

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»

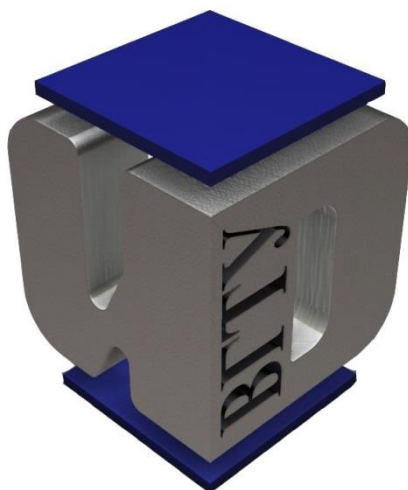
Кафедра графики, конструирования и информационных
технологий в промышленном дизайне

.....-2017

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению лабораторных работ
по дисциплине «Инструментальные средства визуальной коммуникации
и прикладной дизайн»

для студентов направления подготовки бакалавров
09.03.02 «Информационные системы и технологии»
(профиль «Информационные технологии в дизайне»)
очной и заочной форм обучения



Воронеж 2017

Составители: ст. преп. А.П. Суворов, ст. преп. В.Н. Проценко, ст. преп. Ю.С. Золототрубова

УДК 744/38

Методические указания к выполнению лабораторных работ по дисциплине «Инструментальные средства визуальной коммуникации и прикладной дизайн» для студентов направления подготовки бакалавров 09.03.02 «Информационные системы и технологии» (профиль «Информационные технологии в дизайне») очной и заочной форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»; сост. А.П. Суворов, В.Н. Проценко, Ю.С. Золототрубова. Воронеж, 2017. 36 с.

Методические указания содержат краткие теоретические сведения, методики проведения и правила оформления лабораторных работ.

Предназначены для студентов 3 курса.

Методические указания подготовлены в электронном виде в текстовом редакторе Word и содержатся в файле «Лабораторные работы.doc».

Табл. 14. Ил. 11. Библиогр.: 3 назв.

Рецензент канд. техн. наук, доц. Е.А. Балаганская

Ответственный за выпуск зав. кафедрой д-р техн. наук, проф.
А.В. Кузовкин

Издается по решению редакционно-издательского совета Воронежского государственного технического университета

© ФГБОУ ВО «Воронежский
государственный технический
университет», 2017

ВВЕДЕНИЕ

Целью изучения дисциплины «Инструментальные средства визуальной коммуникации и прикладной дизайн» является изучение технологий реализации дизайн-проектов с помощью средств полиграфии, изучение программных средств прикладного дизайна художественно-графического направления. Основные задачи дисциплины:

- освоить программные средства прикладного дизайна;
- изучить методы и средства реализации проектов прикладного дизайна для успешного их применения в профессиональной деятельности;
- освоить процесс подготовки дизайн-проектов к тиражированию с учетом планирования технологии реализации.

Студент, начинающий изучение дисциплины «Инструментальные средства визуальной коммуникации и прикладной дизайн», должен знать:-эстетику прикладного дизайна;-элементарные слагаемые зрительных образов;-форматы аудио и видео файлов,-методы создания и обработки различного вида информации; -аппаратное и программное обеспечение современных ЭВМ применяемых в индустрии визуальных коммуникаций;

Лабораторная работа №1

Тема: Логотип компании.

Цель работы: придумать и разработать логотип компании.

Краткие теоретические сведения:

Логотип - графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме. Логотип может представлять собой как чисто графический знак, так и сочетание с названием сущности, которую он идентифицирует, в виде стилизованных букв и/или идеограммы. Логотипы широко применяются для изображения товарных знаков, в качестве эмблем юридических лиц.

Выполнение работы:

Выбрать фирму или завод из списка ниже, для которой будет вестись дальнейшая разработка логотипа.

Список фирм:

1. Интернет магазин.

