

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ
государственное бюджетное учреждение
Калининградской области
профессиональная образовательная организация
«Технологический колледж»

Рабочая программа
«Дизайн визуальных коммуникаций»

Заведующий
по учебно-методической работе
И. А. Ивашкина Н. А. Ивашкина

Программа составлена на основе Закона образования РФ (ст. 73-74), требований Федерального государственного образовательного стандарта профессионального образования по профессиям;

приказа МИНОБР РФ № 292 от 18 апреля 2013 г. «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения»;

Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих

Организация-разработчик: государственное бюджетное учреждение Калининградской области профессиональная образовательная организация «Технологический колледж» (ГБУ КО ПООТК)

Разработчики:
педагогические работники ГБУ КО ПООТК

Рассмотрена на заседании методической кафедры математических, естественнонаучных дисциплин и информационных технологий О.М. Ульянова

Согласовано
работодатель
Предприятие «НАСА»
Директор И.А. Ромашко



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Данная программа обучения – это эффективный способ получить все необходимое современному дизайнеру для работы в полиграфии, WEB и в смежных областях дизайна. Каждая хорошая творческая работа содержит какой-то замысел, выражает какую-то идею.

Для дизайнерских работ это в полной мере справедливо и особенно важно, ведь результат такой работы (сайт, витрина, товар с его упаковкой, элементы фирменного стиля, или даже простое рекламное объявление, в конце концов) обязательно должны сформировать у потребителя нужный образ, произвести нужное впечатление, донести желаемую информацию. Таким образом, можно сказать, что дизайнер через свои работы обеспечивает процесс коммуникации между заказчиком дизайна (продавцом) и его целевой аудиторией, потребителями.

Это фундаментально важный для современного прикладного дизайнера навык, обеспечивающий ему востребованность и успешность. Визуальная коммуникация в дизайне как отдельная область знания сформировалась совсем недавно, вобрав в себя как современные исследования в области информационных и мультимедийных технологий, управления социальными процессами, так и классические, давно разрабатываемые и используемые дизайнерами направления, такие как шрифтовое искусство, инфо- и пиктографика, ритм и композиция, колористика и многое другое.

Все эти элементы, сведенные в единую систему, рассматриваются и осваиваются на курсе "Визуальные коммуникации в дизайне".

По окончании курса обучающийся должен уметь:

- выстраивать работу по созданию эффективной дизайнерской коммуникации;
- определять наилучшие формы, методы и приемы визуальной коммуникации с учетом особенностей целевой аудитории и индивидуальных особенностей восприятия;
- разрабатывать полноценный фирменный стиль и развивать существующие формы айдентики;
- широко использовать самые востребованные и креативные инструменты создания дизайна, включая приемы леттеринга, каллиграфии и других.

Обучение осуществляется как групповым, так и индивидуальным методами.

Срок обучения - 1 месяц, 72 часа.

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ
«ДИЗАЙН ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

Тема	Кол-во часов
Модуль 1. Визуальные коммуникации как основа эффективности дизайна <ul style="list-style-type: none"> Современные подходы в понимании задач дизайна. Психология, каналы, инструменты и особенности воздействия дизайна на потребителя Роль дизайнерской составляющей в проектировании взаимодействия. UI, UX, юзабилити Информационная архитектура и возможности ее визуализации Системы корпоративной визуальной идентификации. Фирменный стиль как специфическая система визуальной коммуникации Особенности дизайн-коммуникаций в графическом дизайне, в дизайне объектов среды, интерьеров, и в других формах Практическая работа: создание концепции системы корпоративной идентификации с учетом конкретных вводных 	12
Модуль 2. Построение коммуникации <ul style="list-style-type: none"> Постановка задач. Анализ рынка и трендов Исследование пользователей и целевой аудитории Прототипирование и итерации Формы контакта дизайна и потребителя, их возможности и особенности разработки. Полиграфическая продукция, предметная среда, десктоп, мобильные платформы, Smart TV и другие Особенности анимированного и динамического видеодизайна Проверка качества и тестирование дизайна, оценка результата. Достоверность и прогноз эффективности дизайн-коммуникации в реальных условиях Специальные программные средства прототипирования и отработки дизайнерских решений Практическая работа 1: построение этапов реализации дизайн-проекта с учетом конкретных вводных Практическая работа 2: адаптация дизайнерского решения к различным носителям Практическая работа 3: выбор оптимальных путей реализации дизайн-проекта и построение прогноза эффективности его воздействия 	16
Модуль 3. Инструменты дизайн-коммуникаций <ul style="list-style-type: none"> Шрифтовое решение. Шрифтовая и графическая археология. Выразительный возможности шрифта, национальные, исторические и эстетические особенности. Приемы типографики и леттеринга Символизм и образность в изображении. Условность, экспрессия и метафоричность визуального языка. Возможности воздействия на сознательное и бессознательное Персонажи как носители коммуникации. Правильное использование, управление их эмоциональностью и информативностью. Пластичность и вариативность решения. Антропоморфизм. Национальные, социальные и этнические особенности персонажей Пиктографика и системы изображений. Построение эффективной коммуникации на основе пиктограмм: различные методы, приемы, подходы. Семантический анализ и оценка системы пиктографики Инфографика. Классификации и приемы в историческом развитии. Методы анализа и визуализации массивов данных. Грамотный подбор оптимального 	38

<p>метода визуализации информации. Тренды и перспективные направления инфографики</p> <ul style="list-style-type: none"> • Паттерны и текстуры в реализации дизайнерских задач. Задачи, которые решает текстура в коммуникативном визуальном процессе. Приемы и возможности • Время как фактор дизайна. Анимация, видеоспецэффекты, моушн-дизайн. Эстетика, функциональность, формы и цели использования элементов виртуальной и дополненной реальности в коммуникативных процессах • Практическая работа 1: разработка вариантов шрифтового решения • Практическая работа 2: разработка художественной формы для информационного контента • Практическая работа 3: разработка группы персонажей с учетом задач конкретного дизайн-проекта • Практическая работа 4: разработка коммуникационной пиктографической системы • Практическая работа 5: разработка принципов визуализации для массива данных • Практическая работа 6: комплексное решение по налаживанию визуальных коммуникаций между производителем и потребителем продукции 	
Экзамен	6
Итого	72

Список литературы:

1. Аверин В.Н. Компьютерная графика (1-е изд.) учебник
2. Интернет-предпринимательство: практика применения дизайн-мышления в создании проекта. (Бакалавриат). Учебно-практическое пособие : учебно-практическое пособие / Е.В. Васильева, под ред. и др. — Москва : КноРус, 2019. — 306 с.
3. Васильева, Е.В. Дизайн-мышление: немного о подходе и много об инструментах развития креативного мышления, изучения клиентских запросов и создания идей : монография / Васильева Е.В. — Москва : Русайнс, 2020. — 203 с
4. Ёлочкин М.Е. Дизайн-проектирование. Композиция, макетирование, современные концепции в искусстве (2-е изд., стер.) учебник-М.: Издательский центр "Академия", 2018
5. Ёлочкин М.Е. Основы проектной и компьютерной графики (2-е изд., стер.) учебник-М.: Издательский центр "Академия", 2019
6. Евсеев, Д.А. Web-дизайн в примерах и задачах : учебное пособие / Евсеев Д.А., Трофимов В.В. — Москва : КноРус, 2020. — 263 с.