



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АРХИТЕКТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(УрГАХУ)

Факультет дополнительного профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор

А.В. Долгов

«23» ноября 2020 г.



Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа

Современная коммерческая иллюстрация

Категория обучающихся: взрослые
Срок обучения: 80 академических часов

Екатеринбург
2020

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Аннотация программы:

Формирование у обучающихся профессиональных компетенций для выполнения нового вида профессиональной деятельности при закреплении практических навыков, умения и владения основами дизайна иллюстрации, в соответствии с квалификационными требованиями квалификационного справочника по профессии графический дизайнер.

1.2. Цель реализации программы:

Освоение программы направлено на изучение информации необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации

Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Согласование дизайн-макета с заказчиком и руководством.

Подготовка графических материалов для передачи в производство и, идентификации и коммуникации

1.3. Ожидаемые результаты дополнительной общеобразовательной программы и формы подведения ее итогов:

Результаты освоения дисциплины направлены на формирование профессиональных компетенций и получение возможности продемонстрировать следующие результаты:

- **знать** общие принципы функционирования дизайна упаковки и принципиальное устройство упаковочного рынка; современные и традиционные коммуникативные технологии в дизайне упаковки; правовые основы рекламной деятельности, ФЗ «О рекламе»; современные компьютерные технологии, необходимые в его проектной деятельности;

- **уметь** работать в команде, быть готовым к кооперации с коллегами для выполнения групповых заданий и обсуждения результатов индивидуальных учебных заданий; научно обосновать свои проектные предложения и концептуальные идеи; уметь грамотно использовать поверхность упаковки и проектный потенциал креативной упаковочной концепции;

- **владеть** комплексом информационно-технологических знаний, навыками работы с линией, пятном, шрифтом, информацией о конструкционно-материальных элементах упаковочных носителей, работать с классическими и современными шрифтовыми гарнитурами.

1.4 Срок реализации общеобразовательной программы:

80 академических часов (включая итоговую аттестацию), из них 70 час практического обучения

Лица, освоившие дополнительную общеобразовательную программу, получают сертификат об обучении УрГАХУ.

1.5. Формы и режим занятий:

Обучение без отрыва от работы.

Режим занятий предусматривает учебную нагрузку 8 акад. часа в день, 2 дня в неделю.

1.6. Категория обучающихся:

К освоению дополнительной общеобразовательной программы «Современная коммерческая иллюстрация» допускаются любые лица без предъявления требований к уровню образования, если иное не обусловлено спецификой реализуемой программы (Статья 75, п.3, закон № 273-ФЗ от 29.12.2012г.)

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебно-тематический план «Современная коммерческая иллюстрация»

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего час.	В том числе		Формы текущего контроля успеваемости
			Лекция	Практическое занятие в лекц. ауд.	
1.	Раздел 1 Введение в основы рекламной коммерческой иллюстрации	20	10	10	
1.1	Значение рекламной коммерческой иллюстрации в маркетинге товаров и услуг	2	1	1	текущий опрос, графическая работа
1.2	История рекламной иллюстрации	2	1	1	текущий опрос, графическая работа
1.3	Визуальная коммуникация дизайнера иллюстрации в разных странах	2	1	1	текущий опрос, графическая работа
1.4	Технологии создания иллюстрации	2	1	1	текущий опрос, графическая работа
1.5	Креолизованный текст в иллюстрации	2	1	1	текущий опрос, графическая работа
1.6	Функции рекламной иллюстрации	2	1	1	текущий опрос, графическая работа
1.7	Композиция дизайнера иллюстрации	2	1	1	текущий опрос, графическая работа
1.8	Эмоции в дизайне иллюстрации	2	1	1	текущий опрос, графическая работа
1.9	Графические стили в рекламной иллюстрации	2	1	1	текущий опрос, графическая работа
1.10	Авторская графика в рекламной иллюстрации	2	1	1	текущий опрос, графическая работа
2.	Раздел 2 Проектирование рекламной коммерческой иллюстрации	30	0	30	
2.1	Концепция рекламной коммерческой иллюстрации	6	0	6	текущий опрос, графическая работа
2.2	Использование исследований психотипов в дизайне иллюстрации	6	0	6	текущий опрос, графическая работа
2.3	Использование исследований целевой аудитории в дизайне иллюстрации	6	0	6	текущий опрос, графическая работа
2.4	Иерархия в подаче визуальной информации на иллюстрации	6	0	6	текущий опрос, графическая работа
2.5	Использование исследований индивидуальных потребительских предпочтений в дизайне иллюстрации	6	0	6	текущий опрос, графическая работа
3.	Раздел 3 Курсовое проектирование продающей иллюстрации	30	0	30	
3.1	Исследование	6	0	6	текущий опрос, графическая работа
3.2	Концепция	9	0	9	текущий опрос, графическая работа
3.3	Проект	9	0	9	текущий опрос, графическая работа
3.4	Презентация	6	0	6	текущий опрос, графическая работа
	ИТОГО	80	10	70	Курсовой проект

