

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Кафедра «Дизайн и цифровые искусства»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б.1.2.9 «Дизайн и оформление средств массовой информации»

направления подготовки

54.03.01 «Дизайн»

Профиль 1 «Графический дизайн»

Квалификация – бакалавр

форма обучения – очная,
курс – 3,
семестр – 5,
зачетных единиц – 3,
всего часов – 108,
в том числе:
лекции – 18,
коллоквиумы – нет,
практические занятия – 36,
лабораторные занятия – нет,
самостоятельная работа – 54,
зачет – нет,
экзамен – 5 семестр,
РГР – нет,
курсовая работа – нет,
курсовой проект – нет

1. Цели и задачи дисциплины

Цель преподавания дисциплины: освоить теоретические понятия, связанные с оформлением средств массовой информации; уметь применять необходимые в конкретных случаях дизайнерские навыки при разработке дизайна периодических изданий.

Задачи изучения дисциплины: студент должен освоить навыки работы в программе Adobe InDesign; применять полученные навыки наряду со знанием основ композиции и цветоведения в разработке дизайна газетных и журнальных страниц и номеров периодических изданий в целом.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Для того, чтобы успешно пройти изучение дисциплины «Дизайн и оформление средств массовой информации» студент должен владеть знаниями и навыками, полученными в рамках курсов «Пропедевтика», «Рисунок», «История искусств», «Компьютерные средства создания и обработки векторных изображений», «Компьютерные средства обработки растровых изображений», «Технологии полиграфии» и пр.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

ОПК-6 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ПК-2 – способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.

Студент должен знать: основные понятия дизайна средств массовой информации; основные требования информационной безопасности; концептуальные подходы к решению дизайнерских задач.

Студент должен уметь: разрабатывать композиционно-графическую модель периодического издания и проектную идею, основанную на концепции печатного СМИ и творческом подходе к ее разработке; применять знания современной шрифтовой культурой в разработке макета печатных СМИ; применять приемы гармонизации структур, систем и форм при работе над композиционно-графической моделью тематического печатного СМИ; решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры; обосновывать свои предложения при разработке проектной идеи.

Студент должен владеть: навыками работы в программе Adobe InDesign; принципами выбора техники исполнения иллюстрации; приемами работы в макетировании печатных СМИ; приемами работы с цветом в печатных СМИ; основными правилами и принципами набора и верстки печатных СМИ; приемами гармонизации форм в печатном СМИ; информационно-коммуникационными технологиями.

**4. Распределение трудоемкости (час.) дисциплины по темам
и видам занятий**

№ Мо-ду-ля	№ Не-де-ли	№ Те-мы	Наименование темы	Часы/ Из них в интерактивной форме					
				Всего	Лек-ции	Коллок-виумы	Лаб-оратор-ные	Прак-тичес-кие	СРС
1	2	3	4	5	6	7		8	9
5 семестр									
1		1	Основные понятия и категории дизайна СМИ. Элементы визуальной коммуникации.	16	4			4	8
2		2	Техника и технология производства периодических изданий.	12	2			2	8
3		3	Формы и жанры периодических изданий. Композиционно-графическое моделирование.	20	4			8	8
4		4	Основные принципы дизайна многостраничного СМИ. Оформление колонок, сеток, полей, промежутков.	14	2			4	8
5		5	Размер, контраст, симметрия и асимметрия. Рамки, линейки и тени как средства газетно-журнального дизайна. Иллюстрации и диаграммы в дизайне СМИ.	16	2			6	8
6		6	Шрифт в дизайне многостраничного СМИ. Цвет в дизайне печатных СМИ. Оригинальность.	16	2			6	8
7		7	Дизайн обложки. Значение содержания. Значение сигналов.	14	2			6	6
Всего				108	18			36	54

