

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ:
Декан филологического факультета



И. В. Тубалова

« 30 » Июль 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Компьютерная графика

по направлению подготовки

42.04.03 Издательское дело

Направленность (профиль) подготовки :
Управление контентом и медиапроектами

Форма обучения
Очная

Квалификация
Магистр

Год приема
2022

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.01.03

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

И.А. Айзикова И.А. Айзикова

Председатель УМК

Ю.А. Тихомирова Ю.А. Тихомирова

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

- ОПК-6 – способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
- ПК-5 – Способен к реализации базовых принципов, норм и правил, технических условий подготовки электронных изданий к выпуску.
- ПК-6 – Способен к организации и контролю подготовки электронных изданий к выпуску.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-6.1. Демонстрирует знание критериев отбора современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для осуществления профессиональной деятельности.

ИОПК-6.2. Оценивает и отбирает технические средства и информационные технологии, в том числе из арсенала новейших, для производства печатных и электронных изданий.

ИОПК-6.3. Использует в практике книгоиздания и медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

ИПК-5.1. Понимает базовые принципы создания и редактирования электронного контента (вербального, визуального, аудио- и др.), отбирает и использует программные средства или продукты для его художественно-технического оформления и представления во всех видах электронных изданий.

ИПК-5.2. Оценивает авторский замысел содержания и формы электронного издания, предлагает при необходимости их корректировку с учетом отечественного и зарубежного опыта в области создания концепции и макета электронного издания, его контента и дизайна.

ИПК-5.3. Разрабатывает концепцию (или детализирует авторскую концепцию) макета электронного издания (контент, общая концепция и инструменты его художественно-технического оформления), с учетом целевого назначения, читательского адреса, авторского права, способов тиражирования и распространения.

ИПК-6.1. Понимает технологию подготовки и производства электронных изданий, стандарты, технические условия, нормативные документы в области электронного издания.

2. Задачи освоения дисциплины

- Освоить базовые принципы дизайна.
- Научиться решать практические задачи по художественно-техническому оформлению издательской и медиапродукции.
- Освоить инструменты для создания и обработки растровой и векторной графики.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Первый семестр, зачет.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа, из которых:

-лекции: 8 ч.

-практические занятия: 24 ч.

в том числе практическая подготовка: 24 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Введение в курс "Компьютерная графика"

Роль и значение визуальной коммуникации в современном медиаполе и повседневной жизни. Особенности компьютерной графики и сферы ее применения.

Тема 2. Виды графики

Растровая графика: особенности и программы для ее создания и редактирования. Векторная графика: особенности и программы для ее создания и редактирования. Современные графические онлайн-редакторы. Актуальные стили и тренды визуального контента.

Тема 3. Точка, линия, плоскость

Основные структурные элементы дизайна: точка, линия, плоскость. Изучение Figma. Изучение базовых инструментов и функционала: навигация, фреймы, перо, слои, заливка, контур, группировка.

Тема 4. Фигура, пространство, объем

Соотношение понятий фигуры и формы. Активное и пассивное пространство. Графические условности для создания объема: тень, расположение, текстура, перспектива, проекция. Базовые принципы композиции: баланс, ритм, динамика, контраст, иерархия, акцент. Изучение базовых инструментов и функционала Figma: фигуры, эффекты, градиенты параметры объединения фигур.

Тема 5. Цвет

Введение в теорию цвета и цветовое воздействие. Цветовые модели. Инструменты по подбору цвета. Изучение инструментов по работе с цветом в Figma: как разложить цвет на оттенки, создание градиентов и стилей. Как работать с плагинами в Figma.

Тема 6. Текст

Основы типографики. Сочетание текста и визуальных элементов. Инструменты по подбору шрифтов. Изучение инструментов по работе с текстом в Figma. Возможности фреймов, создание базовой сетки, отработка графики, возможности и параметры инструмента "Текст", стили текста.

Тема 7. Изображения

Работа с изображениями в Figma. Возможности для обработки изображений. Эффекты наложения. Инструмент «Маска». Создание коллажа в Figma. Экспорт и импорт материалов. Плагины и инструменты.

Тема 8. Инфографика

Понятие инфографики. Способы визуализации данных. Принципы создания инфографики, гельштальтизм. Способы создания графиков и диаграмм в Figma.

Тема 9. Копирование в дизайне

Формирование навыка намеренности. Ресурсы для поиска вдохновения и референсов. Суть копирования в дизайне. Работа с шаблонами. Мудборды.

