

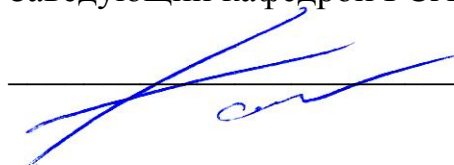
МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт горного дела и строительства
Кафедра «Городское строительство, архитектура и дизайн»

Утверждено на заседании кафедры
«ГСАиД»
«16» января 2020 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой ГСАиД

 К.А. Головин

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ
по дисциплине (модулю)
«Основы производственного мастерства (модуля)»

основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата

по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн»

с направленностью (профилем)
Графический дизайн

Форма обучения: *очная*

Идентификационный номер образовательной программы: 540301-01-20

Тула 2020 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ**Разработчики:**

Морозова Л.А. доц., к.т.н., доц.

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

Плешков С. А. доц.

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

Практические занятия по дисциплине «Основы производственного мастерства» проводятся в 6, 7, 8 семестрах

Цели и задачи практических занятий:

1. Научить студентов-дизайнеров, используя разнообразные изобразительные средства и навыки графической работы, полученные на общехудожественных предметах (рисунок, живопись) и по компьютерной графике, наглядно моделировать любые проектные ситуации.

2. Ознакомить с тенденциями в разработке современной упаковки и перспективным применением современных методов и технологий проектирования упаковочной продукции.

3. Приобретение углубленных теоретических знаний и практических навыков работы в компьютерных программах: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign.

4. Обучение студентов принципам работы с современными аппаратными и программными средствами компьютерной графики и компьютерного дизайн-проектирования.

5. Развитие практических навыков 3D моделирования в программном пакете 3D Max.

6 семестр

1 занятие

Знакомства с упаковочными материалами:

1.1. Виды упаковочных материалов.

1.2. Маркировка упаковочной продукции.

1.3. Основные характеристики упаковочной продукции.

1.4. Инновационные материалы в дизайне упаковки.

2 занятие

Виды упаковки из бумаги и картона:

- 2.1. Свойства упаковочной бумаги и картона.
- 2.2. Применение бумажной и картонной упаковки для бакалеи.
- 2.3. Современные тренды в дизайне упаковки из бумаги и картона.

Практическое задание

Изучение схемы построения основных видов стандартных разверток разногабаритных прямоугольных коробок. К ним относятся прямоугольные картонные коробки, имеющие по высоте продольный клеевой шов. Все наружные плоскости таких коробок расположены под прямыми углами друг к другу, а так же прямоугольные коробки без продольных клеевых швов. Соединение их сторон осуществляется с помощью затворов разнообразных конструкций. Для двух разномасштабных коробок, выбранных студентом, создается единое стилевое оформление. Графическое оформление серии упаковок.

3 занятие

Ситуация на мировых рынках упаковки.

- 3.1. Особенности Российской упаковки.
- 3.2. Особенности упаковки в США.
- 3.3. Особенности упаковки в странах западной Европы.
- 3.4. Особенности упаковки в Японии..

Практическое задание

Разработка объемно-пространственной конструкции для канцелярских принадлежностей. При оценке упражнения учитываются композиционные, креативные, эстетические, эргономические качества изделия.

Методические задачи: Анализ аналогов, на соответствующем рынке данной упаковочной продукции, комплексный и оригинальный подход в решении данной задачи.

4 занятие

Виды упаковки из полимерных материалов:

4.1. Полимерная упаковка в России.

4.2. Вызовы и возможности полимерной упаковки.

Практическое задание

Изучение схемы построения основных видов стандартных разверток непрямоугольных коробок (без продольных клеевых швов, где со-единение сторон выполняется различными затворами). На основе изученных аналогов выполняется оригинальная развертка подарочной коробки для конфет, соответственно разрабатывается ее графическое оформление. На просмотр представляется макет и развертка коробки в натуральную величину.

5 занятие

5.1. Виды упаковки из переработанных материалов

5.2. Оксо - биоразлагаемые упаковки

5.3. Гидро – биоразлагаемые упаковки **6 задание**

6 нятие

Креативная упаковка

6.1. Использование гофрокартона для упаковки хрупких, подарочный объектов.

