итоговый контроль знаний

Итоговый контроль знаний по изучению дисциплины проводится в виде дифференцированного зачета (письменно). К зачету допускаются студенты, выполнившие в полном объеме и защитившие все лабораторные работы. Зачет проводится по вопросам и одному контрольному заданию (планшета). Зачет принимается преподавателем, который является лектором на данном потоке. Экзаменатору предоставляется право задавать студенту вопросы сверх по программе данной дисциплины. Вопросы к зачету изложены в п. 1.7.

При определении зачетной оценки следует руководствоваться следующими требованиями:

- оценки «отлично», заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и справочного материала. Как правило, оценка «отлично» выставляется студенту, усвоившему взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой специальности, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;

- оценки «хорошо» заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебного и справочного материала, успешно выполняющий предусмотренные программой задания. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студенту, показавшему систематический характер знаний по дисциплине и способному к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и в будущей профессиональной деятельности;

- оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, допустившему погрешность в ответе на теоретический вопрос, в выполнении графического задания, но обладающему необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, который не может продолжать обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных знаний по изучаемой дисциплине.

5. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Для формирования основ профессиональных и универсальных компетенций у студентов в процессе изучения дисциплины «Психология цвета» применяются кроме традиционных (пассивных) технологий, инновационные (активные) технологии обучения в зависимости от уровня учебных целей с учетом различного сочетания форм организации образовательной деятельности и методов ее активизации с приоритетом на самостоятельную работу студентов.

Проведение занятия с использованием мультимедийных технологий.

Специфика дисциплины состоит в неотъемлемой потребности в практическом материале. Для изучения столь важной для этой специальности дисциплины «Психология цвета» необходимо достаточное количество иллюстративного и дополнительного теоретического и практического материала.

Мультимедийная технология представляет возможность синкретического обучения, т.е. одновременно зрительного и слухового восприятия материала.

Эти системы позволяют воплотить в реальность на одном рабочем месте изобразительные средства различной природы и выразительности.

Таким образом, создание электронного обучающего мультимедийного ресурса значительно увеличивает скорость и качество усвоения материала, существенно усиливает практическую направленность в целом и повышает качество образования.

Оборудование.

- Компьютер.
- Мультипроектор.
- Экран.

Основной технологией процесса обучения по дисциплине "Психология цвета" является проведение лекций и практических занятий (лекционно-практическая технология). По отдельным проблемным темам дисциплины студентам предлагаются темы для подготовки и написания рефератов или выполнение специальных заданий в рамках индивидуальных занятий и выполнение самостоятельных работ. Занятия проводятся в аудитории, оснащенной проектором для демонстрации иллюстративного материала по курсу изучаемой дисциплины, ноут-бук, электронная база.

Важное место в освоении курса «Психология цвета» занимает посещение художественных выставок, образцами разного вида дизайна, /плакаты, книги, афиши/, разных стран и их периодов.

СОДЕРЖАНИЕ

1	Рабочая программа учебной дисциплины	3
1.1	Цели и задачи освоения дисциплины	3
1.2	Место дисциплины в учебном процессе	3
1.3	Структура и содержание дисциплины	3
1.4	Содержание разделов и тем дисциплины	4
1.4.1	Лекции	4
1.4.2	Лабораторные работы	5
1.5	Образовательные технологии	7
1.6	Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	7
1.7	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	8
1.8	Материально-техническое обеспечение дисциплины	9
2	Краткое изложение программного материала	9
3	Методические указания	13
3.1	Методические указания для преподавателя	13
3.2	Методические указания для студентов	14
3.3	Методические указания к лабораторным занятиям	15
3.4	Методические указания к самостоятельной работе	16
4	Контроль знаний	17
4.1	Текущий контроль знаний	17
4.2	Итоговый контроль знаний	17
5	Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе	18