

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ
сборник учебно-методических материалов

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
факультета дизайна и технологии
Амурского государственного
университета*

Составитель: Станишевская Л.С.

Визуальные коммуникации городской среды: Сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 54.03.0. Направленность (профиль) образовательной программы Графический дизайн. - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. 18 с.

© Амурский государственный университет, 2017

© Кафедра дизайна, 2017

© Станишевская Л.С., составление

Содержание

1	КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ЛЕКЦИОННОГО МАТЕРИАЛА	4
	Тема 1. Роль и место визуальных коммуникаций в дизайне. Предыстория коммуникаций	4
	Тема 2. Письмо как главная и универсальная коммуникационная система	4
	Тема 3. Способы кодирования информации	5
	Тема 4. Реклама. Основные понятия и носители	5
	Тема 5. Средства и системы визуальных коммуникаций в городской среде	5
	Тема 6. Средства визуальных коммуникаций в интерьерах, внутренних пространствах зданий	6
	Тема 7. Пиктография в визуальных коммуникациях	6
	Тема 8. Особенности проектирования визуальных коммуникаций для определенных групп граждан	7
2	МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	9
3	МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ	12
	Примерные темы для самостоятельной работы студентов	13
	Итоговое задание	15

1 КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ЛЕКЦИОННОГО МАТЕРИАЛА

Принимая во внимание современный стиль информационно-графического языка и уровень технологических возможностей его трансляции, сегодня уже трудно себе представить область графического дизайна, рекламы, да и в целом создаваемое визуально-графическое пространство без базовых знаний и законов визуальных коммуникаций.

Тема 1. Роль и место визуальных коммуникаций в дизайне Предыстория коммуникаций

Вопросы к рассмотрению по теме:

1. Классификация и функция символов.
2. Основные понятия, категории и терминология международной символики и эмблематики.
3. Генезис и эволюция знаков и символов.
4. Коммуникации: основные положения и категории.
5. Специфика нового способа получения изображения.
6. История возникновения наскальных рисунков, петроглифов и геоглифов.
7. Особые характеристики наскальных рисунков.
8. Пиктограммы, идеограммы и логограммы.

Литература для подготовки:

Станишевская Л.С. Визуальные коммуникации в дизайне [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2017. – 60с. — Режим доступа http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7693.pdf

Тема 2. Письмо как главная и универсальная коммуникационная система

Вопросы к рассмотрению по теме:

1. Основные визуально-графические знаковые системы и алфавиты.
2. Базовые алфавиты.
3. Замещающие алфавиты.
4. Аналоговые системы.

Литература для подготовки:

1. Станишевская Л.С. Визуальные коммуникации в дизайне [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2017. – 60с. — Режим доступа http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7693.pdf

2. Гофман Ю.М. Шрифт в системе письма. – Благовещенск: изд-во АмГУ, 2006. - 331с., ил.

Тема 3. Способы кодирования информации

Вопросы к рассмотрению по теме:

1. Пазиграфия.
2. Современная пиктография.
3. Сигнальные азбуки.
4. Коды, символы и модели.

Литература для подготовки:

1. Станишевская Л.С. Визуальные коммуникации в дизайне [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2017. – 60с. — Режим доступа http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7693.pdf

Тема 4. Реклама. Основные понятия и носители

Вопросы к рассмотрению по теме:

1. Понятие рекламы.
2. Рекламные средства. Виды рекламных средств
3. Наружная реклама.
4. Цель рекламы.

Литература для подготовки:

1. Станишевская Л.С. Визуальные коммуникации в дизайне [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2017. – 60с. — Режим доступа http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7693.pdf
2. Веселова Ю.В. Графический дизайн рекламы. Плакат [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Веселова Ю.В., Семёнов О.Г.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012.— 104 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44764>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю

Тема 5. Средства и системы визуальных коммуникаций в городской среде

Вопросы к рассмотрению по теме:

1. Типы знаков в городской среде.
2. Графические приемы оформления фасадов, суперграфика, медиа-сред.
3. Инфографика.

Литература для подготовки:

1. Станишевская Л.С. Визуальные коммуникации в дизайне [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская – Благовещенск: Изд-

во АмГУ, 2017. – 60с. — Режим доступа

http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7693.pdf

2. Пигулевский В.О. Дизайн визуальных коммуникаций [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.О. Пигулевский, А.Ф. Стефаненко. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 303 с. — 978-5-4487-0267-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75951.htm> l— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Тема 6. Средства визуальных коммуникаций в интерьерах, внутренних пространствах зданий

Вопросы к рассмотрению по теме:

1. Указатели, пиктограммы, таблички, рекламные объявления, плакаты и другие средства информации в интерьерах общественных зданий

2. Выявление и учет оптимального образного стереотипа визуального восприятия.

