

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины Б1.В.ДВ.1.2. ДИЗАЙН СМИ**

### **1. Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Дизайн СМИ» являются: знакомство студентов с основами полиграфического дизайна; призван научить творческому подходу к составлению композиций и гармоничному подбору шрифтов и гарнитур в процессе проектирования конкретных работ, использованию набора как «изобразительного материала», дать понятие самодостаточности шрифтовой формы. Дать основные правила верстки и набора. В курсе предполагается знакомство с психологическими закономерностями и подходами восприятия изображений, критериями визуальной и концептуальной гармонии бренда, основными эстетическими формами медиасодержания и основными концептуальными технологиями создания визуального облика СМИ. Целями курса являются: Формирование понимания основных законов восприятия продуктов СМИ и способов их оценки. Формирование компетенций, связанных с оценкой визуального облика СМИ, навыков разработки визуального облика в соответствии с концепцией СМИ, ориентация облика СМИ на аудиторию.

### **2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы (ОПОП)**

Дисциплина (код) Б1.В.ДВ.1.2 «Дизайн СМИ» относится к дисциплинам по выбору Блока 1 Дисциплин и читается в 1 семестре 2 курса.

Для освоения дисциплины «Дизайн СМИ» магистранты используют знания, умения, навыки, сформированные на предыдущем уровне образования в магистратуре. Дисциплина «Дизайн СМИ» создает практически-ориентированные предпосылки изучения работы по созданию современного печатного СМИ или его элементов.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов (ПК-3).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- **знать** принципы составления композиции полосы и визуально-графического проекта издания; основные эстетические формы медиасодержания и основные концептуальные технологии создания визуального облика СМИ. Иметь представление о психологических закономерностях и подходов восприятия изображений, о критериях визуальной и концептуальной гармонии, об основных правилах верстки и набора;

- **уметь** осуществлять вариантность подачи материала в зависимости от целевой аудитории;

- **владеть** навыками гармоничного подбора шрифтов и гарнитуры в процессе проектирования конкретных работ, грамотно использовать «изобразительный материал».

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Тема 1. Введение в тему – что такое графический дизайн	Введение в тему – что такое графический дизайн. Парадигмы графического дизайна. Концепция стилеобразования в графическом дизайне с точки зрения развития визуальной культуры. Три этапа в развитии профессионального графического дизайна: книжно-классический, с XV до начала XX века; визуально-коммуникативный, охватывающий почти весь XX век с 10-х до 80-х годов; и виртуально-медийный, начавшийся в 80-е годы XX века и переходящий в XXI век. Постмодернизм и уход от концепции стиля в дизайне. Принципы постмодернизма в дизайне. Дизайн и его функция в обществе потребления. Дизайн как коммуникация знака предмета. Дизайн как удовлетворение тяги к разнообразию. Удобство и утилитарность в дизайне.
2.	Тема 2. Три этапа в развитии графического дизайна	Три этапа в развитии графического дизайна

3.	Тема 3. Принципы постмодернизма в дизайне	Принципы постмодернизма в дизайне
4.	Тема 4. Искусство визуальных сообщений	Искусство визуальных сообщений. Язык графического дизайна. Визуальный подход к знаку и образу в дизайне. Классификация образов и знаков. Понятие знака. Классификация знака по Ч. Пирсу. Иконический знак. Знак-индекс. Символ. Виды и формы товарных знаков. Визуальный подход к знаку и образу в дизайне.
5.	Тема 5. Классификация образов и знаков.	Классификация образов и знаков.
6.	Тема 6. Иконический знак. Знак-индекс. Символ	Иконический знак. Знак-индекс. Символ
7.	Тема 7. Идентификация и самопрезентация СМИ. Логотип, бренд	Идентификация и самопрезентация СМИ. Логотип, бренд. Понятие бренда. Бренд как совокупность ожиданий и совокупность впечатлений. Дизайн как компонент бренда. Бренд как субъективное явление. Основные функции бренда. Особенности бренда для СМИ. Изменчивость медиабренда. Значение бренда в новых условиях. Новые задачи дизайна и промо в условиях фрагментации и перераспределения аудитории. Компоненты успешного дизайна.
8.	Тема 8. Художественно-графическая концепция издания	Художественно-графическая концепция издания Принципы дизайна печатных СМИ. Графический стиль издания, его функции и состав. Изобразительные средства, принятые редакцией для полиграфического воплощения издания; принципы и правила их использования и соотношения на полосах. Стиль иллюстраций и фотографий. Возможность нахождения индивидуального «лица» издания. Стиль обложки как элемент коммуникации.

9.	Тема 9. Графический стиль издания	Графический стиль издания
10.	Тема 10: Конструктивные особенности обложки	Конструктивные особенности обложки
11.	Тема 11. Актуальность визуального образа	Актуальность визуального образа. Шрифты, виды шрифтов, их роль в дизайне печатных СМИ. Изменение функций дизайна печатных СМИ. Основы композиции. Объекты композиции. Тон, контур, цвет. Взаимодействие шрифта и иллюстрации. Законы композиции. Закон целостности. Закон контрастов. Закон новизны. Закон подчинённости. Закон жизненности. Закон воздействия. Композиционные принципы. Принцип целесообразности. Принцип единства. Принцип доминанты. Соподчинение частей в целом. Принцип динамизма. Принцип равновесия. Принцип гармонии. Приемы композиции. Дизайн как элемент разъяснения. Дизайн и редакционное планирование: взаимосвязь. Роль шаблонов в дизайне печатных СМИ. Стандартные элементы дизайна. Правила размещения рекламы в печатных СМИ.
12.	Тема 12. Законы композиции	Законы композиции.
13.	Тема 13. Композиционные принципы	Композиционные принципы.
14.	Тема 14. Иллюстрация в СМИ	Иллюстрация в СМИ. Основные теории восприятия. Семиология и семиотика как способ анализа визуального образа. Особенности иллюстрирования изданий разных типов. Восприятие глубины и удаленности объектов. Критерии красоты и гармонии. Значение первополосных иллюстраций. Жанры иллюстрации и их применение. Компьютерная иллюстрация (Растровая, 3D, векторная). Объектная иллюстрация (Материалы и технологии

		создания) Ручная иллюстрация (Техники и технологии).
--	--	--