

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ ВИЗУАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ

Направление подготовки *54.03.01 Дизайн*

Направленность *Графический дизайн*

Квалификация выпускника *бакалавр*

Форма обучения: *очно-заочная*

Кострома
2023

Рабочая программа дисциплины «*Основы визуального восприятия*» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом, утвержденным Приказом Минобрнауки РФ № 1015 от 13.08.2020 г.

Разработала: Рассадина С.П., доцент ДТМиЭПТ, к.т.н.
Рецензент: Костюкова Ю.А., к.т.н., доцент каф. ДТМ и ЭПТ

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 9 от 03.04.2023 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: развитие профессиональных компетенций, позволяющих учитывать особенности визуального восприятия графической информации в профессиональной деятельности дизайнера.

Задачи дисциплины:

Изучение принципов визуального восприятия объектов графического дизайна, освоение приёмов создания эффективного информационного сообщения, понятного зрителям.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен освоить компетенции:

ПК-2. *Способен производить поиск, сбор, систематизацию и анализ информации, необходимой для разработки проектного задания на создание объектов графического дизайна и рекламы; предварительно прорабатывать и обоснованно презентовать заказчику свои дизайнерские решения.*

Код и содержание индикаторов компетенции:

ИПК 2.1. Производит поиск, сбор, систематизацию и анализ информации, необходимой для разработки проектного задания; знает основные вехи истории и закономерности развития графического дизайна и рекламы; выявляет современные тенденции в сфере дизайна; применяет полученные знания в своей профессиональной деятельности.

ИПК 2.2. Предварительно прорабатывает эскизы объекта проектирования и требования к техническим параметрам разработки дизайн-продукта; анализирует и определяет требования к дизайн-проекту, включая социальные, эстетические, функционально-технологические, эргономические и экономические требования.

Знать: современные тенденции в сфере информационного дизайна; принципы создания презентации своих проектных решений.

Уметь: предварительно прорабатывать эскизы объекта проектирования и определять требования к техническим параметрам разработки дизайн-продукта; анализировать и определять требования к дизайн-проекту; разрабатывать качественные презентации.

Владеть: навыками предварительной проработки и обоснованной презентации заказчику своих дизайнерских решений.

ПК-3. *Способен выполнять художественно-техническую разработку дизайн-проектов в сфере графического дизайна.*

Код и содержание индикаторов компетенции:

ИПК 3.1. Разрабатывает дизайн-концепцию проекта, определяет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта.

ИПК 3.4. Знает основы типографики и визуального восприятия, теорию и практику шрифта.

Знать: принципы визуального восприятия объектов информационного дизайна.

Уметь: эффективно организовать различные виды элементов в макетах информационного дизайна.

Владеть: навыками применения принципов эффективного визуального восприятия в своей профессиональной деятельности.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, Блок 1. Изучается в 4-м семестре (очно), в 5-м семестре (очно-заочно) в соответствии с учебным планом.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: Шрифты и типографика, Проектирование, разработка и презентация дизайн-проекта.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: Художественно-техническое редактирование, Иллюстративная графика, Motion-дизайн и анимация, Графический дизайн интерфейсов, Web-дизайн, Проектно-технологическая практика, Преддипломная практика, ВКР.

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очно-заочная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3
Общая трудоемкость в часах	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	24
Лекции	8
Практические занятия	16
Лабораторные занятия	-
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа в часах	45,65
Форма промежуточной аттестации	экзамен

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очно-заочная форма
Лекции	8
Практические занятия	16
Лабораторные занятия	-
Консультации	2
Зачет/зачеты	-
Экзамен/экзамены	0,35
Курсовые работы	-
Курсовые проекты	-
Всего	26,35

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

5.1. Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1.	Раздел 1. Визуальное восприятие объектов информационного дизайна.	23,65	4	4		15,65
1.1.	Информация и объекты информационного дизайна. Типология объектов информационного дизайна.	2	2			
1.2.	Факторы, влияющие на восприятие визуальной информации: субъективные, объективные.	6	2			4
1.3.	Визуальная масса объектов. Пространство и «воздух»	3,65				3,65
1.4.	Скорость восприятия информации.	4		2		2
1.5.	Степень контрастности и траектория движения взгляда.	2				2
1.6.	Кластеры, кортеж и ключ композиции	6		2		4
2.	Раздел 2. Принципы организации элементов в макетах	12	2	2		8

	информационного дизайна.					
2.1.	Принципы гештальтпсихологии	4	2			2
2.2.	Модульное проектирование. Сетка, организация объектов в пространстве.	2				2
2.3.	Приемы структурирования текстовой информации.	6		2		4
3.	Раздел 3. Особенности визуального восприятия печатной полиграфической продукции.	18	2	4		12
3.1.	Листовки и флаеры	7	1	2		4
3.2.	Плакат, афиша	4				4
3.3.	Календарь	7	1	2		4
4.	Раздел 4. Особенности визуального восприятия информационно-рекламных конструкций	14		6		8
4.1.	Информационные стенды. Мобильные рекламные конструкции.	4		2		2
4.2.	Магистральные конструкции . Крупноформатная наружная реклама. (Баннер, биллборд)	4		2		2
4.3.	Вывески.	2		2		
4.4.	Стелы, пилоны	4				4
5.	Раздел 5. Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.	2				2
5.1	Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.	2				2
	ИКР	0,35				
	Экзамен	2+36				
	Итого:	108	8	16		45,65

5.2. Содержание

Раздел 1. Визуальное восприятие объектов информационного дизайна.