Тема 10. Брендбук

Сущность понятий брендбук, фирменный стиль и бренд. Логотипы. Фирменный цвет. Фирменные шрифты. Элементы брендбука и принципы его создания.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, создания творческих работ (создание персонажа к теме «Точка, линия, плоскость» (10%), создание композиции из фигур к теме «Фигура, пространство, объем» (10%), создание фирменной цветовой композиции к теме «Цвет» (10%), создание шрифтового плаката к теме «Текст» (10%), создание коллажа к теме «Иллюстрация» (10%), создание инфографики к теме «Инфографика» (10%)), тестов по лекционному материалу, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет в первом семестре проводится в виде защиты проекта «Брендбук», в рамках которого студент должен продемонстрировать:

– Знание, что такое брендбук, из каких элементов он состоит и правила его оформления (ИПК-5.1.)

– Умение разрабатывать концепцию фирменного стиля, его визуальные и содержательные элементы с учетом целевого назначения, читательского адреса и авторского права (ИПК-5.3.)

– Умение оценить идею и замысел и скорректировать его с учетом отечественного и зарубежного опыта в области создания контента и дизайна (ИПК-5.2.)

– Понимание технологии подготовки и производства брендбука, иллюстраций, шрифтов и цветовых схем для решения поставленных задач (ИПК-6.1.)

– Знание критериев отбора современных технических и программных средств для реализации профессиональных задач: создание брендбука, подбор фирменных цветов, подбор фирменных шрифтов, создание иллюстративного материала, создание оформления и т.д. (ИОПК-6.1.)

– Умение оценивать и отбирать технические и программные средства для реализации профессиональных задач: создание брендбука, подбор фирменных цветов, подбор фирменных шрифтов, создание иллюстративного материала, создание оформления и т.д. (ИОПК-6.2.)

– Умение использовать технические и программные средства для реализации профессиональных задач: создание брендбука, подбор фирменных цветов, подбор фирменных шрифтов, создание иллюстративного материала, создание оформления и т.д. (ИОПК-6.3.)

Зачет ставится при наличии творческих работ (60%) и демонстрации проекта (40%), который оценивается согласно критериям, представленным выше.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/enrol/index.php?id=26235>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по проведению практических работ.

д) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

– Основы дизайна и композиции: современные концепции: учебное пособие для СПО / отв. ред. Е. Э. Павловская. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 183 с.

– Гришаев А. Н. Компьютерная графика: курс лекций. – Витебск: УО «ВГТУ», 2008. – 137 с.

– Кандинский В. Точка и линия на плоскости. – СПб.: Азбука-классика, 2022. – 224 с.

– Иоханнес И. Искусство формы. Мой форкурс в Баухаузе и других школах / пер. с нем.: Л. Монаховой. – М.: Аронов, 2020. – 136 с.: ил.

– Иоханнес И. Искусство цвета / пер. с нем.: Л. Монаховой. – М.: Аронов, 2021. – 96 с.: ил.

– Оствальд В.Ф. Искусство цвета. Цветоведение: теория цветового пространства / пер. с нем. З. О. Мильмана. – М.: АСТ, 2021. – 368 с.

– Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн / пер. с англ. Пономаренко С. – СПб.: БХВ-Петербург, 2014. – 496 с.: ил.

– Ахматова И. В. Брэндбук и фирменный стиль: учебное пособие / И.В. Ахматова, Е.В. Шокова. – Самара: Издательство Самарского университета, 2020. – 68 с.: ил.

б) дополнительная литература:

– Луптон Э., Филлипс Дж. Графический дизайн. Базовые концепции. / Пер. Н. Римицан. – СПб.: Питер, 2017. – 256 с.: ил.

– Пропедевтика (основы композиции): учебное пособие / сост. Н. Ю. Останина, В. С. Медведевских. – Курган: Изд-во Курганского гос. ун-та, 2013. – 46 с.

– Медведев В. Ю. Цветоведение и колористика: учебное пособие (курс лекций). — СПб.: ИПЦ СПГУТД, 2005. – 116 с.

– Королькова А. Живая типографика. – М.: IndexMarket, 2012. – 224 с.: ил.

– Лаптев В.В. Макротипографика / Микротипографика. – СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2011. – 164 с.

– Уэйншенк С. 100 главных принципов дизайна / пер. Попова А. – СПб.: Питер, 2022. – 256 с.

– Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / сокр. пер. с англ. В. Н. Самохина; общ. ред. и вступ. ст. В. П. Шестакова. – М.: Прогресс, 1974. – 392 с.: ил.

– Иванов А. А. Брендинг: учебное пособие. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2013. – 74 с.

– Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. – СПб.: Питер, 2011. – 208 с.: ил.

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian;
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).
- бесплатный доступ к онлайн-сервису Figma.

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ –
<http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ –
<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

15. Информация о разработчиках

Болдырева Елизавета Сергеевна, филологический факультет, кафедра общего литературоведения, издательского дела и редактирования, ассистент.