2.2. Тематический план программы «Современная коммерческая иллюстрация»

Раздел 1. Введение в основы рекламной коммерческой иллюстрации.

Тема 1.1 Значение рекламной коммерческой иллюстрации в маркетинге товаров и услуг.

Проведение анализа рекламной коммерческой иллюстрации. Fashion-иллюстрация. Современная рекламная иллюстрация. Фантастические иллюстрации и книжные иллюстрации. Модные современные иллюстраторы (Чарльз Дана Гибсон, Карл Оскар Август Эрикссон, Рене Гру).

Тема 1.2 История рекламной иллюстрации.

Иллюстрация – от лат. illustration – освещение, изображение которое заменяет или дополняет текст. Рекламная иллюстрация в Древнем Египте. Рекламная иллюстрация в Древней Греции. Рекламная иллюстрация в Европе. Рекламная иллюстрация в России.

Тема 1.3 Визуальная коммуникация дизайна иллюстрации в разных странах.

Визуальная коммуникация дизайна иллюстрации в маркетинговых концепциях. Цвет. Использование пирамиды ограничений А. Маслоу в проектировании коммерческой иллюстрации.

Тема 1.4 Технологии создания иллюстрации.

Авторские техники сухими и мокрыми материалами. Офорт, эстамп, гравюра, компьютерные технологии. Современная полиграфия (офсет, флексопечать, высокая печать, глубокая печать, шелкография).

Тема 1.5 Креолизованный текст в иллюстрации.

Структурно-функциональные характеристики. Особенности построения и композиционные приёмы. Вербальный и иконический компоненты. Семиотика рекламной коммерческой иллюстрации.

Тема 1.6 Функции рекламной иллюстрации.

Виды, типы и назначение иллюстрации (научная, ботаническая, журнальная, авторская и другие). Классификация иллюстрации. Инновации в дизайне иллюстрации. Тренды в иллюстрации. Будущее дизайна иллюстрации.

Тема 1.7 Композиция дизайна иллюстрации.

Законы композиции соответствуют законам природы (закон гравитации, закон света, закон оптика, закон сохранения энергии, закон сохранения масс и другие). Значение категорий композиции в иллюстрации (ритм, статика, динамика, композиционный центр, смысловой центр). История рассказанная иллюстрацией при помощи композиционных приёмов.

Тема 1.8 Эмоции в дизайне иллюстрации.

Значение формата, материала, цветовой гаммы и шрифтового решения в передаче эмоций иллюстрацией. Страх. Юмор. Безмятежность. Страсть. Аппетит.

Тема 1.9 Графические стили в рекламной иллюстрации.

Орнамент. Латтеринг. Поп-Арт. Оп-Арт. Модерн. Конструктивизм. Фовизм. Абстракционизм. Классическая академическая школа изобразительного искусства. Минимализм.

Тема 1.10 Авторская графика в рекламной иллюстрации.

Легенды иллюстрации XX века (Альфонс Муха, Энди Уорхол, Анри де Тулуз-Лотрек, Сальвадор Дали, Владимир Маяковский).

Раздел 2. Проектирование рекламной коммерческой иллюстрации

Тема 2.1 Концепция рекламной коммерческой иллюстрации.

Разработать концепцию иллюстрации.