Информация и объекты информационного дизайна.

Типология объектов информационного дизайна.

Факторы, влияющие на восприятие визуальной информации: субъективные, объективные.

Визуальная масса объектов. Пространство и «воздух»

Скорость восприятия информации.

Степень контрастности и траектория движения взгляда.

Кластеры, кортеж и ключ композиции.

Раздел 2. Принципы организации элементов в макетах информационного дизайна.

Принципы гештальтпсихологии

Модульное проектирование. Сетка, организация объектов в пространстве.

Приемы структурирования текстовой информации.

Раздел 3. Особенности визуального восприятия печатной полиграфической продукции.

Листовки и флаеры

Плакат, афиша.

Календарь.

Раздел 4. Особенности визуального восприятия информационно-рекламных конструкций

Информационные стенды. Мобильные рекламные конструкции.

Магистральные конструкции . Крупноформатная наружная реклама. (Баннер, биллборд)

Вывески.

Стелы, пилоны.

Раздел 5. Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.

Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Название раздела, темы	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1.	Раздел 1. Визуальное восприятие объектов информационного дизайна.		15,65		
1.1.	Факторы, влияющие на восприятие визуальной	Подготовить конспект по теме подраздела	4		устный опрос

	информации: субъективные, объективные.				просмотр работ
1.2.	Визуальная масса объектов. Пространство и «воздух»	Подготовить конспект по теме подраздела. Найти практические примеры по данной теме в объектах рекламы.	3,65		устный опрос просмотр работ
1.3.	Скорость восприятия информации.	Подготовить конспект по теме подраздела. Найти практические примеры по данной теме в объектах рекламы.	2		устный опрос просмотр работ
1.4.	Степень контрастности и траектория движения взгляда.	Подготовить конспект по теме подраздела. Найти практические примеры по данной теме в объектах рекламы.	2		устный опрос просмотр работ
1.5.	Кластеры, кортеж и ключ композиции	Подготовить конспект по теме подраздела. Найти практические примеры по данной теме в объектах рекламы.	4		устный опрос просмотр работ
2.	Раздел 2. Принципы организации элементов в макетах информационного дизайна.		8		
2.1.	Принципы гештальтпсихологии	Подготовить конспект по теме подраздела	2		устный опрос просмотр работ
2.2.	Модульное проектирование. Сетка, организация объектов в пространстве.	Выполнить практическое задание по данной теме.	2	Анализ рекламной листовки	устный опрос просмотр работ
2.3.	Приемы структурирования текстовой информации.	Выполнить практическое задание по данной теме.	4	Анализ рекламной листовки	устный опрос просмотр работ
3.	Раздел 3. Особенности визуального восприятия печатной полиграфической продукции.		12		
3.1.	Листовки и флаеры	Выполнить практическое задание по данной теме.	4	Верстка рекламной листовки	устный опрос просмотр работ
3.2.	Плакат, афиша	Выполнить практическое задание по данной теме.	4	Верстка афиши	устный опрос просмотр работ
3.3.	Календарь	Выполнить практическое задание по данной теме.	4	Верстка карманного календарика	устный опрос просмотр работ
4.	Раздел 4. Особенности визуального восприятия информационно-рекламных конструкций		8		

4.1.	Информационные стенды. Мобильные рекламные конструкции.	Выполнить практическое задание по данной теме.	2	Анализ примеров в городской среде	устный опрос просмотр работ
4.2.	Магистральные конструкции . Крупноформатная наружная реклама. (Баннер, биллборд)	Выполнить практическое задание по данной теме.	2	Анализ примеров в городской среде	устный опрос просмотр работ
4.3.	Вывески.	Выполнить практическое задание по данной теме.	2	Анализ примеров в городской среде	устный опрос просмотр работ
4.4.	Стелы, пилоны	Выполнить практическое задание по данной теме.	2	Анализ примеров в городской среде	устный опрос просмотр работ
5.	Раздел 5. Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.		2		
5.1	Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.	Выполнить практическое задание по данной теме.	2	Анализ примеров электронных сообщений	устный опрос просмотр работ

6.2. Тематика и задания для практических занятий

1. Скорость восприятия информации.
2. Кластеры, кортеж и ключ композиции.
3. Приёмы структурирования текстовой информации.
4. Листовки и флаеры
5. Календарь
6. Информационные стенды. Мобильные рекламные конструкции.
7. Магистральные конструкции. Крупноформатная наружная реклама. (Баннер, биллборд)
8. Вывески.

