

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Должн: ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
федер: «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Дата п: Пятигорский институт (филиал) СКФУ  
Уника.  
d74ce'



# **Методические указания**

по выполнению практических работ

по дисциплине

«Рекламный плакат»

для студентов направления подготовки

54.03.01 Дизайн

направленность (профиль):

Графический дизайн

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

**Пятигорск  
2021**

## **Содержание**

|                                                                           |           |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Введение</b>                                                           | <b>3</b>  |
| <b>Наименование практических занятий</b>                                  | <b>4</b>  |
| <b>Структура и содержание практических занятий</b>                        | <b>5</b>  |
| <b>Практическое занятие 1. Зрительное восприятие формы и пространства</b> | <b>5</b>  |
| <b>Практическое занятие 2. Визуально – графическая информация</b>         | <b>6</b>  |
| <b>Практическое занятие 3. Сущность и композиция товарного знака</b>      | <b>8</b>  |
| <b>Практическое занятие 4. Визуальные коммуникации в рекламе</b>          | <b>13</b> |

## **ВВЕДЕНИЕ**

Целями освоения дисциплины «Рекламный плакат» являются:

- формирование у студентов базовых представлений о цвете и композиции в графических работах (плакатах), овладение студентами знаниями о психофизиологическом воздействии цвета на человека и об основных принципах моделирования графических листов;
- формирование навыков проектирования рекламного образа в области графического дизайна, необходимых для практической деятельности (в процессе работы с графическими программами и т.д.);
- закрепление и расширение студентами знаний основных терминов, понятий в области науки о композиции и колорите;
- формирование умения самостоятельно проектировать композиции в области графических листов с использованием научных теории гармонии;
- воспитание у студентов качеств дизайнера как творческой личности, способной выдвигать качественно новую, своеобразную идею, находить для ее воплощения адекватные средства, позволяющие новаторски решать проблемы проектирования графических задач, причем не только в области традиционных форм художественного творчества, но и в области инженерного, графического и архитектурного дизайна и т.д.;
- обеспечение базовых знаний в области плакатной графики, как в процессе обучения, так и в дальнейшей профессиональной деятельности.

Задачи, решение которых обеспечивает достижение цели:

- развитие чувства материалов и навыка работы с ними.
- выработка индивидуального «авторского» стиля работы;
- выработка навыков создания художественной формы;
- развитие способностей осмысленного восприятия многообразия форм.

Задачи изучения дисциплины соответствуют целям ее преподавания и заключаются в формировании у студентов следующих знаний:

- значения искусства плаката в системе наук о современном дизайне;
- принципов использования плаката в различных сферах рекламы, в том числе социальной;
- специфики создания плаката;
- развитие чувства композиции;

**Перечень осваиваемых компетенций:**

| Индекс      | Формулировка:                                                                                                                                                           |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПК-1</b> | Способен владеть рисунком и приемами работы, с обоснованием, художественного замысла дизайн-проекта, в макетировании и моделировании, с цветом и цветовыми композициями |
| <b>ПК-7</b> | Способен выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале                                                                     |

**Знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций**

| Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Формируемые компетенции |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <p><b>Знать:</b> физические свойства света и цвета, основные положения теории цвета для обоснования художественного замысла дизайн-проекта</p> <p><b>Уметь:</b> использовать методы графического изложения идеи проекта в эскизе, принципы выбора графических средств при проектировании с учетом задач проектирования</p> <p><b>Владеть:</b> рисунком и использует рисунки в практике составления композиций; приемами создания пластической композиции пространственных форм для выполнения дизайн-проекта, с обоснованием художественного замысла дизайн-проекта, в макетировании и моделировании, с цветом и цветовыми композициями</p> | <b>ПК-1</b>             |
| <p><b>Знать:</b> основные виды объемного моделирования, методы и приемы работы с различными материалами</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться различными материалами, клеями, красками, инструментами и приспособлениями для построения макета дизайн – объекта; выполнять рабочие и экспозиционные макеты на разном уровне проработки проекта</p> <p><b>Владеть:</b> выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале</p>                                                                                                                                                                            | <b>ПК-7</b>             |

