

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Графический дизайн

Авторы: Доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, канд. пед. наук, доцент В.В. Корешков

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать способность выбрать методы маркетингового исследования в области СМИ

План курса:

№	Наименование тем (разделов)	Содержание раздела
1	Возможности и назначение различных графических пакетов. Анализ составляющих программных продуктов среды Adobe Creative Suite.	Возможности и назначение различных графических пакетов. Анализ составляющих программных продуктов среды Adobe Creative Suite. Редактор векторной графики Adobe Illustrator, его роль в профессиональной деятельности
2	Возможности программы Adobe Illustrator и ее взаимосвязь с другими графическими приложениями.	Возможности программы Adobe Illustrator и ее взаимосвязь с другими графическими приложениями. Параметры и инструменты Adobe Illustrator. Настройка и подготовка файлов к печати. Установка параметров цветоделения. Совместно с преподавателем студенты разрабатывают макет открытки и готовят полученные файлы к печати
3	Управление цветом в Adobe Photoshop. Цветокоррекция файлов и изображений для печати	Управление цветом в Adobe Photoshop. Цветокоррекция файлов и изображений для печати. Компрессия и оптимизация изображений для Web. В течение второй половины занятия студенты под руководством преподавателя работают над редактированием и цветокоррекцией изображений в зависимости от их предназначения (для печати или размещения на веб-сайте).
4	Роль и место анимации в современной визуально-коммуникативной среде. Комплексный анализ творческих работ в области анимации и интерактивных приложений. Программа для создания векторной анимации	Роль и место анимации в современной визуально-коммуникативной среде. Комплексный анализ творческих работ в области анимации и интерактивных приложений. Программа для создания векторной анимации и интерактивных приложений Adobe Flash. Назначение программы. Интерфейс программы Adobe

	и интерактивных приложений Adobe Flash.	Flash. Переключение интерфейса. Рабочее пространство Adobe Flash. Работа с панелями и палитрами. Панель Motion Editor (Временная шкала)
5	Программа Adobe Flash. Работа с сетками, привязками и направляющими.	Программа Adobe Flash. Работа с сетками, привязками и направляющими. Создание графических элементов. Инструменты рисования. Редактирование объектов. Панель Color (Цвет). Инструмент Deco Tool (Декорирование).
6	Трансформация объектов в Adobe Flash	Трансформация объектов в Adobe Flash. Свободное трансформирование объектов. Искажение и масштабирование объектов. Зеркальное отражение и поворот объектов. Группирование объектов. Выравнивание объектов на сцене. Трехмерные графические возможности трансформации.
7	Покадровая анимация в Adobe Flash	Покадровая анимация в Adobe Flash. Использование временной шкалы. Слои: параметры настроек, работа с масками слоев. Режимы просмотра результатов
8	Изучение программы Adobe Flash. Анимация движения.	Изучение программы Adobe Flash. Анимация движения. Создание фрагментов ролика. Работа с библиотекой
9	Создание 3D-анимации средствами Adobe Flash	Создание 3D-анимации средствами Adobe Flash. Изменение свойств анимации с помощью Motion Editor (Временной шкалы). Встроенные стили движения

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа: лекция-визуализация, проблемная лекция;

– при проведении занятий семинарского типа: практическое задание;

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета: в виде устного собеседования.

Основная литература:

1. Синяева И.М. Интегрированные маркетинговые коммуникации. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/10522>
2. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR. Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/6001>
3. Шарков Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе. Дашков и К, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/10960>