

**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"> <li>- устный опрос на лекциях, лабораторных и семинарских занятиях;</li> <li>- контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме)</li> <li>- защита лабораторных работ</li> </ul>
3	Цветовое образование и цветное разрушение формы.	10	10-12	6	10	11	<ul style="list-style-type: none"> <li>- устный опрос на лекциях, лабораторных и семинарских занятиях;</li> <li>- контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме)</li> <li>- защита лабораторных работ</li> </ul>
4	Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.	10	13-15	4	8	13	<ul style="list-style-type: none"> <li>- устный опрос на лекциях, лабораторных и семинарских занятиях;</li> <li>- контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме)</li> <li>- защита лабораторных работ</li> </ul>
	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	<b>Изучение зрительного восприятия, характеристики основных цветов.</b> 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	<b>Структура цветового пространства</b> 1. Цветовые визуально воспринимаемые цветовые отношения. 2.Принципы построения визуального пространства	4	10
3	<b>Цветовое образование и цветовое разрушение формы.</b> 1. Влияние цвета на образование и разрушение формы предмета 2. Формообразование и форморазрушение 3. Цветовое восприятие вербального и печатного текста	6	10
4	<b>Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.</b> 1. Цветовое ретинальное формообразование 2. Голографическое формообразование	4	8
	<b>ИТОГО</b>	18	36

#### *4.2. Лабораторные занятия.*

##### **5 курс 10 семестр**

№ п/п	Содержание лабораторных занятий	КОЛ-ВО часов
1	<b>Изучение зрительного восприятия, характеристики основных цветов.</b> 1. Подбор цветовых сочетаний для разработки рекламы из журналов 2. Выполнение коллажа.	8
2	<b>Структура цветового пространства</b> 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	<b>Цветовое образование и цветовое разрушение формы.</b> 1. Выполнить серию эскизов с разработкой шрифтовых композиций	10

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

### 5. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	№ раздела (темы) дисциплины	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость в часах
1	<b>Изучение зрительного восприятия, характеристики основных цветов.</b>	1. Подбор цветовых сочетаний для разработки рекламы из журналов 2. Выполнение коллажа	11
2	<b>Структура цветового пространства</b>	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	<b>Цветовое образование и цветное разрушение формы.</b>	1. Выполнить серию эскизов с разработкой шрифтовых композиций	11
4	<b>Ассоциативно-эмоциональное восприятие цветовых отношений.</b>	1. Выполнить серию эскизов с разработкой рекламы с эффектом «варио»	13
	<b>Итого</b>		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	<a href="http://www.iqlib.ru">http://www.iqlib.ru</a>	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 « <b>Университетская библиотека- online</b> » <a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a>	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. **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. **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 цветowych 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 цветowych 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 цветowych 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. 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 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 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.
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	<b>Изучение зрительного восприятия, характеристики основных цветов.</b>	1. Подбор цветовых сочетаний для разработки рекламы из журналов 2. Выполнение коллажа	11
2	<b>Структура цветового пространства</b>	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	<b>Цветовое образование и цве-</b>	1. Выполнить серию эскизов с разработкой	11

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