**Наименование практических занятий**

| № Темы | Наименование тем дисциплины, их краткое содержание | Объем часов* | Интерактивная форма проведения |
|--------|----------------------------------------------------|--------------|--------------------------------|
|        | <b>8 семестр</b>                                   |              |                                |
|        | <b>Тема 1. История рекламного плаката.</b>         | 3            |                                |
|        | <b>Тема 2. Особенности рекламного плаката</b>      | 3            |                                |
|        | <b>Тема 3. Стили плакатов.</b>                     | 3            |                                |

|  |                                                                          |             |  |
|--|--------------------------------------------------------------------------|-------------|--|
|  | <b>Тема 4. Основы плаката. Композиция. Шрифт. Цвет. Символика цвета.</b> | 1,5         |  |
|  | <b>Итого за 8 семестр</b>                                                | <b>10,5</b> |  |

## СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

### Практическое занятие №1. История рекламного плаката.

**Цель:** углубить профессиональную подготовку будущих дизайнеров в области художественного проектирования.

**Знать:** Изучаемые аспекты текущей темы.

**Уметь:** развивать навыки проектного анализа, превращающего эти навыки в комплексный системный подход, детально учитывающий потребности и возможности человека в различных аспектах его жизнедеятельности.

**Актуальность темы** объясняется необходимостью получения знаний в области рекламного плаката.

#### **Теоретическая часть:**

Несмотря на свою богатую историю, плакаты не потеряли актуальность и сегодня. Считается, что родом печать плакатов из Древнего Египта. Там с их помощью информировали о сбежавших от хозяев рабах. Несколько позже подобные объявления получили широкое распространение в Древней Эллад, где они анонсировали праздничные мероприятия, торги и театральные представления, а потом переместились в Европу и Америку. В 1482 году в Англии был издан первый рекламный плакат, посвященный новому изданию книги «Геометрия Эвклида». Плакат, изготовление которого было осуществлено в тот день, стал родоначальником современного рекламного плаката. Менялись технологии полиграфии, а вместе с ними и внешний вид, и содержание этой продукции. До 1860 года изображение на них наносилось только черной краской, хотя основа могла быть и цветной. Наибольшую известность плакаты приобрели благодаря французскому художнику Жюлю Шере, который в 1866 году в своей мастерской начал изготавливать литографии, ставшие своеобразными родоначальниками современных плакатов. Именно его концепция «броскость и лаконичность», использовавшаяся долгое время при изготовлении таких объявлений, актуальна и сегодня.

С началом 20 века роль плакатов несколько видоизменилась. Если ранее они, преимущественно, рекламировали книги и события, то теперь во главу угла стала агитация и пропаганда. Многие социальные плакаты того времени с призывами оказывать помощь раненым, идти на фронт, бороться с НЭПом и защищать идеалы Революции сохранились и по сей день. Советские художники времен Великой Отечественной войны успешно подхватили эстафету. Однако не отказались и от рекламы различных товаров и услуг, здорового образа жизни и некоторых моральных установок.

Сегодня такой вид полиграфии – прекрасный инструмент рекламы. Современный фирменный плакат может приглашать в ресторан, рассказывать о предстоящем концерте, заявлять о грандиозной распродаже или служить деталью дизайна офиса или дома.

#### **Практическая часть:**

Выполнение упражнений на заданную тему

- Вопросы:** - основы композиционного взаимодействия цветовых форм;  
- закономерности формирования плаката.  
- законы композиционного построения плаката

#### **Перечень основной литературы**

Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование : учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. - 150 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-8154-0357-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> (02.03.2018).

#### **Перечень дополнительной литературы**

1. Колпашиков Л.С. Дизайн. Три методики проектирования [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов высших учебных заведений и практикующих дизайнеров/ Колпашиков Л.С.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2013.— 56 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21444>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»

### **Практическое занятие №2. Особенности рекламного плаката**

**Цель:** углубить профессиональную подготовку будущих дизайнеров в области художественного проектирования.

**Знать:** Изучаемые аспекты текущей темы.

**Уметь:** развивать навыки проектного анализа, превращающего эти навыки в комплексный системный подход, детально учитывающий потребности и возможности человека в различных аспектах его жизнедеятельности.