3. Внутренние таблички и указатели в выставочном пространстве

Литература для подготовки:

1. Станишевская Л.С. Визуальные коммуникации в дизайне [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2017. – 60с. — Режим доступа http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7693.pdf

2. Пигулевский В.О. Дизайн визуальных коммуникаций [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.О. Пигулевский, А.Ф. Стефаненко. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 303 с. — 978-5-4487-0267-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75951.htm> l— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Тема 7. Пиктография в визуальных коммуникациях

Вопросы к рассмотрению по теме:

1. Кодирование цветом.

2. Объект и его цветографический текст.

3. Система и принципы кодирования информации в дизайне.

4. Цветографические алфавиты.

5. Модульное построение пиктограмм

Литература для подготовки:

1. Станишевская Л.С. Визуальные коммуникации в дизайне [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2017. – 60с. — Режим доступа http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7693.pdf

2. Гофман Ю.М. Шрифт в системе письма. – Благовещенск: изд-во АмГУ, 2006. - 331с., ил.

Тема 8. Особенности проектирования визуальных коммуникаций для определенных групп граждан

Вопросы к рассмотрению по теме:

1. Визуальные коммуникации в городской среде для пожилых и инвалидов.
2. Особенности восприятия информации данных категорий граждан.
3. Язык Брайля

Литература для подготовки:

1. Станишевская Л.С. Визуальные коммуникации в дизайне [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2017. – 60с. — Режим доступа http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7693.pdf

Вопросы для самопроверки

1. Роль и место визуальных коммуникаций в дизайне
2. Предистория коммуникаций. Дознаковый период
3. Письмо как главная и универсальная коммуникационная система
4. Реклама. основные понятия и носители
5. Средства и системы визуальных коммуникаций в городской среде
6. Средства визуальных коммуникаций в интерьерах, внутренних пространствах зданий
7. Способы кодирования информации
8. Особенности проектирования визуальных коммуникаций для определенных групп граждан
9. Классификация и функция символов.
10. Основные понятия, категории и терминология международной символики и эмблематики.
История возникновения наскальных рисунков, петроглифов и геоглифов.
11. Пиктограммы, идеограммы и логограммы.
12. Основные визуально-графические знаковые системы и алфавиты.
13. Базовые алфавиты. Замещающие алфавиты. Аналоговые системы.
14. Понятие рекламы. Рекламные средства.
15. Наружная реклама. Цель рекламы. Виды рекламных средств.
16. Графические приемы оформления фасадов, суперграфика, медиа-среда.
17. Типы знаков в городской среде.
18. Указатели, пиктограммы, таблички, рекламные объявления, плакаты и другие средства информации в интерьерах общественных зданий.
19. Способы выявления и учета оптимального образного стереотипа визуального восприятия.
20. Пазиграфия. Современная пиктография.
21. Сигнальные азбуки.

- 22. Коды, символы и модели.
- 23. Кодирование цветом.
- 24. Объект и его цветографический текст.
- 25. Система и принципы кодирования информации в дизайне.
- 26. Цветографические алфавиты.
- 27. Визуальные коммуникации в городской среде для пожилых и инвалидов.
- 28. Информационные системы для маломобильных групп посетителей и людей с ограниченными возможностями

2 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Ведущей дидактической целью практических занятий является формирование практических умений - профессиональных или учебных, необходимых в последующей учебной деятельности по общепрофессиональным и специальным дисциплинам.

На практических занятиях студенты овладевают первоначальными профессиональными умениями и навыками, которые в дальнейшем закрепляются и совершенствуются в процессе курсового проектирования, учебной и производственной (профессиональной) практики.

Практическое занятие - это форма организации учебного процесса, предполагающая выполнение студентами по заданию и под руководством преподавателя ряда практических работ. Для подготовки студентов к предстоящей трудовой деятельности важно развить у них интеллектуальные умения - аналитические, проектировочные, конструктивные, поэтому характер заданий на занятиях должен быть таким, чтобы студенты были поставлены перед необходимостью анализировать процессы, состояния, явления, проектировать на основе анализа свою деятельность, намечать конкретные пути решения той или иной практической задачи. В качестве методов практического обучения профессиональной деятельности широко используются анализ и решение производственных ситуационных задач, деловые имитационные игры.