5. Содержание лекционного курса

№ темы	Всего часов	№ лекции	Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5
1	2	1	Основные понятия и термины газетно-журнального дизайна. Теория дизайна. Функции, задачи и принципы оформления периодических изданий.	1-3, 4-13, 24
1	2	2	Оформление как часть процесса формообразования периодического издания. Форма периодического издания. Визуальная коммуникация.	1-3, 4-13, 24
2	2	3	Шрифт как основа печатного дизайна. Шрифтовое оформление текста и элементов заголовочного комплекса. Шрифты в дизайне печатных СМИ. Заголовки, вводки, подзаголовки, буквица, выноски, подрисуночные подписи.	1-3, 4-13, 24
2	2	4	Техника периодических изданий. Типографская система мер и размерные характеристики издания. Система жанров фотожурналистики.	1-3, 4-13, 24
3	2	5	Оформление постоянных элементов газеты и журнала.	1-3, 4-13, 24
3	2	6	Формы передачи публикаций и выпуск издания. Композиционно-графическое моделирование.	1-3, 4-13, 24
4	2	7	Основные принципы дизайна многостраничного СМИ. Верстка. Компонировка. Вовлечение читателя. Использование пространства. «Процессия».	1-3, 4-13, 24
4	2	8	Типы колонок. Структурные форматы. Особенности разных типов полей в сочетании с версткой. Что такое промежутки и для чего их используют.	1-3, 4-13, 24
5	2	9	Размер, контраст, симметрия и асимметрия как способы организации материала в печатном СМИ. Рамки, линейки и тени в дизайне печатного СМИ. Специфика оформления иллюстраций и диаграмм в печатном СМИ. Дизайн обложки. Значение содержания и его оформление.	1-3, 4-13, 24

6. Содержание коллоквиумов

Не предусмотрено учебным планом.

7. Перечень практических занятий

№ темы	Всего часов	№ занятия	Тема практического занятия. Задания, вопросы, обрабатываемые на практическом занятии	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5
1	2	1	Знакомство с интерфейсом программы Adobe InDesign. Создание нового документа. Настройка палитры. Типы колонок. Структурные форматы. Поля. Верстка. Промежутки.	1-3, 4-13, 24
1	2	2	Работа с инструментом текст. Работа со стилями абзацев. Автоматическая нумерация страниц. Оформление содержания. Навигация по документу.	1-3, 4-13, 24
2	2	3	Использование контекстного меню. Изучение возможностей палитры связей. Изучение палитры «обтекание текстом» и «обработка контуров».	1-3, 4-13, 24
3	2	4	Изучение палитры «слои». Создание фигурных углов. Работа с таблицами	1-3, 4-13, 24
3	2	5	Создание шаблона. Добавление и форматирование текста. Импортирование и перетекание текста. Верстка. Компонировка. Вовлечение читателя. Использование пространства. «Процессия».	1-3, 4-13, 24
4	4	6-7	Создание и применение стиля символа. Перемещение объекта и изменение обводки. Работа с мастер-страницами. Создание текстового фрейма на мастер-странице. Переименование мастер-страницы.	1-3, 4-13, 24
5	4	8-9	Создание дополнительных страниц шаблонов. Создание и редактирование графических фреймов. Изменение формы фрейма. Работа с составными фигурами.	1-3, 4-13, 24
5	4	10-11	Перетекание текста в существующий фрейм. Редактирование текста. Шрифты. Заголовки, вводки, подзаголовки, буквица, выноски, подрисуточные подписи.	1-3, 4-13, 24
6	4	12-13	Работа с типографикой. Работа с цветом. Размер, контраст, симметрия и асимметрия. Рамки, линейки и тени.	1-3, 4-13, 24
7	4	14-15	Разработка макета общественно-политической газеты (четыре полосы).	1-3, 4-13, 24
7	6	16-18	Разработка макета тематического журнала (обложка, оглавление, шесть разворотов, рекламные полосы)	1-3, 4-13, 24

8. Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом.

9. Задания для самостоятельной работы студентов

№ темы	Всего Часов	Задания, вопросы, для самостоятельного изучения (задания)	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4
1-7	54	Разработка дизайна печатного СМИ (газеты или журнала по выбору студента). Выполнение макета выбранного издания с учетом всех изучаемых в течение семестра аспектов.	1-3, 4-13, 24

10. Расчетно-графическая работа

Не предусмотрено учебным планом.

11. Курсовая работа

Не предусмотрено учебным планом.

12. Курсовой проект

Не предусмотрено учебным планом.

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В процессе освоения образовательной программы у студента формируется следующие компетенции:

ОПК-6 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ПК-2 – способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.