**Актуальность темы** объясняется необходимостью получения знаний в области рекламного плаката.

**Теоретическая часть:**

#### **Виды рекламных плакатов.**

Изначально плакат – яркое, цепляющее взгляд и сознание изображение с кратким и понятным текстом, созданное с целью рекламы, агитации или обучения. Наиболее известные плакаты современного мира – афиши или дизайнерские плакаты. На самом деле их разновидностей намного больше, это:

#### **Театральные, музыкальные и киноафиши**

Основная цель: анонсировать предстоящее мероприятие. При разработке дизайна такой продукции не часто обращают внимание на эксклюзивность или фирменный стиль.

Основная задача таких плакатов – проинформировать потенциальную аудиторию о времени и месте предстоящего концерта, постановки или премьеры.

#### **Информационно-рекламные**

Призывают купить какой-то товар или воспользоваться определенными услугами. Чаще всего на них присутствует изображение вышеназванной продукции, нередко такие рисунки выполняются с учетом фирменного стиля производителя, с использованием логотипа компании. На рекламные плакаты может наноситься и информация об акциях или стоимости изделия, т.е. та конкретная информация, которая может заинтересовать и привлечь потенциального покупателя.

### **Социальные**

Призваны вложить зрителю мысли и восприятие мира в определенном ключе, рассказывающие, к примеру, о вреде курения или призывающие охранять живую природу. Такие изображения чаще всего используют резкий стиль, хлесткие слоганы, помогающие изменить мировоззрение человека.

### **Агитационные**

Среди таких постеров наиболее часто встречающимися в наши дни можно назвать полиграфию, призывающую на выборах отдать свой голос за определенного кандидата или политическую партию. Сюда же можно отнести призыв молодежи в армию или сбор денег на какие-то цели.

### **Спортивные**

По смыслу и содержанию несколько напоминают афиши. При разработке их дизайн-макетов стоит учитывать, что для многих такие изображения являются предметом коллекционирования – преданные фанаты есть и у спортсменов.



Рекламные плакаты известных брендов

### **Практическая часть:**

Выполнение упражнений на заданную тему

#### **Вопросы:**

- составление ассоциативного ряда;
- различные техники выполнения плакатов;

- основные приемы создания композиций (ритм, симметрия, асимметрия, композиционный центр);
- использование законов композиции в формировании проектов графического дизайна
- правила оформления эскизов выполненной работы

#### **Перечень основной литературы**

Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование : учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. - 150 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-8154-0357-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> (02.03.2018).

#### **Перечень дополнительной литературы**

1. Колпашиков Л.С. Дизайн. Три методики проектирования [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов высших учебных заведений и практикующих дизайнеров/ Колпашиков Л.С.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2013.— 56 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21444>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»

### **Практическое занятие №3. Стили плакатов.**

**Цель:** углубить профессиональную подготовку будущих дизайнеров в области художественного проектирования.

**Знать:** Изучаемые аспекты текущей темы.

**Уметь:** развивать навыки проектного анализа, превращающего эти навыки в комплексный системный подход, детально учитывающий потребности и возможности человека в различных аспектах его жизнедеятельности.

**Актуальность темы** объясняется необходимостью получения знаний в области рекламного плаката.

**Теоретическая часть:**

**Классический стиль.**

Основа классического стиля это лаконичность, чёткость и стройность. Используются по большей части типологические черты образа. Классика это строгие рамки из золота и серебра, богатые декоративные элементы. Колористика в рамках классического стиля предполагает использование насыщенных оттенков и контрастных сочетаний: густо-коричневый, малиновый.

Классический стиль следует лучшим традициям античной архитектуры и итальянского Высокого Возрождения. Классический стиль в графическом дизайне как правило выбирают государственные структуры, крупные банки и некоторые художественные учреждения.

**Минимализм.**

Простота и лаконичность это основа минимализма. Этот стиль зародился в искусстве в 1960-х годах в Америке и был на тот момент противопоставлен экспрессионизму. Минимализм это освобождение композиции от всех незначительных, второстепенных деталей и акцент на самом главном.

Освобождаемое при этом пространство работает как линза высвечивая всё самое важное. Колористика минимализма скупа как впрочем и образы. Чаще всего используют 2-3 цвета.