Студенты должны приходить на практическое занятие, предварительно подготовившись к нему. Самостоятельность работы студентов при подготовке к практическому занятию и непосредственно на практическом занятии обеспечивается наличием методических указаний для каждого практического занятия, в которых указываются: тема занятия; цель занятия (зачем необходимо усваивать учебный материал данной темы); задачи занятия (конкретные компетенции, которые студент должен приобрести); учебные вопросы, разбираемые на занятии; методы проведения занятия, формы контроля.

Главное в организации практических занятий это правильное распределение легких и трудных задач, чтобы студенты постоянно ощущали нарастание сложности выполняемых заданий. Большое значение имеют индивидуальный подход. Студенты должны получить возможность раскрыть и проявить свои способности, свой личностный потенциал.

При определении целей и задач практических заданий, и эффективности их реализаций, программа дисциплины предусматривает форму установочных бесед и бесед-визуализаций, процесс которых сопровождается демонстрацией лучших примеров, как зарубежной и отечественной пиктографии, так и лучших примеров студенческих работ.

Учитывая специфику дизайнера-графика и область его профессиональной деятельности, программа дисциплины ставит своей целью за ограниченный период времени освоить главные методы создания пиктограмм и объектов визуальной среды, принципы их композиционно-

целостного и гармоничного построения, а также освоить основные графические выразительные средства инфографики.

Практическое занятие №1 . Выявление и учет оптимального образного стереотипа визуального восприятия. Классификатор.

Цель: уметь анализировать визуальную информацию

Задание: выполнить сбор, анализ и классификацию знаков в городской среде

Практическое занятие №2 Письмо как главная и универсальная коммуникационная система

Задание: на материале, полученном в первом практическом задании, выполнить серию плакатов используя разные типы знаков. Интерпретируя их как своеобразный алфавит или письмо, основываясь на основных исторических направлениях.

Практическое занятие №3 Способы кодирования информации

Задание: выбрать серию рекламных обращений (Билайн, мегафон, банк и т.п.)вычленить элементы кода. Составить классификацию

Практическое занятие №4 Реклама

Задание:

1. Провести анализ рекламных установок в городе
2. Классифицировать
3. Определить недостатки
4. Предложить проектное решение проблемы

Практическое занятие №5 Средства и системы визуальных коммуникаций в городской среде

Задание: выполнить серию плакатов и разместить их в городской среде согласно контексту этой среды

Практическое занятие №6 Средства визуальных коммуникаций в интерьерах, внутренних пространствах зданий

Задание: определить и выполнить цветовой код для детской больницы

Практическое занятие №7 Пиктография в визуальных коммуникациях

Выполнить задание на стр. 48 из методического пособия:

Станишевская Л.С. Визуальные коммуникации в дизайне [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2017. – 60с. — Режим доступа http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7693.pdf

Практическое занятие №8 Особенности проектирования визуальных коммуникаций для определенных групп граждан

Задание:

1. Определить возрастную группу
2. собрать информацию о существующих объектах для данной группы
3. Разработать информационные системы для маломобильных групп посетителей и людей с ограниченными возможностями

3 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа студентов является неотъемлемой частью процесса обучения. Самостоятельная работа является специфическим педагогическим средством организации и управления самостоятельной деятельностью студентов в учебном процессе.

Самостоятельная работа может быть представлена как средство организации самообразования и воспитания самостоятельности как личностного качества. Как явление самовоспитания и самообразования самостоятельная работа студентов обеспечивается комплексом профессиональных умений студентов, в частности умением осуществлять планирование деятельности, искать ответ на непонятное, неясное, рационально организовывать свое рабочее место и время.

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений.

Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую (аудиторные занятия, не подкрепленные самостоятельной работой, становятся малорезультативными);
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

«Визуальные коммуникации городской среды» - курс, призванный призван сформировать у студента способность к рефлексивному анализу возможностей и значимости пиктографии через собственный опыт, рекомендуется использовать различные формы самостоятельной работы. Прежде всего, студенту необходимо прочно владеть некоторыми терминами и понятиями – этой цели служит самостоятельная работа со справочной литературой (конспектирование некоторых значимых для курса статей из учебных пособий, Интернета).

В период обучения студенты должны ознакомиться с историей классической фотографии, связью фотографии с другими видами искусства, освоить характерные приемы и способы обработки изображений, научиться с помощью растровой программы обрабатывать иллюстрации, получить знания и навыки, необходимые для сложного фотомонтажа, профессиональной коррекции изображений, ретуши, подготовки к печати.