6.2. Инновации в тубной отрасли.

Разработка серии из 3-х упаковок и более для молочной продукции, выполненных по единой концепции, с общим конструктивным и графическим принципом.

Методические задачи: поиск комплексного художественно-образного решения серии, совершенствование метода художественного конструирования упаковки и проектирования с применением способов передачи информации в единстве изображения и текста на объемной форме.

Изобразительные средства - пакет графических программ Corel DRAW, Adobe FOTOSHOP, 3D-max и др. Креативная упаковка

7 семестр

1 занятие

Интерфейс. Простые объекты Corel Draw.

2 занятие

Работа с линиями и простыми фигурами.

3 занятие

Создание, форматирование и редактирование текстов

4 занятие

Работа с объектами, манипулирование и редактирование

5, 6, 7 занятия

«Презентационный стиль в упаковке». Создание серии концептуальной упаковки по данной теме.

Презентация бренда или товарной марки (собственной марки, клуба, фирмы, акции и др.). Цель – продвижение товарной марки и рекламное обеспечение предлагаемого объекта (продукта). Разрабатывается логотип, знак (собственная марка), выполняется серия графических презентационных материалов(упаковки).

Методические задачи: Разработка графической системы, (идея, и ее графическая и пространственная реализация в упаковочном комплексе).

Изобразительные средства – пакет графических программ Corel DRAW, Adobe FOTOSHOP и др.

Разработка проекта сопровождается POS-материалами.

8 семестр

1 занятие

Огибающие и деформации

2 занятие

Работа с текстом дополнительные возможности.

.3 занятие

Работа с растровыми изображениями.

4 занятие

Экспорт и печать на принтере.

5, 6 занятия

Разработка макета книги в программе Adobe InDesign. Совмещение растровой и векторной графики.



БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

ОСНОВНАЯ РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Тозик, В.Т. 3ds Max 8:трехмерное моделирование и анимация : учеб.пособие для вузов / В.Т.Тозик,А.В.Меженин .— СПб. : БХВ-Петербург, 2006 .— 1008с.
3. Бурлаков, М.В. 3ds Max 9 : энциклопедия пользователя:наиболее полное руководство / М.В.Бурлаков .— СПб. : БХВ-Петербург, 2007 .
4. Музыченко, В.Л. Самоучитель компьютерной графики. Русские и английские версии программ : [учеб.пособие] / В.Л.Музыченко,О.Ю.Андреев .— 3-е изд.,перераб.и доп. — М. : NT Press:Триумф, 2007 .
5. Гурский Ю.А., Бондаренко С.В., Бондаренко М.Ю. Лучшие трюки и эффекты в Photoshop, CorelDraw, 3ds Max. – СПб.: Питер, 2007. – 224с.: ил.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Мураховский В.И. Компьютерная графика / Под ред. С.В. Симонича. – М.: «АСТ–ПРЕСС СКД», 2002. – 640 с.: ил.
2. Проектирование и моделирование промышленных изделий: Учеб. для вузов / С.А.Васин, А.Ю.Талащук, В.Г.Бандорин, Ю.А.Грабовенко, Л.А.Морозова, В.А.Редько; Под ред. С.А.Васина, А.Ю.Талащука. – М.: Машиностроение – 1, 2004 – 692 с.
3. Тайц А.А. Эффективная работа Photoshop 7 / А.А.Тайц, А.М.Тайц, М.Н.Петров. – М. и др.: Питер, 2004. – 765 с.: ил.
4. Проектирование в графическом дизайне: Учеб. Для вузов / С.А. Васин, А.Ю. Талащук, Ю.В. Назаров, Л.А. Морозова, В.В. Сумароков; Под ред. С.А. Васина – М.: Машиностроение-1, 2006 – 320 с., ил.

7 семестр

Цели и задачи практических занятий:

1. Приобретение углубленных теоретических знаний и практических навыков работы в компьютерных программах:Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, 3D Max.
2. Научить студентов-дизайнеров, используя разнообразные изобразительные средства и навыки графической работы, полученные на общехудожественных предметах (рисунок, живопись) и по компьютерной графике, наглядно моделировать проектные ситуации.