### **Поп-арт.**

Поп-арт (сокращение от *popular art* – популярное искусство) – направление в изобразительном искусстве возникшее в 1950-1960 годах. Основоположник этого графического стиля Энди Уорхол заставил нас запомнить наиболее яркие образы поп-арта: Эрнесто Че Гевара, Мэрилин Монро. Характерные черты поп-арта это:

- яркие цвета
- выразительные, мягкие силуэты
- неожиданные и динамичные композиционные решения
- используется техника коллажа и осознанная китчевость
- неотъемлемая черта поп-арта это использование ярких образов звёзд политики, шоу-бизнеса и кино.

Поп-арт ориентирован на молодёжь отсюда берётся его несерьёзность и пропагандируемое потребительское отношение.

### **Винтаж.**

Винтаж это направление которое было популярно в 50-х годах 20-го века. Само слова “Винтаж” подразумевает под собой определённый предмет, типичную вещь своего времени, несущую особые стилевые тенденции. Винтаж добавляет атмосферу ностальгии и заставляет нас обратиться к прошлому. Типичный приём данного стиля это “состаривание” фотографий и образов.

Что касается колористики то это либо серые монохромные композиции, либо мягкие разбелённые цвета словно выцветшие со временем. Часто используются специфические ретро-шрифты. Винтажный графический стиль несёт в себе ценность прошлого через настоящее.

### **Типографика.**

Использование текста как основного элемента в композиции – вот отличительные черты типографики как стиля в графическом дизайне. Использование шрифтовых гарнитур для создания форм и образов усиливает смысловую нагрузку и глубину визуального сообщения.

На данный момент это один из самых действенных инструментов воздействия в рекламе. Верстая буклет, плакат или вывеску мы работаем с различными гарнитурами и шрифтами, и то как мы это делаем имеет первостепенное значение. Размещая текстовую информацию как основной элемент нам приходится пристальнее посмотреть на целесообразность использования тех или иных гарнитур и особенности восприятия шрифтов.

## **Ампир.**

(от фр. *empire style* — «имперский стиль») Ампир возник во Франции во второй половине XIII века, завершая своим началом последний этап классицизма. Этот имперский стиль характеризуется величием, мощностью, монументальностью.

Ампир это богатое декорирование с содержанием элементов военной символики. Художественные формы заимствованы прежде всего у культуры древнего Рима, Греции и Египта. Ампир был призван чтобы подчёркивать идею могущества власти и государства, наличие сильной армии. Отсюда и соответствующий декор — это лавровые венки, щиты, доспехи, орлы и т.д. Этот графический стиль чаще всего используется производителями алкогольной продукции подчёркивая мужественность и солидность марки.

## **Модерн.**

Модерн или арт-нуво (от фр. *moderne* — современный), **ар-нуво** (фр. *art nouveau*, «новое искусство»), художественное направление в искусстве, которое получило широкое распространение в конце XIX, начале XX века. Основные отличительные особенности это уход от прямых линий и углов, в пользу более естественных форм.

Противопоставляется классике и ампиру. Художественные особенности стиля это асимметрия, нестандартность пропорций, растительный орнамент. Колористика модерна это сдержанные пастельные тона. Часто используется для привлечения женской аудитории.

## **Ар-деко**

Ар-деко (арт-деко) (фр. *art déco* — «декоративное искусство»). Течение в изобразительном искусстве первой половины XX века, зародившееся во Франции в 1920-х годах. Ар-деко это след в архитектуре, живописи, моде. Эклектичный стиль сочетающий в себе модерн и неоклассицизм. Произошёл от авангардизма.

Отличительные черты стиля это смелые геометрические формы, строгая закономерность, щедрые орнаменты и этнические геометрические узоры, богатство цветов. Стилю свойственна экзотичность выражаемая при помощи элементов культуры разных стран и народов.

## **Гранж**

(англ. Grunge — грязь, мерзость) — стиль возникший в музыке в середине 1980-х годов как поджанр альтернативного рока. Этот стиль быстро перекинулся из музыки во все остальные сферы творческой деятельности. Гранж перерос в новую молодёжную субкультуру, став противоположностью гламуру и «глянцевости». Сейчас мы можем наблюдать гранж в дизайне одежды, в веб дизайне, графическом дизайне и т.д. Гранж характеризуется нарочитой небрежностью и отказом от театральности. Основные отличительные черты стиля гранж это небрежные мазки, грязь, кляксы, потёртости, помятости, грубые обшарпанные фактуры и прочая неряшливость. Цветовая гамма приглушённая, спокойная: чёрный, коричневый, бежевый и серый цвета.