В рамках данного курса рекомендованы следующие виды самостоятельной работы:

- конспектирование учебной литературы и материалов из сети Интернет;
- проработка учебного материала (по конспектам учебной и научной литературе) и подготовка докладов на практических занятиях и тематических дискуссиях;
- создание и редактирование изображений всеми средствами компьютерной программы;

работа с вопросами для самопроверки.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения данного курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

При освоении данного курса студент может пользоваться ЭБС вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в данном комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

При выполнении самостоятельной работы по компьютерному проектированию объектов необходимо установить бесплатную лицензионную версию растрового редактора Krita на персональный компьютер.

Домашние графические работы выполняются по мере последовательности прохождения курса и выдаются по определенному графику. Задания на домашние графические работы индивидуальные для каждого студента.

При выполнении домашних графических работ необходимо внимательно изучить методические рекомендации по их выполнению.

Для подведения промежуточных результатов текущей успеваемости обучающихся дважды в семестр проводится форма текущего контроля – контрольная точка. Аттестованным считается студент, у которого выполнено на данный период необходимое количество заданий для самостоятельной работы.

Примерные темы для самостоятельной работы студентов

Вариант № 1 1 Разработайте эскиз коммерческого плаката для компании, занимающейся продажей офисной мебели. 2 Разработайте логотип для компании, занимающейся продажей офисной мебели. 3 Подберите шрифтовую гарнитуру и цветовое сочетание для фирменного стиля компании по продаже офисной мебели.

Вариант № 2 1 Разработайте дизайн пригласительного билета на мероприятие, посвященное открытию нового торгового центра. 2 Разработайте эскиз социального плаката для акции, посвященной раздельному сбору мусора. 3 Подберите гарнитуру для текста и цветовое решение визуальных элементов для компании, занимающейся продажей лечебных косметических средств.

Вариант № 3 1 Создайте макет оформления бортов транспорта мобильной кофейни. 2 Подберите шрифтовые гарнитуры (не менее трех) и цветовое решение к рекламному тексту мобильной кофейни. 3 Придумайте визуализацию (на выбор: плакат, флаер, настенный календарь, открытку) для компании, занимающейся продажей винтажных часов.

Вариант № 4 1 Придумайте эскиз коммерческого плаката для антикафе (свободного пространства), где платят не за еду, а за время. 2 Разработайте логотип для компании, занимающейся продажей одежды класса Люкс. 3 Придумайте оформление фирменного транспорта для компании, занимающейся продажей посуды ручной работы на примере ООО «Аксинья» семирассовской фабрики.

Вариант № 5 1 Придумайте эскиз рекламной листовки для компании мобильной связи (на выбор: Билайн, Мегафон, МТС и др.) 2 Создайте эскиз буклета с использованием корпоративных идентификаций для компании мобильной связи. 3 Разработайте эскиз обложки каталога предоставляемых услуг студией красоты.

Вариант № 6 1 Придумайте и разработайте эскиз в цвете логотипа компании, занимающейся пассажирскими авиаперевозками. 2 Придумайте эскиз наружной рекламы компании, занимающейся пассажирскими авиаперевозками. 3 Подберите шрифтовую гарнитуру, цветовое поле, и визуальные элементы для PR-текста для интернет-провайдера.

Вариант № 7 1 Разработайте эскиз обложки каталога для компании, занимающейся продажей отечественных автомобилей. 2 Разработайте эскиз щита (3х6) наружной рекламы для компании, занимающейся продажей грузовых автомобилей. 3 Разработайте логотип (в цвете и черно-белый вариант) для компании, занимающейся продажей натуральной косметики.

Вариант № 8 1 Разработайте эскиз фасадной вывески для сети вегетарианских кафе. 2 Разработайте эскиз логотипа для сети вегетарианских кафе. 3 Придумайте эскиз листовки в стиле комикса для компании, занимающейся продажей радиоуправляемых моделей.

Вариант № 9 1 Разработайте эскиз приглашения на фотовыставку, посвященную экологии. 2 Разработайте эскиз логотипа для компании, занимающейся продажей детского питания. 3 Разработайте эскиз рекламного плаката для компании, занимающейся продажей изделий из экоматериалов.

Вариант № 10 1 Разработайте в стиле поп-арта эскиз логотипа центра по оказанию образовательных услуг при вузе. 2 Разработайте эскиз рекламного плаката по продвижению образовательных услуг в области иностранных языков. 3 Разработайте эскиз баннера сайта для онлайн-курсов по ораторскому мастерству.