2. Магазин товаров и услуг.
3. Завод. Торговая фирма.
4. Сеть быстрого питания
5. Ресторан.
6. Кофейня.
7. Игровая компания.
8. Собственная фирма (согласовать с преподавателем).

Работа выполняется в Adobe illustrator.

- Создание эскиза логотипа.
- Компонировка элементов логотипа
- Цветовое решение логотипа.

Контрольные вопросы.

1. Что такое логотип?
2. Какие типы логотипов существуют?
3. Каким типом графического редактора является Adobe illustrator?

Лабораторная работа №2

Тема: Визитная карточка компании.

Цель работы: придумать и разработать фирменный стиль и визитную карточку компании.

Краткие теоретические сведения:

Визитки сегодня - это целый мир, рассказывающий о человеке или о компании, говорящий о состоятельности, вкусе, амбициозности, деловитости или скрывающий отсутствие чего-либо из перечисленного. На небольшой полоске бумаги сконцентрированы дизайнерские решения, фирменные стили, современные достижения шрифтового искусства, неожиданные цветовые решения и огромный пласт современных материалов и технологий, включая выборочное лакирование, термографию, тиснение.

Современную визитную карточку хочется рассматривать, изучать на ощупь. Появляющиеся новые материалы дают новые решения, способные удивлять. Работа с такими материалами, как PLIKE, TOUCHE COVER, различные пластики и прочее делают визитку такой, что жалко выбросить, что волей-неволей приводит к мини-коллекциям визиток. Сравнивая одну визитку с другой, видно руку мастера или дилетанта, видно, кто не пожалел затрат на создание своего “лица”, а кто этим пренебрег. Визитная карточка - это особый вид творчества, соединяющий информацию и искусство, доводя некоторые работы до уровня произведения искусства.

Какой же она должна быть? Все зависит от вкуса и чувства меры. Помните, что визитка - это ваше второе лицо. Лаконичная полнота ваших титулов и званий, отточенность линий и гармоничные пропорции, правильный подбор шрифта вот что делает вашу визитку неповторимой, притягательной и такой естественной. Помните, что по этому образцу графики, этому маленькому листку картона о вас будут судить как о человеке, и никакая «крутизна» вам не поможет. Сделайте себе несколько видов Business card. Это не прихоть, а необходимость. Не будете же вы дарить девушке визитку с

перечислением всех ваших парадных титулов. Для таких случаев необходима теплая, дружеская визитка.

Визитки, изготовленные руками наших мастеров, давно и прочно заняли свое достойное место в деловых кругах. Многие представители бизнеса, крупные компании, федеральные органы, известные люди обладают визитками, сделанными нашими руками. Целый ряд рекламных агентств смело полагается на наше мастерство при размещении заказов на изготовление визитных карточек на нашем производстве. Ответственность, сроки и качество - это наши приоритеты в работе.

Визитная карточка - традиционный носитель контактной информации о человеке или организации. Изготавливается из бумаги, картона или пластика небольшого формата, Визитка включает имя владельца, компанию (обычно с логотипом) и контактную информацию (адрес, телефонный номер и/или адрес электронной почты).

Выполнение работы:

На основе ранее выбранной фирмы и созданного логотипа, проработать визитную карточку в Adobe illustrator.

Туда входят:

Создание эскиза визитной карточки.

Компоновка элементов визитной карточки.

Цветовое решение визитной карточки.

Контрольные вопросы:

1. Что такое визитная карточка?
2. Основные материалы при изготовлении визитных карточек?
3. Какие виды визиток бывают?

Лабораторная работа №3

Тема: Брошюра компании.

Цель работы: придумать и разработать брошюру компании.

Краткие теоретические сведения:

Брошюра (brochure) — вид печатной рекламы, неперiodическое печатное издание небольшого объема, обычно 1 – 5 листов, по российским стандартам должна быть объёмом свыше 4, но не более 48 страниц. Брошюровка - соединение листов книги сшиванием и склеиванием. Брошюра является изданием книжного типа в мягкой обложке, из фальцованных листов, которые соединяются при помощи пружины и скрепки, евроскобы, клеевого бесшвейного скрепления. Форматы брошюр и журналов могут колебаться в пределах от А4 до А6.

