

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.09.02 Дизайн в рекламе

Автор:

Старший преподаватель, кафедры интегрированных коммуникаций, Кандидат искусствоведения, Гурова Екатерина Александровна

Код и наименование направления подготовки, профиля: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Диджитал реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать знания, умения и навыки в рамках осваемых ключевых компетенций в соответствии с матрицей и паспортами компетенций ОП ВО, необходимых для будущей профессиональной деятельности работника сферы рекламы и связей с общественностью; сформировать умения для самостоятельной работы, научить обучающихся профессиональному подходу к изучению дисциплины; правильной самоорганизации учебного процесса и во внеучебной деятельности

Содержание дисциплины

Тема 1. Ощущение и восприятие. Свойства восприятия и его виды

Психология восприятия как часть когнитивной психологии.

Исторические предпосылки психологии. Формирование психологии как науки. Формирование психологии восприятия как части когнитивной психологии. Восприятие как способ познания. Восприятие как отражение действующих в данный момент стимулов.

Ощущение как непосредственное симультанное воздействие на органы чувств (анализаторы). Восприятие – наглядный образ действующих в данный момент на органы чувств предметов и явлений в совокупности их различных элементов и свойств.

Свойства восприятия: предметность, целостность, структурность, константность.

Роль установки в восприятии. Иллюзии установки.

Непроизвольное восприятие, произвольное восприятие и наблюдение.

Тема 2. Восприятие формы и цвета, восприятие пространства.

Основные сведения по физиологии восприятия. Структура глаза. Нервные пути от глаза к мозгу. Преобразование энергии света в нервную активность. Наличие клеток, дифференциально чувствительных к цвету, движению и ориентации.

Связь зрения, осязания и кинестетических ощущений. «Оптические» и «гаптические» ценности.

Восприятие цвета как сложный комплекс ощущений.

Двигательный подтекст восприятия пространства и объема. Участие мышечных усилий в восприятии пространства.

Восприятие глубины и поверхностей, восприятие и распознавание целостных объектов. Распознавание паттернов (по Дж. Андерсону).

Тема 3. Специфика восприятия произведения искусства и дизайна.

Несводимость восприятия произведения искусства и дизайна к первичным психологическим реакциям. Культурно-социальная составляющая индивидуального восприятия.

Р. Арнхейм и его труды. Применение достижений гештальтпсихологии к произведениям искусства.

Основные труды. «Искусство и визуальное восприятие» как базовая концепция. Вес и равновесие, очертание и форма (shape and form), развитие, пространство, движение.

Развитие этих идей в редакции 1974г. и в «Новых очерках по психологии искусства». Специфика функционирования гештальткатегорий в объектах дизайна, при синтезе утилитарной и художественно-эстетической функции.

«Динамика архитектурных форм» и ее значение для современного пространствопонимания в архитектуре и дизайне.

«Entropy and art. Disorder and order». Идеи упорядоченности, связь с теорией систем.

Понятие «разумного глаза». Зрительное ощущение и его интерпретация. Влияние установки. Роль абстракции.

Двойственность изображения. Значение ее для дизайна.

Неоднозначно воспринимаемые визуальные объекты. Невозможные объекты. Использование в графике. Современная трактовка невозможных объектов (Фукуда, Колейчук).

Фигуры, содержащие искажения формы. Оп-арт и его значение для современного дизайна.

Тема 4. Виды композиционных построений, организация композиции.

Базовое понятие о композиции как об организующей структуре, изобразительной системы для выражения идеи. Основные виды композиционных построений: фронтальная композиция, объемная композиция, глубинно – пространственная. В рамках каждого вида композиции - приоритеты изобразительных средств и методов воздействия на зрителя.

Основной закон построения композиции: единства и соподчинения. Закон нюанса, контраста, тождества, - как выражение системы соподчинения. Равновесие – баланс изобразительных средств. Симметрия – как инвариативная система, относительно преобразований; виды симметрий. Геометрический и оптический центры композиции. Понятие асимметрии.

Тема 5. Графические средства и их изобразительные возможности.

«Рождение формы происходит от точки, передвижение которой дает линию, смещение линий строит плоскость, встреча плоскостей образует тело». Точка, линия, пятно – элементы организации плоскостной композиции. Анализ каждого средства с точки зрения изобразительных возможностей, психологии восприятия, эмоциональных, динамических характеристик.

Тема 6. Формальные средства графической композиции.

Пропорции, как средство гармонизации композиции. Определение пропорций, их значение для организации различных видов композиционных построений. Определение модуля, модульной системы, модульной сетки. «Золотое сечение», как метод гармонизации композиции. Значение пропорциональной группы в композиции. Масштаб, масштабность. Статика. Определение, характеристики, средства выражения. Виды статических композиций. Динамика. Определение, характеристики, средства выражения. Работа с направленной формой в композиции. Поворот формы, как средство организации динамической композиции.

Анализ формы: рассматриваются три основные формы: квадрат, треугольник, круг с точки зрения семантики, психологии восприятия, динамики формы и т.д., а также анализируются производные от базовых форм формообразования.

Тема 7. Организация ритмической композиции.

Временной масштаб композиции. Развитие сюжета в изобразительной системе. Многополосные печатные издания.

Пространственный масштаб композиции: открытая композиция, частично-ограниченная композиция, закрытая композиция. Общие черты и различия в построении композиционных систем. Применение различных видов композиционного построения, оправданность с точки зрения функциональности. Анализ полиграфической продукции с точки зрения масштаба композиционного построения.

Метрические композиционные системы. Понятие раппорта. Соподчинение (фон – элемент; элемент – элемент) в открытой композиции. Синкопа. Определение ритмической системы. Простые линейные ритмы (с использованием одного изобразительного средства), сложные линейные ритмы (система соподчинения 3-4-х изобразительных средств).

Тема 8. Стилизация биоформы.

Приемы стилизации формы в графическом дизайне: силуэтное, пятновое решение формы, линейное, линейно-пятновое; выявление заданных качеств объекта пластики формы, фактуры, декора. Анализ разных ракурсов, частей объекта, характеристик для наиболее выразительной стилизации.

Тема 9. Проектирование графического комплекса.

Проектируется системный графический комплекс, включающий разнообразные объекты проектной работы дизайнера. Выбор объектов проектирования зависит от темы работы. В рамках данного задания формируется концептуальное мышление, системное программирование визуальной идентификации во взаимосвязи с брендингом. Выполняется практическое задание по теме.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

при проведении занятий семинарского типа:

- опросы;
- выполнение практических заданий.

Зачет проводится в форме подведения итогов выполнения учебной нагрузки по дисциплине, включая выполнение предусмотренных рабочей программой дисциплины заданий.

Основная литература:

1. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / Кузнецов П.А.. — Москва : Дашков и К, 2018. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01068-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85272.html>
2. Романов, А.А. Управление рекламными кампаниями в СМИ : учебное пособие / Романов А.А., Каптюхин Р.В.. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 328 с. — ISBN 978-5-374-00396-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/10886.html>
3. Есикова, И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / Есикова И.В.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-394-01653-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html>

