**Практические занятия**

**Общие требования**

Перед выполнением задания необходимо изучить лекционный материал и рекомендуемую учебную литературу.

Задание выполняется: графическое - на листе ватмана (плотной бумаги), плакатными (чертежными) перьями и кистями с использованием туши, акварели, гуаши и других водяных красок;

с использованием ПК – на листе плотной бумаги (в печатном виде) и в виде электронной презентации. При выполнении работы особое внимание уделяется композиции, качеству и сложности технического исполнения.

Отдельно оценивается качество художественного исполнения, индивидуальность творческого мышления и эстетичность выполненной работы.

***Тема 1. Теория визуальной коммуникации.***

Задание 1: Передача эмоций в простых рисунках.

Выполнение задания (кейсы) для отработки навыков интерпретации ситуации,

создания эмоционального рисунка-стилизации.

Задание 2: Визуализация социальных проблем и социологических понятий.

Обсуждение содержащихся на фотографии сведений о социальной структуре, отношениях и ценностях эпохи, изображаемого на фотографии опыта людей. Анализ фотографии как элемента жизненного опыта людей. Что происходит, когда мы разглядываем фотографию? Что происходит, когда мы кого-либо фотографируем? Когда мы ее кому-то показываем? Когда размещаем фотографию в Интернете?

***Тема 2. История современной визуальной коммуникации.***

Задание 1: Анализ структуры объекта визуальной культуры.

Проанализировать структуру любого объекта популярной визуальной культуры (реклама, видеоигра) как текст культуры, используя в анализе познавательные основания и принципы психоаналитической концепции культуры. Соотнести набор архетипов с персонажами и героями выбранного объекта. Привести аргументы на основании анализа каких фрагментов сюжета и каких визуальных образов тот или иной персонаж или герой проявляет качества конкретного архетипа. Подготовить доклад по результатам выполненного задания.

***Тема 3. Концептуальные модели визуальных коммуникаций.***

Задание 1: Проведение дизайн-анализа работ Вальтера Ландора.

Проанализировать работы Вальтера Ландора: редизайн этикетки для консервированных овощей и фруктов компании S & W Fine Foods (Сан-Франциско); пивную марку Sicks; этикетки для Sicks; подарочный рождественский графин для бурбона марки Old Fitzgerald; редизайн упаковки для старейшего японского пивного бренда Sapporo; упаковочные проекты для газированных напитков Coce, Tab, Sprite и 7 Up; пачки для сигарет Marlboro Light; упаковки для пленки Fuji Film; фирменный стиль Levi’s; идентификации для Alitalia, - первую всеобъемлющую программу Landor стиля для международных авиакомпаний. Подготовить доклад по результатам выполненного задания.

***Тема 4. Визуальные коммуникации в креативных индустриях, бизнесе и повседневной жизни.***

Задание 1: Анализ визуально-графической информации Собрать и проанализировать информацию о визуально - графической информации торгово-развлекательного учреждения, вокзала, аэропорта, культурно – досугового учреждения (на выбор обучающегося). Составить и проработать перечень графической информации, необходимый для разработки торгово-развлекательного центра. Подготовить доклад по результатам выполненного задания.

***Тема 5. Методология разработки проектов для визуальных коммуникаций.***

Задание 1: Принципы и методы проектирования рекламного образа промышленного изделия.

На основе пересечения и взаимодействия двух проектных стратегий: с одной стороны, стратегии развития и совершенствования проектных технологий для решения прагматических задач рекламы, с другой - стратегии творческого развития и обновления профессиональных ценностей и средств дизайна как такового в связи с включением в дизайн нового материала из сферы рекламы: исследовать новейшие тенденции стилевого развития рекламного дизайна и направления эволюции принципов и методов формообразования рекламного образа промышленного изделия; выявить лидеров современного рекламного дизайна и лучшие образцы рекламы последних двух десятилетий; классифицировать визуально-графический материал, отражающий этапы эволюции, методы и средства проектного творчества дизайнеров в области создания рекламных образов торговых марок; выявить новые тенденции в реконструкции принципов и методов проектирования рекламного образа товара на материале новейшей практики графического дизайна.

***Тема 6. Эскизное проектирование визуальных коммуникаций (модели, прототипы).***

Задание 1: Разработка когнтитивных карт.

В ходе занятия проводится мозговой штурм для выбора идеи, далее создается её презентация на флип-чате. Во время защиты необходимо создать ментальную карту, обосновать ее структуру эффективность для исследования заданного объекта.

Задание 2: Эскиз поздравительной открытки.

Создать в программе Adobe Illustrator поздравительную корпоративную открытку. Для дизайна можно выбрать любой государственный праздник или праздник фирмы.

***Тема 13-14-15. Проектная разработка визуальных коммуникаций.***

**Задание 1**: Построение фирменного знака и фирменного бланка

Используя инструмент «миллиметровка» и «размерная линия» программы Adobe Illustrator разместить на ней, указать размеры и технологию построение фирменного знака, фирменного бланка. Чертеж снабдить поясняющей информацией.

В проектное задание включены:

- графическое изображение знака;

- три варианта знака уменьшенного масштаба: черный на белом фоне, белый на черном фоне (т.н. выворотка), вариант в цвете;

- знак в объеме (рельеф, контррельеф);

- применение знака в рекламной полиграфической продукции.

Создать в Adobe Illustrator несколько образцов визиток личной и корпоративной, используя различные инструменты и эффекты программы.

Используя различные инструменты программы Adobe Illustrator создать несколько вариантов дизайна фирменного бланка, опираясь на правила и требования, предъявляемых к дизайну деловой корреспонденции. К фирменному бланку разработать конверт.

**Задание 2**: Адаптация дизайнерского решения к различным носителям

Есть графическая основа логотипа, название, слоганы. Все это – элементы, которые все или частично надо объединить в единый логотип. Результат должен быть предложен для различных поверхностей нанесения – бумага, вышивка на одежде, нанесение на пластик.