Виды брошюр.

По назначению и содержанию информационного материала различают:

- рекламные брошюры;
- информационные брошюры;
- брошюры - каталоги продукции;
- корпоративные брошюры.

Корпоративная брошюра — издаваемое компанией, фирменное неперiodическое печатное издание содержащее краткую информацию об основных направлениях деятельности компании, а также о свойствах товара, их назначении, устройстве и пр. Создание рекламных корпоративных брошюр необходимо, если требуется предоставить подробную информацию о товаре фирмы или оказываемой услуге.

Брошюра-каталог — корпоративное издание, позволяющее получить полную информацию о товарах или услугах компании.

Применение брошюр.

Брошюра является массовым средством распространения информации. Наиболее частые места распространения брошюр: в офисе или залах продаж,

на рекламных акциях, выставках и в любых других местах нахождения аудитории для распространения информации.

Изготовление брошюр. Печать брошюр осуществляется на любой бумаге. После печати следует процедура обрезки и листоподбор, фальцовка и скрепление листов. При заказах одноцветных брошюр печать осуществляется на ризографе (черно-белые брошюры). Брошюры, печать которых производится на ризографе, могут быть укомплектованы цветной обложкой. Небольшими тиражами, или при срочных заказах печать брошюр осуществляется на цифровой печатной машине. Цветные брошюры тиражом свыше 500 экземпляров отпечатываются с помощью офсетной печати. Для скрепления брошюр до 48 печатных полос применяют скрепку (как правило, две скрепки на формат А4). Для скрепления брошюр размером более 48 полос применяют пластиковые или металлические пружины.

Выполнение работы:

На основе ранее выбранной фирмы проработать брошюру.

Создание эскиза брошюры.

Компоновка элементов брошюры.

Цветовое решение и фирменный стиль брошюры.

Контрольные вопросы:

1. Что такое брошюра?
2. Количество страниц в брошюре?
3. Основные виды исполнения брошюр?

Лабораторная работа №4

Тема: Буклет компании

Цель работы: придумать и разработать буклет компании.

Краткие теоретические сведения:

Буклет - вид печатной продукции, характерный для рекламной полиграфии, имеющей внешнюю схожесть с брошюрой, но обычно более сложной конструкции и проработанного дизайна. Представляет собой листы, скрепленные в корешке, или сфальцованный в два и более сгибов лист бумаги, на обеих сторонах которого размещена текстовая и/или графическая информация.

Приступать к созданию буклета нужно с определения цели, которую необходимо достигнуть с помощью этого буклета, с определения целевой аудитории на которую рассчитана данная рекламная компания. Создать рекламный буклет тем проще, чем яснее и чётче сформулированы его задачи и целевая аудитория. Это можно принять за правило и при создании рекламного буклета, и при создании рекламной брошюры. Но, создание рекламной брошюры процесс более трудоёмкий, и потому там список задач несколько шире.

Структурирование буклета

Определившись с задачами и целевой аудиторией буклета, нужно досконально разобраться, из чего он будет состоять. Иными словами, нужно определить структуру будущего буклета. Лучше всего взять бумагу, ручку и составить структуру буклета в следующей последовательности:

1. Составить список всех фрагментов текстовой информации и всех фотографий и рисунков, которые необходимо вставить в буклет.
2. Определить порядок размещения текстовой информации и изображений в буклете.
3. Расставить весь имеющийся материал по страницам в том порядке, в котором это будет наиболее рационально.

Третий пункт из вышеприведённого списка можно выполнить по-разному. Например, в виде таблицы, где в разных столбцах и графах будет указан список всех материалов для буклета и указано на какой странице тот или иной материал будет размещён. Или же в виде эскиза к буклету, где наглядно будет видно, где и как разместится отобранный материал. Этот вариант, несомненно, предпочтительнее, так как можно посмотреть не только на то, как размещён материал, но и то, как он смотрится на разворотах буклета. То есть, как страницы будут смотреться одна возле другой.