## **Швейцарский стиль.**

Швейцарский международный стиль (1945-1985) назван так по месту его зарождения. Это одно из главных направлений модернистского течения периода второй половины XIX века. Основой визуальной коммуникации швейцарского стиля послужили простые

геометрические и абстрактные формы. Дизайн становится научно обоснованным, с чёткой структурой и порядком.

Благодаря использованию модульной сетки структура дизайна легко усваивается и считается потребителями, что делает этот стиль популярным и сейчас. Отличительные черты – это отказ от национальных особенностей и декора, что и делает этот стиль интернациональным.

### **Психоделика.**

Психоделик (psyche – душа, delicious – расширять). Название возникло от психоделических наркотиков популярных в то время среди молодёжи (1960-1975гг). Этот стиль старательно пытается передать нам настроение и ощущения после употребления наркотических средств.

Отсюда яркие, кричащие цвета, неразборчивость и хаос в дизайн-макетах. Плавные линии заимствованы у арт-нуво, но добавлены контрастные формы и цвета, неразборчивые и кривые шрифты. Психоделический дизайн чаще не притягивает, а отталкивает.

### **Китч.**

Американский китч или “искусство 50-х” как его ещё называют был популярен в соединённых штатах в 1940-1960гг. Для американского китча характерна чрезмерная эмоциональность, как правило это вульгарность, сентиментальность, претенциозность. С немецкого языка китч переводится как “дурной тон”.

Произведения в стиле китч выполнены на высоком профессиональном уровне иногда чересчур драматичны и экспрессивны, но не несут в себе истинной культурной ценности подобно настоящим произведениям искусства. Шрифты этого стиля незамысловаты, иногда рукописны, они акцентируют наше внимание на захватывающем сюжете и эмоциональных персонажах.

### **Цифровой стиль (Digital).**

Цифровой стиль (1985 – настоящее время). Компьютер позволяет современным дизайнерам гораздо больше, чем когда-либо ещё. В современном дизайне мы можем увидеть графику из вебдизайна (web 2.0) и компьютерных игр, несуществующие 3D формы и перспективы.

Цифровой стиль сложно классифицировать по каким бы то ни было критериям, основная особенность это использование компьютера как основного инструмента, без которого создание композиции стало бы невозможным, либо труднодоступным.

### **Викторианский стиль.**

Викторианский стиль (Victorian age) зародился в Англии в 1840-1900гг на фоне бурного промышленного роста тех лет. Правление королевы Виктории оказало сильное прямое влияние на изобразительное искусство той эпохи. Главенствующими оказались такие мотивы как: ностальгия, романтизм, сентиментальность и детализированная красота.

Для викторианского стиля свойственна насыщенность деталями и утончённость. Объекты размещённые на плакатах викторианской эпохи имеют овальные либо искривлённые формы, шрифты с засечками, правильное симметричное расположение на холсте,

обрамления. Высокая информационная насыщенность дизайн-макетов является визитной карточкой той эпохи.

### **Хипстер (Hipster style).**

Хипстеры (инди-киды) появились в 40-х годах XX-го века Соединённых штатах Америки. Понятие возникло от английского выражения “tobehip” – “быть в теме”. Отсюда возникло родственное “хиппи”. На данный момент это актуальная молодёжная субкультура, которую объединяет одежда, аксессуары, потребительский образ жизни, желание быть в тренде. Стилю свойственны тренды графического дизайна. Как однотонные контрастные иллюстрации с отсылкой в винтажный стиль, так и яркие, контрастные аляпистые цветовые сочетания. Подобная цветовая контрастность перекладывается и на шрифтовую составляющую этого направления.

В одном знаке в “стиле хипстер” могут использоваться от 3 до 5 различных гарнитур, от рукописных до акцидентных. Активно используются фотографии, как правило они служат “подложкой” для оригинальных шрифтовых решений. Логотипы в стиле “хипстер” однотонны и насыщены ленточками, линиями, крестиками и прочими несложными элементами.