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

(не предусмотрено)

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ/проектов

(не предусмотрено)

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная

1. Шаповал А.В. Теория формальной композиции: учебное пособие для вузов / А.В. Шаповал.– Казань: «Дизайн-квартал», 2016. –175 с.: ил.
2. Элам Кимберли. Графический дизайн. Принцип сетки. СанктПетербург [и др.]: Питер, 2014.
3. Голомбински Ким, Хаген Р. Добавь воздуха! Основы визуального дизайна для графики, веб и мультимедиа. Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2013. – с. 275.
4. Луптон Эллен. Графический дизайн от идеи до воплощения. /СанктПетербург [и др.]: Питер, 2014 – с. 185.
5. Тарасова, О.П. Организация проектной деятельности дизайнера: учебное пособие / О.П. Тарасова; Министерство образования и науки Р Ф, ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет». Оренбург: Изд. ОГУ, 2013. – 133 с

б) дополнительная

1. Архитектурно-художественная концепция внешнего облика улиц, магистралей и территорий города Москвы, выполненная в пилотном режиме (в части размещения информационных конструкций) [Электронный ресурс]: Студия Артемия Лебедева. – Москва, 2013. – режим доступа: <http://img.artlebedev.ru/everything/moscow/design-code/documents/mka-design-code-00-general-guides.pdf>
2. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: введение в философию дизайна. Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2001. –228 с.
3. Веселова Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат / Веселова Ю.В., Семенов О.Г. Новосиб.:НГТУ, 2012. – 104 с.
4. Головки С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама»/ Головки С.Б.– Электрон. текстовые данные.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.– 423 с.
5. Дергилёва Е.Н. Дизайн рекламно-информационных листовок и листовочных брошюр / Диссертация на соискание ученой степени кандидата искусствоведения . - Москва, 2016.
6. К. Кнорре. Наружная реклама. М.: Бератор-Пресс, 2002. - 192 с.
7. Лимонад М. Ю., Цыганов А. И. Живые поля архитектуры: Учебное пособие.– Обнинск: Титул, 1997.– 208 с.:ил.
8. Наружная реклама Москвы. История, типология, документы / А.В. Сазиков, Т.Б. Виноградова. - М.: Русский Мир, 2013. - 400 с.: ил. - Большая Московская Библиотека (БМБ)). - ISBN 978-5-89577-140-2.
9. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования : учебное пособие / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 239 с. : ил.
10. Ян В. Уайт. Редактируем дизайном: практическое руководство/ М.: Университетская книга, 2008. – 244 с.

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

Информация о курсе дисциплины в СДО:

- Элемент «Лекции»;
- Элемент «Лабораторные занятия»;
- Элемент «Самостоятельная работа»;
- Элемент «Список рекомендуемой литературы»;
- Элемент «Промежуточная аттестация»;
- Элемент «Обратная связь с обучающимися».

Информационно-образовательные ресурсы:

1. Библиотека ГОСТов. Все ГОСТы, [Электронный ресурс], URL:<http://vsegost.com/>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Аудитория компьютерных технологий Гл. корп. ауд. 211	<p>Число посадочных мест-8, компьютерные столы - 8 шт., стол для переговоров.</p> <p>Телевизор Philips диагональ 81 см/32`` модель 393AD3208E/60;</p> <p>Доска передвижная поворотная ДП-12;</p> <p>ПК (для преподавателя) AcerP236H +с/блок; Intel(R)Core(TM)i3CPU 540-процессор двухядерныйSocket 1156-1 комплект.</p> <p>ПК (учебные): Acer V193 black+ с/блок R-Style Proxima MC 852 (HD4670)-7 комплектов.;</p> <p><u>планшет графический</u> Wacom Bamboo Fun Medium A5 Wide USB-7 шт.;</p> <p><u>сканер</u> MustekA3 1200S (CIS, A3, 1200*1200 dpi, USB 2.0)</p>	<p>OpenOffice Apache License 2.0, свободный пакет офисных приложений; Adobe Acrobat Reader, проприетарная, бесплатная программа для просмотра документов в формате PDF; Adobe In Design, проприетарная, лиц. №1407-1002-9880-5029-9449-0662 (бессрочная); Autodesk 3ds MAX, бесплатно для учебных заведений, лиц. № 560-36208034 (бессрочная); Inkscape GNU GPL v2, свободно распространяемый векторный графический редактор; GIMP GNU GPL v3, свободно</p>

		распространяемый растровый графический редактор Autodesk Fusion 360 бесплатная программf для 3 D моделирования
--	--	---

Лекционные занятия проводятся в аудиториях с требуемым числом посадочных мест, оборудованные мультимедиа.

Практические занятия проводятся в компьютерных классах (ауд. 211).