ОПК-6 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
	ОПК-6 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической	Знает основные понятия дизайна средств массовой информации; основные требования информационной безопасности	Лекции, Практические занятия, СРС	Устный опрос, тестирование
		Владеет навыками работы в программе Adobe InDesign; принципами выбора техники	Лекции, Практические занятия,	Устный опрос, тестирование

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
	культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;	исполнения иллюстрации; приемами работы в макетировании печатных СМИ; приемами работы с цветом в печатных СМИ; основными правилами и принципами набора и верстки печатных СМИ; приемами гармонизации форм в печатном СМИ; информационно-коммуникационными технологиями	СРС	
		Умеет разрабатывать композиционно-графическую модель периодического издания и проектную идею, основанную на концепции печатного СМИ и творческом подходе к ее разработке; применять знания современной шрифтовой культурой в разработке макета печатных СМИ; применять приемы гармонизации структур, систем и форм при работе над композиционно-графической моделью тематического печатного СМИ; решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	Лекции, Практические занятия, СРС	Устный опрос, тестирование

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-6

Наименование компетенций

ОПК-6	<p>Формулировка:</p> <p>способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</p>
-------	---

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
	Знает: пути решения стандартных задач профессиональной

Пороговый (удовлетворительный)	деятельности, Умеет: решать простые профессиональные задачи, Владеет: на пороговом уровне информационно-коммуникационными технологиями и информационно-библиографической культурой
Продвинутый (хорошо)	Знает: основные методы решения стандартных профессиональных задач Умеет: находить стандартные решения к поставленным дизайнерским проблемам Владеет: на хорошем уровне информационно-коммуникационными технологиями и информационно-библиографической культурой
Высокий (отлично)	Знает: методы решения стандартных и нестандартных профессиональных задач Умеет: решать сложные профессиональные задачи Владеет: на высоком уровне информационно-коммуникационными технологиями и информационно-библиографической культурой

ПК-2 – способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
	ПК-2 – способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.	Знает концептуальные подходы к решению дизайнерских задач.	Лекции, Практические занятия, СРС	Устный опрос, тестирование
		Владеет системой аргументации предложений при разработке проектной идеи	Лекции, Практические занятия, СРС	Устный опрос, тестирование
		Умеет разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	Лекции, Практические занятия, СРС	Устный опрос, тестирование

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-2

Наименование компетенций

ПК-2	Формулировка: способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.
------	---

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
--------------------------------------	------------------------

Пороговый (удовлетворительный)	Знает: подходы к решению дизайнерских задач Умеет: разрабатывать проектную идею Владеет: первичными навыками обоснования проектной идеи
Продвинутый (хорошо)	Знает: основные концептуальные подходы к решению дизайнерских задач Умеет: разрабатывать проектную идею на основе творческого подхода Владеет: навыками аргументации концепции проектной идеи
Высокий (отлично)	Знает: концептуальные, творческие подходы к решению профессиональных задач Умеет: разрабатывать проектную идею на основе концептуального подхода к объекту Владеет: системой аргументации проектной идеи

Для определения достигнутой обучающимся степени освоения материала используется система тестов, устных опросов и практических заданий, выполняемых как на занятии, так и самостоятельно.

Шкала оценивания результатов тестирования и ответа на экзамене:

- ✓ 0-30% неудовлетворительно,
- ✓ 31-60% удовлетворительно (пороговый уровень),
- ✓ 61-80% хорошо (продвинутый уровень),
- ✓ 81-100% отлично (высокий уровень).

Вопросы для экзамена

Не предусмотрено учебным планом.

Вопросы для зачета:

1. Понятие дизайна. Цель дизайна. История теории дизайна.
2. Функции и принципы дизайна медиа в связи с изменением тенденций развития СМИ.
3. Теории восприятия изображений и символов.
4. Функции дизайна печатных СМИ в современных условиях.
5. Основные компоненты дизайна печатных СМИ.
6. Принципы дизайна печатных СМИ.
7. Роль инфографики в дизайне печатных СМИ.
8. Изменение функции дизайна печатных СМИ.
9. Функции дизайна электронных СМИ.
10. Шрифты и их роль в печатных, электронных и онлайн-СМИ.
11. Заголовок и заголовочный комплекс: его значение в дизайне печатных и онлайн-СМИ.
12. Макетирование и его принципы.
13. Цвета и колористика, роль цветов и цветовых сочетаний в разных СМИ.
14. Правила размещения рекламы.
15. Правила размещения изобразительных материалов.
16. Современные издательские программные комплексы.

Для получения оценки на экзамене студенты должны представить готовый проект выбранного и разработанного ими печатного СМИ и провести анализ представленного дизайна.

Тестовые задания по дисциплине:

1. Что такое типология печатных средств массовой информации?