10 задание

Использование трёхмерных объектов в 2D графике.

11 задание

Наружная реклама в среде. Приемы и способы визуализации.

**12 задание**

Оформление информационной установки на входной зоне в парк.



8 семестр

Цели и задачи практических занятий:

Знакомство с флэш-анимацией и программами видеомонтажа с целью создания презентационного ролика для рекламы проектируемого комплекса.

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Рекламные видеоролики можно условно разделить на 3 категории: постановочные, анимационные, информационные.

Постановочные видеоролики (игровые). Это достаточно долгие в производстве видеоролики, как правило длительностью около 20-30 секунд. Подбор актёров, утверждаемый сценарий для видеоролика, раскадровка, оригинальное звуковое сопровождение ролика, высококачественная

операторская работа. Возможно внедрение в видеоролик компьютерной графики, но главная роль в постановочном видеоролике отведена живым актёрам.

Анимационные видеоролики (2D и 3D графика). Самые долгие в изготовлении видеоролики. Сценарий, раскадровка, оригинальное звуковое сопровождение. Совмещение компьютерной графики с отснятым видеорядом ролика. Анимационные видеоролики разделяются на трёхмерные (3D) и двухмерные (2D) работы. Двухмерные видеоролики в свою очередь могут быть двух видов : с классической рисованной анимацией и с генерированным с помощью компьютера плоской двухмерной графикой. Главная роль анимационного видеоролика отведена рисованным персонажам.

Информационные видеоролики (видео или слайдшоу). Самые быстрые в изготовлении видеоролики. В качестве исходного материала для информационных видеороликов используется видео или фотоматериалы.

Телевидение является приоритетом рекламного рынка как самое эффективное средство распространения рекламы, несмотря на дороговизну. Рекламные видеоролики можно разделить на две группы: те, которые созданы для проката по ТВ; и ролики, предназначенные для демонстрации на различных презентациях, выставках, переговорах. В свою очередь, первые подразделяются на клипы, продолжительностью менее минуты, которые демонстрируются по-нескольку раз за день в течении некоторого срока и рекламные фильмы-передачи, прокручивающиеся всего пару раз. Для достижения наилучшего результата любая телереклама должна изначально привлекать внимание зрителя. Чтобы этого достичь, необходимо с первых секунд «зацепить» потенциальных потребителей эффектной завязкой. Не следует загромождать рекламное время длинными монологами. Достаточно использовать несколько простых, но легко запоминающихся фраз. Хичкок в своё время сказал, что: «В последнее время фильмы всё больше похожи на говорящие фотографии». Вспомните Ч. Чаплина - зрителям было понятно без слов, что «говорил» маэстро. Также должно быть и с рекламой – пропал звук в телевизоре, а зрителю всё равно понятно, о чём в рекламе говорится. Действие ролика должно непрерывно удерживать внимание.

Этапы создания видеоролика

Производство рекламных видеороликов можно условно разделить на два этапа:

1 этап – разработка креатива и согласование режиссерского сценария рекламного видеоролика

2 этап – съемка, монтаж, озвучивание и работы по созданию компьютерной графики и спецэффектов рекламного видеоролика.

Типы рекламных видеороликов

Режиссерский тип рекламы необходим тогда, когда рекламируются сложные товары, чьи свойства трудно проверить. Цель рекламы здесь — убедить потребителя в качествах продукта, выделяющих его по сравнению со всеми остальными. Нужно стимулировать покупателя прийти в магазин или на выставку и лично убедиться в том, что товар таков, как о нем заявляют. Здесь применим «звездный» тип рекламы, когда человек, которому вы доверяете, рассказывает о товаре. В такой рекламе работа режиссера очень важна. Если зритель видит, что «звезда» сама не верит в то, что говорит, то реклама окажет негативное воздействие на рейтинг не только самого рекламодателя, но и «звезды».