Вариант № 11 1 Разработайте логотип компании, занимающейся продажей фото- и видеооборудования. 2 Создайте эскиз социального плаката для благотворительной акции, посвященной донорству крови. 3 Подберите визуальный знак, цвет, шрифтовую гарнитуру и соответствующий орнамент в стиле китча для рекламной кампании, фольклорного мероприятия с последующей продажей сувениров ручной работы.

Вариант № 12 1 Придумайте логотип для регионального мероприятия, посвященного ярмарке мастеров декоративно-прикладного и народного искусства. 2 Разработайте эскиз обложки

каталога, для компании, продающей медицинское оборудование. 3 Разработайте эскиз сайта для компании, занимающейся продажей мужской галантереи из натуральной кожи в интернете.

Вариант № 13 1 Разработайте эскиз листовки для ремонта и настройки ПК. 2 Составьте эскиз наружной рекламы о ремонте ПК в стиле комикса (шит, билборд, реклама на транспорте, на городской уличной мебели и др.) 3 Разработайте эскиз сайта для онлайн-курсов по рисованию.

Вариант № 14 1 Разработайте эскиз щита наружной рекламы компании, занимающейся продажей бытовой техники. 2 Разработайте эскиз праздничной рассылочной открытки в стиле «пинап», посвященной ювелирным изделиям. 3 Разработайте эскиз рекламного объявления акции для компании, занимающейся продажей одежды в интернете.

Вариант № 15 1 Разработайте эскиз листовки для компании, занимающейся продажей мобильных телефонов. 2 Разработайте эскиз рекламы на общественном (трамвай, троллейбус, МТ, автобус) транспорте для компании, занимающейся продажей мобильных телефонов. 3 Разработайте эскиз рекламного плаката в стиле авангарда для студентов вуза, для онлайн-курсов по веб-дизайну

Итоговое задание.

«Разработка фирменного стиля и визуальных коммуникаций общепита»

Ход работы:

1. Основные понятия фирменного стиля. Элементы фирменного стиля в формировании корпоративной айдентики. Носители, на которые наносится айдентика. Габариты полиграфической продукции, документации. Основные понятия наружной рекламы и ее основные элементы. Пиктограммы и их роль в формировании фирменного стиля. Понятие о типе потребителя.

2. Сбор информации по теме проектирования, ее теоретический анализ и графическое исследование (знакомство с аналогами на потребительском рынке; изучение требований к фирменному стилю; визуальное представление темы).

3. Ассоциативная клаузура.

4. Формулирование целевой установки на проектирование. Клаузура.

5. Разработка форэскиза.

6. Разработка рекламно-информационных установок и коммуникативных элементов.

7. Эскиз экспозиции проекта (обоснование композиционного, кон-структивного, колористического решения).

8. Выполнение графической подачи.

Структура задания:

1. Графическая часть, 1 подрамник 500x750, включающая: 2D визуализацию в цвете; перспективное или аксонометрическое изображение объектов в цвете; чертежи; схемы

композиционного формообразования; аннотация, прототипы или поисковый ряд (линейная, линейно-пятновая графика). Материал: акварель, гуашь, тушь (чертежи). Компьютерная графика – итоговая работа (рис.1).

2. Материалы, отражающий ход проектирования: графический пред-проектный анализ; вариантный поиск и утвержденный форэскиз; эскизы в цвете.



Рис. 1. Пример творческого задания №2

9.3. Требования к выполнению работы

Цель: понятие основных критерий визуальных коммуникаций и применение знаний и умений в проектах и работах.

Исходные данные: фотоотчет заведений общепита города, современные тенденции в разработке фирменного знака и логотипа, требования к разработке многостраничного издания (меню).

Выполнение: творческая работа выполняется в течении семестра на практических занятиях по мере освоения новых тем.

Разработка дизайна включает в себя пять процессов.

1. Исследование возможностей, путем критического анализа и определения проблемных точек и неиспользованных возможностей в уже существующих категориях, или создание новых категорий.
2. Определение конкретных решений воплощения плана.

3. Управление процессом исследования, определения, создания решений и проектов.
4. Разработка пробных макетов и моделей, тестирование.
5. Определение тенденций.

Литература для подготовки:

1. Станишевская Л.С. Визуальные коммуникации в дизайне [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2017. – 60с. — Режим доступа http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7693.pdf

Станишевская Любовь Сергеевна,
доцент кафедры дизайна АмГУ

Визуальные коммуникации городской среды: Сборник учебно-методических материалов
для направления подготовки 54.03.0. Направленность (профиль) образовательной программы
Графический дизайн. - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. 18 с.

Усл. печ. л. 1,6.