а). это классификация печатных средств массовой информации, основанная на выделении особенностей их композиционно-графических моделей;

б). это научное обоснование классификации формообразующих факторов, на основе которых создаются различные виды печатных средств массовой информации;

в). это научный метод изучения печатных СМИ посредством разделения их на группы с помощью обобщенных моделей или типов в рамках географического, информационного, экономического, социального пространства.

г). это научно обоснованное подразделение печатных средств массовой информации в зависимости от географических, информационных, экономических и социальных характеристик рассматриваемых изданий.

2. Выберите основные факторы, которые определяют типологические особенности печатных СМИ:

а). тип издания;

б). форма издания;

в). читательская аудитория;

г). жанровые особенности;

д). классификация;

е). цель издания;

ж). модель издания;

з). концепция издания.

3. Каким из следующих стандартов определяется издательская терминология:

а). ГОСТ 7.50-2004 «Печатные средства массовой информации. Термины и определения»;

б). ГОСТ 7.60-2003 «Издавания. Основные виды. Термины и определения»

в). ОСТ 5.20-2007 «Издавания. Виды. Модели. Дизайн»;

г). ГОСТ 5.20-2003 «Печатные издавания. Термины. Виды. Оформление».

4. Выберите правильное определение периодического издания:

а). издание в виде блока скрепленных в корешке листов печатного материала любого формата в обложке или переплете;

б). издание, большую часть объема которого занимает словесный, цифровой или смешанный текст с иллюстрациями или без них;

в). издание в виде одного или нескольких листов печатного материала любого формата без скрепления;

г). издание, выходящее через определенные промежутки времени, однотипно оформленное, имеющее одинаковое название.

5. Выберите характеристику, которая не соответствует определению газеты:

а). выходит через равные промежутки времени;

б). содержит оперативную официальную информацию;

в). освещает широкий спектр общественно-политических, производственных, научных и др. сторон жизни;

г). выходит несколько раз в год.

6. Выберите критерий, не характерный для средств массовой информации:

а). массовость воздействия;

б). периодичность;

в). широта содержания;

г). форма изложения материала.

7. В соответствии с какими функциями печатные СМИ делятся на группы?

а). коммуникативная;

- б). воздействие;
- в). познавательная;
- г). развлекательная;
- д). экономическая;
- е). оформления;
- ж). информационная;
- з). социальная.

8. В зависимости от целевого назначения печатные СМИ делятся на группы:

- а). развлекательные;
- б). деловые;
- в). таблоиды;
- г). общественно-политические;
- д). культурно-просветительские;
- е). специализированные.

9. Корпоративная пресса – это:

- а). таблоид;
- б). развлекательная пресса;
- в). специализированная пресса;
- г). деловая пресса.

10. Каких типов печатных СМИ в соответствии с характером осуществляемых ими функций не существует:

- а). учебные, образовательные;
- б). научно-прикладные;
- в). литературно-художественные;
- г). информационные.

11. Какого критерия при ориентации на целевую аудиторию не существует:

- а). гендерная принадлежность;
- б). возрастная принадлежность;
- в). социальная принадлежность;
- г). профессиональная принадлежность.

12. Какому принципу отвечает деление печатных СМИ на прессу для садоводов, спортивную, туристическую, экологическую и пр.?

- а). принципу социальной принадлежности;
- б). принципу удовлетворения запросов аудитории;
- в). принципу профессиональной принадлежности целевой аудитории;
- г). принципу тематической направленности издания.

13. Соотнесите жанровые определения печатных СМИ:

информационный – очерк, зарисовка, эссе, фельетон, памфлет;

ситуативно-аналитический – заметка, репортаж, интервью, отчет;

художественно-публицистический – корреспонденция, статья, рецензия, обозрение, обзор печати, комментарий;

литературно-художественный – шахматные этюды, шарады, кроссворды, сканворды, афоризмы, анекдоты, остроты;

сатирический – фельетон, памфлет, пародия и др.;

публицистический – научные, теоретические статьи, интервью с учеными и др., сопровождающиеся чертежами, схемами;

развлекательный – стихотворение, рассказ и др.;

научно-популярный – интервью, диалог и беседа.