Давно уже подмечено, что сначала человек обращает внимание на картинку, а потом уже начинает читать текст. Поэтому при структурировании буклета обязательно нужно учитывать, где будет размещено изображение, а где текстовая информация. Поскольку мы читаем слева направо и сверху вниз, то комментарии к изображению лучше всего располагать или справа от него, или под ним.

Ещё один аспект, который обязательно нужно учитывать при структурировании буклета — это то, что в буклете обязательно должно быть чётное количество страниц. Ведь сколько раз лист не складывай, количество страниц останется чётным. Да и то, что материал в буклете размещается на обеих сторонах каждого листа, уже предполагает чётное количество страниц.

Формат буклета

Наиболее распространённым форматом листа для создания буклета, на сегодняшний день, является формат А4. Этот формат является классическим при создании буклетов. Некоторые считают, что формат А4 для небольшого рекламного издания великоват. В этом случае можно использовать нестандартный размер бумаги, например 210x210 мм. При использовании этого формата можно сделать буклет на 6 страниц, который будет весьма неплохо смотреться.

Кроме этого можно сделать буклет, который будет раскладываться и слева направо, и справа налево. Такой буклет называется «раскладушка», и делается из бумаги размером 625x210мм. Также можно использовать такой

размер как А5 (150x210мм). Из множества вариантов можно выбрать тот формат, который покажется наиболее удобным и интересным. Ну и конечно, определиться с расположением страниц. Здесь всего два варианта – книжный и альбомный. В альбомном варианте страницы располагаются горизонтально, а в книжном – вертикально.

То о чём говорилось ранее - это фундамент будущей успешной работы над буклетом, её организационная часть. Если придерживаться вышесказанных правил и советов, то дальнейшая работа по созданию буклета не должна вызывать никаких затруднений, в основном предстоит техническая сторона работы.

Техническая сторона работы над буклетом

К технической работе над созданием рекламного буклета можно отнести:

1. Подбор фотографий и рисунков.
2. Написание текстов.
3. Вёрстку подготовленного материала.
4. Предпечатную подготовку.
5. Выбор бумаги для буклета.
6. Печатные работы.

Фотографии должны быть чёткими, яркими. На них не должно быть никаких пятен или других дефектов. Не должно быть резких переходов от одного цвета к другому, и от одного полутона к другому. Ну и, конечно же, фотографии и рисунки должны соответствовать теме буклета.

Каждая фотография или рисунок должны сопровождаться чёткой и лаконичной подписью, поясняющей смысл изображения.

Текстовая информация буклета должна быть так же чёткой и лаконичной. Все тексты в буклете должны нести информационную нагрузку. Тексты в буклете это заголовок, описание товаров или услуг, подписи к иллюстрациям, отзывы клиентов (если таковые имеются) и контактная информация.

После того как иллюстрации и тексты готовы, необходима вёрстка проекта. Это означает, что весь имеющийся материал нужно сложить в единое целое, т.е. сделать собственно буклет (вернее его макет). Удобнее всего это сделать на компьютере при помощи одной из программ. Наиболее распространённой программой, которую можно использовать для этих целей, является Фотошоп.

Созданный макет будущего буклета необходимо распечатать, чтобы наглядно оценить созданный буклет и выявить возможные ошибки и недочёты. Необходимо просмотреть, как смотрятся все страницы буклета, собранные в один рекламный продукт.

Если буклет отвечает всем поставленным задачам и к нему нет никаких претензий, то остается выбрать тип бумаги и приступить к тиражированию буклета. Печатать лучше большими тиражами (более 1000 экземпляров). Большие тиражи печатаются на добротной технике офсетной печати, а малые тиражи печатают на чём придётся.