Тема 2.2 Использование исследований психотипов в дизайне иллюстрации.

Разработать концепцию дизайна иллюстрации для продуктов питания.

Тема 2.3 Использование исследований целевой аудитории в дизайне иллюстрации.

Разработать концепцию дизайна иллюстрации для шоколадного бренда.

Тема 2.4 Иерархия в подаче визуальной информации на иллюстрации.

Разработать композиционную схему для иллюстрации рекламы текстильного бренда.

Тема 2.5 Использование исследований индивидуальных потребительских предпочтений в дизайне иллюстрации.

Разработать концепцию дизайна иллюстрации рекламы ювелирного бренда.

Раздел 3. Курсовое проектирование рекламной коммерческой иллюстрации

Тема 3.1 Исследование.

Утверждение темы. Проведение исследования, изучение аналогов. Составление и утверждение брифа. Сбор информации и ее анализ. Построение ментальных карт.

Тема 3.2 Концепция.

Разработка концепции. Разработка серии эскизов и клазур.

Тема 3.3 Проект.

Изготовление иллюстраций. Проектирование серии иллюстраций. Подбор цветографических решений и авторских техник. Верстка.

Тема 3.4 Презентация.

Подготовка к презентации. Презентация и защита проекта. Обсуждение результатов.

3. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Модули Дисциплины	Практические задания	Кол-во час	Материалы и технологии
1	Раздел 1. Введение в основы рекламной коммерческой иллюстрации	<p><u>1 блок заданий</u> – статика, динамика, симметрия (осевая, винтовая, зеркальная), асимметрия, равновесие, 1 центр, 2 центра, 3 центра, без центра, контраст, нюанс.</p> <p><u>2 блок заданий</u> – ритм: простой, сложный, приближающийся (против солнца), удаляющийся (по солнцу), закручивающийся, с акцентом, с остановкой. Метр (паттерн).</p> <p><u>3 блок заданий</u> – колебательные движения, плоскость, движение в глубину (совместить категорию центр и динамику, винтовую симметрию), взлёт, падение, прорыв, волна (наплыв), притяжение.</p> <p><u>4 блок заданий</u> – бинарные оппозиции: хранитель-расточитель, интроверт-экстраверт, сильный-слабый, взрослый-детский, умный (прогнозирует ситуацию)-глупый (не имеет пространственного мышления), тяжелый-дегкий, театральный.</p>	10,0	Ручная графика
2	Раздел 2. Проектирование рекламной коммерческой иллюстрации	<p><u>1 блок заданий</u> – композиционные категории с позиции продающей иллюстрации</p> <p><u>2 блок заданий</u> – движение глаза по композиции. Графический анализ работ художников возрождения. Формальные композиции на движение глаз, как смотрит покупатель на иллюстрацию.</p> <p><u>3 блок заданий</u> – визуальные образы в иллюстрации (упражнения на значение цвета в композиции, вкус, структура, традиции).</p> <p><u>4 блок заданий</u> – смыслы в иллюстрации,</p>	30,0	Ручная графика Компьютерное исполнение

		передать культурные ценности.		
3	Раздел 3. Курсовое проектирование коммерческой иллюстрации	1 блок заданий – построение блок-схем на выявление проблемы, которую решает иллюстрация. Построение инфографик по результатам исследования и изучения аналогов. Составить бриф на тему продающей иллюстрации. Нарисовать ментальную карту. 2 блок заданий – выполнить серию эскизов и клазур по теме курсовой работы. 3 блок заданий – выполнить серию эскизов на отработку разных цветографических и авторских техник. 4 блок заданий – нарисовать серию иллюстраций по теме курсовой работы. Выполнить варианты верстки иллюстрации.	30,0	Ручная графика Компьютерное исполнение
		ИТОГО	70,0	