14. Выберите фактор, в соответствии с которым печатные СМИ делятся на общенациональные, межрегиональные, международные и территориальные:

- а). территориальный;
- б). экономический;

- в). социально-экономический;
 - г). географический.
15. Что такое концепция печатного средства массовой информации?
- а). взаимосвязь между содержанием и формой;
 - б). взаимосвязь между формой и материалом;
 - в). взаимосвязь между композицией и содержанием;
 - г). взаимосвязь между композицией и моделью издания.
16. Из каких элементов состоит внешняя форма печатного СМИ?
- а). цвет;
 - б). шрифт;
 - в). иллюстрации;
 - г). линейки, рамки, маркеры;
 - д). декоративные элементы;
 - е). пробелы;
 - ж). расстояния между буквами.
17. Выберите элементы, которые не входят в состав композиционно-графической модели печатного СМИ:
- а). стиль;
 - б). композиция;
 - в). система шрифтов;
 - г). навигация;
 - д). колорит;
 - е). пробелы;
 - ж). интерактивность;
 - з). форма.
18. Объективными формообразующими факторами печатного СМИ являются:
- а). мода;
 - б). функциональность;
 - в). особенности целевой аудитории;
 - г). удобочитаемость;
 - д). запоминаемость;
 - е). традиции;
 - ж). конъюнктура рынка;
 - з). политическая принадлежность.
19. Субъективными формообразующими факторами печатного СМИ не являются:
- а). эстетический;
 - б). культурный;
 - в). социальный;
 - г). творческий;
 - д). национальный.
20. Каковы основные характеристики и цель существования схемы верстки печатного СМИ?
- а). определенная компоновка материалов;
 - б). определенные закономерности взаимодействия цвета и шрифта;
 - в). существует для повышения узнаваемости издания;
 - г). выполняет роль шаблона для всех номеров издания
21. Выберите позицию, которая не характеризует ступени формообразования печатного СМИ:
- а). размерная;
 - б). оформительская;
 - в). графическая;
 - г). полиграфическая.

22. Какая составляющая не является обязательной для построения композиции печатного СМИ?

- а). информативность;
- б). выразительность;
- в). целостность;
- г). наличие смыслового центра.

23. Какие задачи должны выполнять основные элементы композиции печатного СМИ?

- а). формировать общественное мнение;
- б). привлекать внимание целевой аудитории;
- в). создавать приятное впечатление от прочтения полос издания;
- г). воздействовать постоянно на целевую аудиторию с помощью одних стилевых приемов;

- д). способствовать удобочитаемости материалов номера;
- е). акцентировать основную мысль композиции;
- ж). вести читателя по рубрикам номера.

24. Выберите основные композиционные средства печатных СМИ?

- а). диагональ;
- б). асимметрия;
- в). нюанс;
- г). выступающие и заступающие цвета;
- д). симметрия;
- е). равновесие;
- ж). пересечение направляющих;
- з). смысловой центр.

25. Выберите основные характеристики симметрии в построении композиции печатных СМИ.

- а). системность;
- б). строгость;
- в). структурность;
- г). логичность;
- д). стабильность;
- е). динамизм;
- ж). тождественность;
- з). пропорциональность.

26. Выберите основные характеристики асимметрии в композиции печатных СМИ.

- а). отсутствие системности;
- б). динамизм;
- в). выразительность;
- г). баланс;
- д). контрастность.

27. Приведите в соответствие направление линий и их значения в композиции печатных СМИ:

- вертикальная линия – создает движение глаз;
- горизонтальная линия – придает драматические нотки;
- диагональная линия – подчеркивает неопределенность;
- изогнутая линия – создает иллюзию динамики;
- направляющая линия – изображает грацию;
- диагональная, кривая линия – выражает спокойствие.

28. Форма может быть:

- а). геометрической;
- б). симметричной;

- в). природной;
- г). абстрактной;
- д). асимметричной;
- е). контрастной;
- ж). округлой;
- з). угловатой.

29. Данная фигура допускает симметричное и асимметричное расположение элементов композиции, активные точки лежат на центральной оси и горизонтали, пересекающей ее в оптическом центре. Какой фигуре соответствует данная характеристика?

- а). квадрат;
- б). круг;
- в). овал;
- г). прямоугольник;
- д). треугольник
- е). полукруг;
- ж). многоугольник;
- з). трапеция.

30. Какую фигуру используют, чтобы акцентировать симметричность композиции?

- а). квадрат;
- б). круг;
- в). овал;
- г). прямоугольник;
- д). треугольник;
- е). полукруг.

31. Особенностью какой фигуры является способность сосредотачивать внимание на центре?