Выполнение работы:

На основе ранее выбранной фирмы проработать буклет.

Создание эскиза буклета.

Компоновка элементов буклета.

Цветовое решение и фирменный стиль буклета.

Контрольные вопросы:

1. Что такое буклет?
2. Количество страниц в буклете?
3. Основные виды исполнения буклетов?

Лабораторная работа №5

Тема: Календарь компании

Цель работы: придумать и разработать календарь компании.

Краткие теоретические сведения:

Фирменный календарь - это лучшая рекламная продукция. Календари отлично подчеркнут ваш корпоративный стиль, станут подарками для партнеров и клиентов, а по сути будут являться эффективной рекламной компанией. Если листовки и буклеты, как правило, довольно быстро отправляются в мусорную корзину, то срок жизни календаря составляет около года. Для этого он должен иметь интересный дизайн и качественную печать, так как в этом плане существует конкуренция и человек поставит себе на стол или положит в записную книжку только понравившийся ему календарик.

Календари бывают:

- квартальные;
- карманные;
- настенные;
- настольные.

Самый простой вариант – это карманный календарь, который принято раздавать клиентам под новый год. На этот вид продукции можно нанести изображение о деятельности вашей фирмы, ее логотип, продукцию или услуги. С обратной стороны, как правило, наносят календарную сетку, короткую информацию о фирме с указанием адреса и телефонов. Такой календарик можно ламинировать или, для удобства, округлить углы. Также можно совместить карманный календарь с представительской визиткой. У такой визитки максимальные шансы стать спутником на целый год. Можно также заказать карманный календарь-книжку, имеющий 4 полосы и складывающийся до размеров обычной визитки.

Можно заказать очень оригинальные и удобные настольные фирменные календари-домики произвольного размера. Это может быть простой вариант

без страниц или с прикрепленными сверху к основе пружинкой страницами. Такой календарь может содержать до 13 страниц (первая - обложка). Существует масса вариантов дизайна таких календарей и ими пользуются практически все. Если ваш календарь будет самым оригинальным и удобным, то наверняка именно он займет место на столе ваших партнеров и потенциальных клиентов.

Не столь богаты оформлением квартальные календари, но они очень удобны, так как независимо показывают 3 месяца. Они имеют достаточно большое поле и дают возможность делать пометки, за что и пользуются популярностью практически у всех офисных работников.

Очень серьезно следует подходить к изображению на настенном календаре, так как он является элементом дизайна помещения и находится перед глазами целый год. Такой календарь должен украшать стену и создавать ассоциации с вашей фирмой, возможно, в ненавязчивой форме.

Любой календарь в деловой офисной обстановке будет не только выполнять рабочую функцию, но и напоминать целый год о вашем предприятии. Это отличная реклама с уникально низкой стоимостью и максимальной эффективностью.

Календари, квартальные календари - продвижение вашего бизнеса

Календарь плотно вошел в наш обиход и сегодня это не только полезная вещь, но ещё и эстетическое дополнение к интерьеру помещений. Календарь есть в каждом доме, в каждом офисе. Он стал неотъемлемой частью бизнеса. Невозможно представить себе, что современный человек, не пользуется календарём. Запланирована встреча с деловыми партнёрами, покупка мебели в дом, день рождения любимой тёщи, все это можно отметить в календаре, чтобы случайно не забыть какое-нибудь важное событие. Можно сделать календари на заказ, обсудив свои идеи с дизайнером, разрабатывающим внешний вид календаря. Ведь на них так удобно располагать долгосрочную рекламу, информацию о компании, контактные данные, что будет способствовать продвижению бренда, ведь календарь попадает на глаза

ежедневно. Календари сегодня очень высокого качества, что достигается за счёт новейшего оборудования и высококвалифицированных специалистов, занятых разработкой дизайна и печати полиграфической продукции, для печати календарей используются лучшие технологии в полиграфии. Используют офсетную или цифровую печать.