Контрольные вопросы

1. Какое значение имеет иллюстрация в современной рекламе?
2. Какими признаками обладает конкурентоспособная иллюстрация?
3. Чем отличается рекламная иллюстрация от книжной?
4. Значение иллюстрации в дизайне упаковки?
5. Какими графическими средствами достигается удобная навигация взгляда потребителя по поверхности иллюстрации?
6. Какие шрифтовые приемы могут привлечь внимание покупателя?
7. Бриф на проектирование иллюстрация?
8. Способы печати иллюстрации?
9. Из каких этапов состоит печатный процесс иллюстрации?
10. Как иллюстрация зависит от развития новых технологий?
11. Как структура иллюстрация становится способом коммуникации с потребителем?
12. Влияние цвета на конкурентоспособность иллюстрации?
13. Маркетинговые концепции?
14. Зачем графическому дизайнеру-иллюстратору знать основы маркетинга?
15. Что такое – УТП, и какое оно имеет отношение к дизайну иллюстрации?
16. Что такое конкурентное преимущество иллюстрации?
17. Для каких целей исследуют иллюстрации конкурентов?
18. Какие бывают методы сбора информации для проектирования иллюстрации?

4. Образовательные технологии

Реализация программы «Современная коммерческой иллюстрация» предполагает использование следующих технологий: традиционные лекционные занятия под руководством преподавателя в аудитории в сочетании с практическими занятиями, интерактивные лекции с разбором конкретных ситуаций и групповые деловые игры.

В учебном процессе используются следующие методы обучения: словесные (индуктивные и репродуктивные), наглядные (дедуктивные и наглядно-поисковые), методы стимулирования к процессу обучения (создание эмоционально-нравственных ситуаций, метод предъявления требований, поощрения и наказания), методы контроля и самоконтроля (обсуждения в группе)

5. Материально технические условия реализации программы

Таблица 6

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Аудитория №1 К.Либкнехта, 25	Лекция	Компьютер, мультимедийный проектор, звук, экран, доска, программа Microsoft Office PowerPoint.
Аудитория №1 К.Либкнехта, 25	Практическое занятие	Писчая бумага, ватман А3, цветные журнальные страницы, ножницы (резак), клей-карандаш, карандаши, фломастеры, краски, кисти, тушь с пером (рапидограф), чертежные инструменты. Компьютер, ПО: Corel Draw, Photoshop

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

6.1. Основная литература

1. Даглдиян К.Т., Поливода Б.А. Абстрактная композиция: основы теории и практические методы творчества в абстрактной живописи и скульптуре (с электронным приложением): учеб. пособие для вузов / К.Т. Даглдиян, Б.А. Поливода. — М.: Издательство ВЛАДОС, 2018. — 208 с.

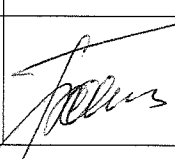
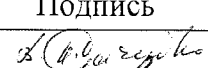
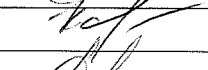
6.2. Дополнительная литература

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. — М.: Архитектура-С, 1974. — 386 с.
2. Кипер А. Фэшн-иллюстрация. Вдохновение и приёмы: учеб. пособие / А. Кипер. — М.: Попурри, 2019. — 144.
3. Пронин С. Рекламная иллюстрация: креативное восприятие / С. Пронин. — М.: МГУП, 2011. — 120 с.
4. Уэйншенк С. 100 главных принципов дизайна. — СПб.: Питер, 2013. — 272 с.
5. Франк Я. Тайные знания коммерческих иллюстраторов. / Я. Франк. — М.: Издательство «Студия Артемия Лебедева», 2010. — 244.

6.3. Интернет-источники

1. glstock.com: [Портал об иллюстрации]. URL: <https://glstock.com/>
2. crestock.com: [Портал об иллюстрации]. URL: <http://www.crestock.com/>
3. dreamstime.com: [Портал об иллюстрации]. URL: <https://www.dreamstime.com/>

7. Составители программы

Дополнительная профессиональная общеобразовательная общеразвивающая программа составлена авторами:					
№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Место работы	Подпись
1	Босых Ирина Борисовна		доцент кафедры ГД	УрГАХУ	
Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки одобрена на заседании УМС (Протокол от 02.09.2020г. № 01/20) и согласована:					
	Должность		Ф.И.О.		Подпись
	Проректор по УР		Исаченко В.И.		
	Начальник УМУ		Колобова Т.Д.		
	Декан ФДПО		Дивакова М.Н.		