- а). квадрат;
- б). круг;
- в). овал;
- г). прямоугольник;
- д). треугольник;
- е). полукруг.

32. Что нужно сделать с полукругом, чтобы композиция, в которой он используется, стала динамичной?

- а). поставить его на округлую часть;
- б). разместить его на одном из боков;
- в). поместить его под наклоном к поверхности;
- г). установить его на стороне, образованной с помощью линии.

33. Какая из фигур используется для построения композиции печатных СМИ редко?

- а). квадрат;
- б). круг;
- в). овал;
- г). прямоугольник;
- д). треугольник;
- е). полукруг.

34. в какой части полосы лучше располагать смысловой центр композиции полосы?

- а). в левой;
- б). сверху;
- в). в правой;
- г). снизу.

35. Какие варианты ритма используются в композиции печатной полосы?
- чередование текстовых и графических блоков с пробелами;
 - чередование больших и меньших пробелов;
 - цветовые чередования;
 - шрифтовые чередования.
36. Какая составляющая композиции печатного СМИ является примером использования метра?
- линейки;
 - шапка;
 - колонки;
 - рубрики.
37. Какими средствами достигается динамика композиции печатной полосы?
- асимметрия;
 - симметрия;
 - свободное пространство;
 - диагонали.
38. Каковы пропорциональные соотношения, регламентирующие композицию печатной полосы?
- 21:34;
 - 21:53;
 - 34:21;
 - 53:21.
39. Что из ниже перечисленного не является инструментом контраста в композиции печатной полосы?
- размер,
 - цвет,
 - шрифт,
 - форма,
 - светлота/насыщенность,
 - динамика,
 - тон.
40. Выберите основной вид внесения нюанса в композицию печатной полосы:
- выравнивание,
 - гармония,
 - светлота/насыщенность,
 - размер.
41. Каким должно быть количество основных элементов на полосе?
- не больше 8;
 - не меньше 5;
 - четным,
 - нечетным.
42. Что такое домедийная подготовка?
- художественно-техническая подготовка основных, вспомогательных и добавочно-вспомогательных материалов;
 - оцифровка изображений и текстовых документов, подготавливающая их к выводу на информационный носитель
 - полиграфическая подготовка материалов;
 - особенности набора и верстки, вид и процент иллюстраций, требования к качеству воспроизведения и оформления.
43. Компьютерная обработка иллюстраций не включает в себя:
- кадрирование;
 - копирование;

- в). устранение дефектов;
 - г). цветокоррекцию.
44. Недостатком векторной графики является:
- а). особенности использования;
 - б). особенности масштабирования;
 - в). работа с нефотографическими изображениями;
 - г). работа с цветом.
45. К недостаткам растровой графики не относится:
- а). сложность обработки;
 - б). реалистичное качество изображения;
 - в). зависимость размера от качества;
 - г). работа с цветом.
46. Инфографика – это:
- а). разновидность иллюстраций;
 - б). жанровая разновидность текстового и иллюстративного материала;
 - в). визуальное представление некой социально-политической темы;
 - г). графический способ передачи текстового материала.
47. Изобразительный материал делится на :
- а). обязательный;
 - б). иллюстративный;
 - в). документальный;
 - г). абстрактный.
48. Что такое необязательный изобразительный материал?
- а). имеет привязку к определенным полосам печатного СМИ;
 - б). располагается на любой полосе.
49. Каким принципам иллюстрирования не должны соответствовать иллюстрации в печатных СМИ?
- а). ориентация на определенную целевую аудиторию;
 - б). избирательность изобразительного материала;
 - в). выразительность иллюстраций;
 - г). стилевое соответствие содержанию конкретного текста.
50. Какого вида фотоиллюстраций не существует:
- а). фотонатюрморт;
 - б). фотообвинение;
 - в). фотопанорама;
 - г). фотомонтаж.
51. К непублицистическим жанрам фотожурналистики относятся:
- а). фоторубрика;
 - б). фотоколлаж;
 - в). фотоанонс;
 - г). фоторезюме.
52. К нефотографическим жанрам фотожурналистики относят:
- а). инфографику;
 - б). зарисовки;
 - в). коллажи;
 - г). фотофельетон.
53. Размерные стереотипы регламентируют:
- а). форму издания;
 - б). формат издания;
 - в). форматы набора;
 - г). количество колонок.
54. Авторский лист в России равен:

- а). 20 000 знаков;
- б). 30 000 знаков;
- в). 40 000 знаков;
- г). 50 000 знаков.