Псевдонаучный тип рекламного видеоролика хорошо работает, когда мы хотим представить потенциальным клиентам новый продукт (лекарственный препарат, пищевую добавку, шампунь, стиральный порошок) и желаем показать его новые качественные преимущества перед аналогами, делающие его весьма полезным. Рекламный ролик псевдонаучного типа апеллирует к разработкам ученых, опытам и исследованиям, которые доказали его эффективность. Видеоряд часто основывается на демонстрации «научного» принципа, ноу-хау, делающего данный продукт отличным от других. При создании ролика часто применяется компьютерная графика.

Операторский тип рекламы обычно применяется, когда можно эффектно показать фактуру товара (например, пиво, продукты питания, автомобиль на дороге, волосы после употребления шампуня). Такие кадры весьма сложны и дорогостоящи. Для создания многих из них специально приглашают зарубежных специалистов. Здесь есть некоторые тонкости, требующие знания и опыта. Практически все «съедобные» товары, кото-

рые вы видите на экране, абсолютно несъедобны. При создании роликов этого типа, как правило, комбинируют натурные съемки и средства компьютерной графики.

Репортажный тип. Если рекламная стратегия заключается в том, чтобы информировать покупателя о новом товаре, преимущества которого очевидны, нет особого смысла создавать сложный игровой видеоролик. Достаточно репортажного ролика или короткой заставки. Зрителю предлагается полноценный информационный текст и сопровождающий его видеоряд. Как правило, используются натурные съемки. В данном случае телевидение избирается как средство коммуникации, если необходим максимальный охват аудитории.

Постановочный тип видеоролика предполагает не только наличие сценария, но и интригу. Подобные рекламные ролики создаются с целью поддержать имидж известной торговой марки, продукта, услуги, показать их отличия, особенности. Нередко такой подход требует привлечения актеров, использования компьютерной графики.

13 задание

Создание видеоролика на основе проектного задания.

14 задание

Видеомонтаж.

15 задание

Создание презентации для проектного задания.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНОЙ

1. МакВейд, McWade J. Графика для бизнеса : пер.с англ. / Д.МакВейд .— М. : КУДИЦ-ПРЕСС, 2007 .— 208с. : ил. — Парал.тит.л.англ. — ISBN 5-91136-028-4 (рус.) : 196.35 .— ISBN 0-321-33415-9.
2. Проектирование в графическом дизайне : учебник для вузов / С.А.Васин [и др.]; под ред. С.А.Васина .— М. : Машиностроение-1, 2007 .— 320с. : ил. — (Для вузов) .— Библиогр.в конце кн. — ISBN 5-94275-3172 /в пер./ : 500.00 .— ISBN 978-5-94275-317-7.
3. Чинь Ф.Д.К. Архитектурная графика: пер. с англ./Ф.Д.К.Чинь, М.: АСТ: Астрель, 2007г., 215 стр.
4. Объемно-пространственная композиция : учебник для вузов / А. В. Степанов [и др.] ; под ред. А. В. Степанова .— 3-е изд.,стер. — М. : Архитектура-С, 2007 .— 256 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ

1. ГОСТ 2.801-74.ЕСКД. Макетный метод проектирования. Геометрическая форма, размеры моделей.
2. СХКД 2.03-73 ВНИИТЭ. Требования к моделям, макетам и макетным образцам/ Методика художественного конструирования. -е изд. М.:ВНИИТЭ.-С,306с.
3. ГОСТ 2.002-72.ЕСКД. Требования к моделям, макетам и темплетам, применяемым при проектировании
4. СХКД 2.03-73 ВНИИТЭ.Требования к моделям, макетам и макетным образцам/ методика художественного конструирования. -Е ИЗД.
5. Минервин, Г.Б. Дизайн архитектурной среды : [Учебник для вузов] / Г.Б.Минервин [и др]. — М. : Архитектура-С, 2005 .— 504с.
6. Протопопов В.В. Дизайн интерьера: (Теория и практика организации домашнего интерьера (Архитектурное образование) -2005. — 255с.
7. Чинь, Ф.Д.К. Архитектурная графика : пер.с англ. / Ф.Д.К.Чинь .— М. : АСТ:Астрель, 2007 .— 215с.

8. Пауэлл, У.Ф. Цвет и как его использовать / У.Ф.Пауэлл; пер.с англ. У. Сапциной .— М.: АСТ: Астрель, 2007 .— 63с.