Одной из разновидностей календарей является квартальный календарь. Квартальные календари, самые популярные из календарей. Объясняется это тем, что они практичны, видно сразу три месяца, это очень удобно для планирования в бизнесе и для составления отчётов. Они могут быть как настенными, так и настольными, быть закрепленными одной пружиной или несколькими. Состоят из блоков календарных сеток и шапки, так называемого постера. Для печати на таких календарях используется тиснение фольгой или конгрев. Можно напечатать на любой бумаге (мелованной, не мелованной), заламинировать, разместить рекламу. Обычно снабжены курсором, (пластиковая линейка с окошком, свободно передвигающаяся горизонтально, вдоль линейки). Характеристики календаря будут зависеть от того, насколько высоки требования заказчика и бюджет запланированный на рекламную продукцию. Квартальные календари будут неплохим подарком в начале года вашим партнёрам, сотрудникам, друзьям. Тогда о вас будут помнить весь год.

Выполнение работы:

На основе ранее выбранной фирмы проработать календарь.

Создание эскиза календаря.

Компоновка элементов календаря, подбор изображений.

Цветовое решение и фирменный стиль календаря.

Контрольные вопросы:

1. Что такое календарь?
2. Виды календарей?
3. Какими программами вы пользовались на этапе разработки?

35

36

15

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Радкевич Я.М., Схиртладзе А.Г. Метрология, стандартизация и сертификация: Учебник для бакалавров / Я.М. Радкевич, А.Г. Схиртладзе.-5-е изд., перераб. и доп.- М.: Юрайт, 2012.-813с.
2. Никифоров А.Д. Взаимозаменяемость, стандартизация и технические измерения: учебное пособие для вузов / А.Д. Никифоров.-4-е изд., стер.- М.: Высш. Школа, 2007.-510 с.
3. Афанасьев А.А. Взаимозаменяемость: учебник для вузов, допущено УМО / А.А. Афанасьев; А.А. Погодин, 2010.- 351с.
4. Арустамов Х.А. Сборник задач по начертательной геометрии. / Х.А. Арустамов. - М.: Машиностроение, 1978. 376 с.
5. Бубенников А. В. Начертательная геометрия (задачи для упражнений). / А.В. Бубенников. - М.: Высшая школа,1981.263 с.
6. Гордон В.О. Курс начертательной геометрии./ В.О. Гордон, М.А. Семенцов-Огиевский. - М.: Высшая школа, 2007. 272 с.
7. Гордон В.О. Сборник задач по начертательной геометрии. / В.О.Гордон, Ю.Б. Иванов, Т.Е. Солнцева. - М.: Наука, 1971. 367 с.
8. Фролов С.А. Начертательная геометрия. / С.А. Фролов. – М.: Машиностроение, 1983. 312 с.
9. Фролов С.А. Сборник задач по начертательной геометрии. /. С.А. Фролов. - М.: Машиностроение, 1980. 287 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	1
1. Лабораторная работа № 1 ЛОГОТИП КОМПАНИИ	2
2. Лабораторная работа № 2 ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА КОМПАНИИ	10
3. Лабораторная работа № 3 БРОШЮРА КОМПАНИИ	16
4. Лабораторная работа № 4 БУКЛЕТ КОМПАНИИ	22
5. Лабораторная работа № 5 КАЛЕНДАРЬ КОМПАНИИ	27
Библиографический список	35

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению лабораторных работ
по дисциплине «Инструментальные средства визуальной
коммуникации и прикладной дизайн»
для студентов направления подготовки бакалавров
09.03.02 «Информационные системы и технологии»
(профиль «Информационные технологии в дизайне»)
очной и заочной форм обучения

Составители:

Суворов Александр Петрович
Проценко Вера Николаевна
Золототрубова Юлия Сергеевна

В авторской редакции

Компьютерный набор А.П. Суворова

Подписано к изданию 10.02.2017.

Уч.-изд. л. 4,6 «С»

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»

394026 Воронеж, Московский просп., 14