55. Какие форматы используются при создании газет?

- а). А 1;
- б). А 2;
- в). А 3;
- г). А 4;
- д). А 5.

56. Наиболее часто используемые форматы иллюстрированного журнала:

- а). 70x108/8;
- б). 60x90/16;
- в). 84x108/16;
- г). 60x90/8;
- д). 315x470.

57. Выберите все элементы, которые должны присутствовать на титульной части полосы:

- а). рубрикатор;
- б). периодичность;
- в). количество страниц номера;
- г). тип издания;
- д). рекомендуемая цена;
- е). жанровая специфика номера;
- ж). дата выхода;
- з). адрес;
- и). нумерация номера.

58. Что входит в мастхэд?

- а). логотип;
- б). учредитель;
- в). название издания;
- г). инициалы главного редактора.

59. Сопоставьте формат и оптимальное количество колонок:

- а). А 1 – 8 колонок;
- б). А 2 – 10 колонок;
- в). А 3 – 9 колонок;
- г). А 4 – 5 колонок;
- д). А 5 – 3 колонки;
- е). А 0 – 12 колонок.

60. Поставьте по мере возрастания величины поля:

- а). верхнее поле,
- б). нижнее поле,
- в). боковое наружное,
- г). корешковое поле.

61. Выберите три функции воздействия графических средств:

- а). акцентирующая,
- б). функциональная,
- в). стилевая,
- г). разделительная,
- д). связующая,
- е). оформительская.

62. К графическим элементам относятся:

- а). пространство,
- б). линейки,
- в). шапка,
- г). украшения,
- д). колонтитул,
- е). колонцифра,
- ж). буква,
- з). подложка.

63. Минимальный размер пробела в газетах:

- а). 4 пункта,
- б). 6 пунктов,
- в). 8 пунктов,
- г). 10 пунктов.

64. В чем состоит основное требование набора к интервалам?

а). пробелы внутри строки и в смежных строках не должны превышать 120 % размера буквы;

б). пробелы между строками должны быть не более 150% размера буквы;

в). пробелы между строками не зависят от размера буквы и составляют минимум 3 пункта;

г). пробелы внутри строки и в смежных строках не должны образовывать разрывы в тексте.

65. Что из перечисленного является отбивкой?

а). интервалы между титулом и остальной частью полосы;

б). интервалы между колонками;

в). интервалы между материалом и авторской подписью;

г). интервалы между заголовочным комплексом и основным текстом статьи.

д). интервалы между колонтитулом и заголовочным комплексом.

66. Что такое спуск?

а). отступ от верха полноформатной полосы;

б). отступ от заголовочного комплекса;

в). отступ между большими материалами полосы;

г). отступ от иллюстрации.

67. Соотнесите размеры отбивки между разными элементами оформления статьи:

шапки и заголовки от колонтитула – 8-12 пунктов;

заголовки от предшествующего текста – 4-8 пунктов;

заголовки от последующего текста – 2-4 пункта;

текст статей в рамках от самих рамок – 4-6 пунктов;

рамку от смежного текста – 10-12 пунктов;

68. Укажите оптимальную величину межколонников:

а). 3,

б). 5,

в). 6,

г). 4.

69. Какого вида линеек не существует?

а). ассюре,

б). тонкая,

в). изогнутая,

г). шатированная.

70. Линейки применяются в целях:

а). создания рамки для блока,

б). отделения статей друг от друга,

в). создания графиков,

г). отделения текстового материала от иллюстративного.

71. Стандартный размер буквицы:

а). 1-2 строки,

б). 3-5 строк,

в). 2-3 строки,

г). 2-4 строки.

72. Укажите характеристику, которая не соответствует назначению подложки или условиям ее благоприятного размещения:

а). это мощное выделительное средство при хорошей полиграфии;

б). шрифт на подложке лучше использовать крупным кеглем и полужирным начертанием;

в). облегчает навигацию по номеру;

г). лучше использовать подложки прямоугольной формы, что способствует восприятию текста.

73. Чаще всего в оформлении полосы используют выворотку для:

а). подписи под иллюстрациями,

б). спецрепортажей,

в). заголовков,

г). логотипа.

74. Типографские шрифты условно делятся на:

а). декоративные,

б). акцидентные,

в). текстовые,

г). деловые,

д). титульные,

е). заголовочные.

