

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3D Графика

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 к приобретению практических навыков самостоятельной работы по подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий, способствующие увеличению продаж продукции СМИ

План курса:

Тема 1. Обзор прикладной области компьютерной графики и основные модели графических изображений.

Введение в компьютерную графику. Виды информационных моделей изображений. Обзор графических редакторов. Типы и параметры пиксельных изображений. Разрешение.

Тема 2. Основы работы с растровыми изображениями в графическом редакторе.

Базовая техника работы с растровыми (пиксельными) изображениями в графическом редакторе. Структура окна программы. Настройки интерфейса. «Горячие» клавиши. Инструменты выделения, перемещения, рисования и заливки. Формы отпечатка и настройки кисти. Назначение и принцип создания контуров. Слои в графическом редакторе. Художественные фильтры. Краевые эффекты. Быстрая маска. Инструменты ретуши. Средства тоновой и цветовой коррекции изображения. Уровни. Кривые. Автокоррекция. Растровый графический редактор в web-дизайне. Оптимизация изображений.

Тема 3. Редактор векторной графики.

Назначение и области использования векторного редактора. Структура окна программы. Настройки интерфейса. «Горячие» клавиши. Базовая техника работы с векторными изображениями.

Тема 4. Редактор трехмерной графики.

Назначение и возможности программы трехмерной графики. Интерфейс редактора. Принципы создания трехмерных моделей (основные меш-объекты). Операции манипулирования меш-объектами. Понятия «рендера» и «анимации». Принципы создания сцен и анимации. Настройки окружения, освещения, камеры.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

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

– при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

– при проведении занятий семинарского типа:
доклад, практические задания, эссе.

Промежуточная аттестация проводится в форме письменного зачета с оценкой.

Основная литература:

1. Маркетинг торговли: Учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; Под ред. Л.П. Дашкова. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2012. - 752 с.: 60х84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-00144-4, 1000 экз. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/330902>
2. Маркетинг в предпринимательской деятельности / Синяева И.М., - 5-е изд. - Москва: Дашков и К, 2017. - 266 с.: ISBN 978-5-394-02393-4 - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/411383>
3. Разработка рекламного продукта: Учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0124-7 - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/189456>