### **Практическая часть:**

Выполнение упражнений на заданную тему

**Вопросы:** -составление ассоциативного ряда;

-различные техники выполнения плакатов;

-основные приемы создания композиций (ритм, симметрия, асимметрия, композиционный центр);

-использование законов композиции в формировании проектов графического дизайна

-правила оформления эскизов выполненной работы

### **Перечень основной литературы**

Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование : учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. - 150 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-8154-0357-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> (02.03.2018).

### **Перечень дополнительной литературы**

1. Колпашиков Л.С. Дизайн. Три методики проектирования [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов высших учебных заведений и практикующих дизайнеров/ Колпашиков Л.С.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2013.— 56 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21444>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks

2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»

#### Практическое занятие №4. Основы плаката. Композиция. Шрифт. Цвет. Символика цвета.

**Цель:** углубить профессиональную подготовку будущих дизайнеров в области художественного проектирования.

**Знать:** Изучаемые аспекты текущей темы.

**Уметь:** развивать навыки проектного анализа, превращающего эти навыки в комплексный системный подход, детально учитывающий потребности и возможности человека в различных аспектах его жизнедеятельности.

**Актуальность темы** объясняется необходимостью получения знаний в области рекламного плаката.

##### **Теоретическая часть:**

Как нарисовать и где разместить правильный рекламный плакат? Все зависит от конечных целей и задач, для решения которых они разрабатываются. В одних случаях это может быть лаконичная надпись на ярком фоне, в других обязательным условием согласования макета будет использовать фирменный стиль. Плакат, предназначенный для целевой аудитории определенной компании будет существенно отличаться от плаката, призывающего, к примеру, защищать леса от вырубки.

Существует несколько правил при разработке рекламных плакатов. Во-первых, рекламный плакат, какого бы размера он ни печатался, должен быть цветным, привлекательным, бросающимся в глаза, но не пестрым. Основная задача – привлечь внимание и удержать его на несколько секунд – время, достаточное для восприятия размещенной информации. Возможно, вызвать любопытство и заставить дочитать до конца размещенную информацию. А для этого она должна нормально читаться, чему особо поспособствует использование контрастных цветов при изготовлении рекламных плакатов с учетом фирменной графики компании-рекламодателя.

Во-вторых, да, изображения могут быть и должны быть яркими. Но при этом желательно избегать множества полутонов и оттенков. Это не пейзаж, это плакат, предназначенный для достижения определенной цели. Увидел–прочитал–сделал – вот задача любого плаката, предназначенного воздействовать на восприятие человека.

В-третьих, количество текста. Чем его меньше, тем лучше – быстро читается и легко воспринимается. Но даже несколько размещенных слов или фраз в объявлении, должны давать потребителю всю необходимую информацию. Где, когда, что, сколько? По минимуму удовлетворить любопытство, и в то же время, заставить прийти или купить.



## Рекламные плакаты. Минимализм в тексте

Текст должен быть четким, шрифт крупным и легко читаемым, с минимальным количеством завитков и виньеток. Здесь действуют те же законы, что и в наружной рекламе – крупно, понятно, доступно. Поменьше интриги, и вопросов, побольше информации, но информации дозированной, самой необходимой для принятия решения о покупке товара или услуги.

Считается, что для эффективной работы рекламных плакатов достаточно не более двух шрифтов – для написания заголовка и для основной информации.

В-четвертых, изображение на плакате должно вызывать какие-либо чувства, эмоции. Реклама, не вызывающая никаких эмоций, скорее всего не останется в голове проходящего мимо человека более, чем на минуту. Среди наиболее работающих эмоций можно выделить:

- страх
- смех или приятные воспоминания
- умиление
- гордость, причастность к чему-либо.

### Практическая часть:

Выполнение упражнений на заданную тему

**Вопросы:** -законы цветового построения и организации листа;  
-критерии определяющие качество плаката;  
-принципы разработки идей, стилистические направления;

### Перечень основной литературы

Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование : учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. - 150 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-8154-0357-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589> (02.03.2018).

### Перечень дополнительной литературы

1. Колпашиков Л.С. Дизайн. Три методики проектирования [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов высших учебных заведений и практикующих дизайнеров/ Колпашиков Л.С.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2013.— 56 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21444>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»