75. Выберите основные требования к шрифтам в печатных СМИ:

а). запоминаемость,

б). удобочитаемость,

в). технологичность,

г). экономичность,

д). лаконичность.

76. Какие из перечисленных групп шрифтов являются функциональными для печатных СМИ?

а). рекламная группа,

б). шрифты для спецрепортажей,

в). мелкий шрифт основного набора,

г). вспомогательные,

д). заголовочные,

е). выделительные,

ж). титульные.

77. Какие составляющие входят в графическую модель печатного СМИ?

а). шрифтовая система,

б). цветовая система,

в). подача изображений,

г). конструкция номера,

д). структура заголовочных комплексов,

е). вспомогательные изобразительные средства,

ж). конструкция каждой полосы.

78. Выберите основные правила оформления и верстки передовой статьи:

а). помещается в левой верхней части первой полосы, набирается на наибольший формат, заверстывается на одну или несколько колонок, отбивается линейкой или заключается в рамку;

б). помещается в центре верхней части первой полосы, заверстывается на две-три колонки, акцентируется с помощью линеек или воздуха;

в). помещается в правой верхней части полосы, заверстывается на средний формат, на три колонки, отбивается рамкой;

г). помещается в центре первой полосы, отбивается воздухом, акцентируется рамкой, набирается на большой формат;

д). помещается на развороте с акцентом на правую полосу, отбивается от колонтитула воздухом, акцентируется с помощью пробелом и маркеров, набирается обычным шрифтом.

79. Соотнесите термины и их определения:

окно – крупный материал, размещенный вверху полосы и заверстаный на всю ширину полосы или на несколько колонок, отбивают от последующего текста жирными линейками или заключают в рамку;

фонарь – статья, размещенная в нескольких, а чаще всего во всех колонках внизу полосы, отделяют от предыдущего текста линейкой; заголовок располагают чаще всего над первыми двумя – тремя колонками, высота должна быть равна высоте полосы;

подвал – статья или иллюстрация, заверстаные в одном из углов полосы, за исключением правого верхнего, отделяют от другого материала линейками;

стояк – материал, которым заполняют пустое место под статьей, тематически с ним не связанной.

уголок – статья или изображение, прямоугольно заверстаные в верхнем правом углу полосы, отбивают от текста снизу и сбоку жирными линейками;

чердак – статья (или изображение), заверстаные в центре или внизу полосы на две-три колонки, при этом высота должна быть больше ширины, отделяют от другого материала жирными или фигурными линейками;

подверстка – статья, заверстанная на две-три колонки по всей высоте полосы.

80. Художественно-техническое редактирование выполняет функции:

а). функция комментирования,

б). функция коммуникации,

в). функция визуализации,

г). функция социализации,

д). функция релаксации,

е). функция эстетическая,

ж). функция экономическая.

81. В задачи художественно-технического редактирования входит:

а). раскрытие материала,

б). соответствие интересам целевой аудитории,

в). обеспечить удобочитаемость,

г). направлять внимание читателя,

д). формировать шрифтовый комплекс издания.

82. Выберите типовые элементы макета:

а). рекламные модули,

б). колонтитул и заголовочный комплекс,

в). иллюстрации,

г). рубрики,

д). служебные сведения, адрес, «шапка».

83. Выберите основные виды макетов для верстки печатных изданий:

а). обычный макет,

б). макет-эталон,

- в). макет-стандарт,
- г). структурный макет,
- д). блочный макет,
- е). шаблонный макет,
- ж). блочная схема.

84. Выберите принципы размещения элементов полосы:

- а). подчиненность содержанию,
- б). тематическое соответствие,
- в). направленность,
- г). пропорциональность,
- д). симметричность,
- е). контрастность,
- ж). нюансность,
- з). единство стиля,
- и). экономность и сдержанность,
- к). группировка.

85. Вертикальные линии модульной сетки выполняют функции:

- а). контролируют внутренние и внешние поля;
- б). контролируют расстояния между колонками, размер средника;
- в). определяют расстояния между колонками;
- г). выделяют колонки набора;
- д). определяют верхние и нижние поля;
- е). определяют расположение текстового и изобразительного материала.

86. Горизонтальные линии модульной сетки выполняют функции:

- а). определяют внутренние и внешние поля;
- б). определяют верхние и нижние поля;
- в). определяют высоту колонок;
- г). определяют расположение текстового и изобразительного материала;
- д). выделяют колонки набора;
- е). контролируют расстояния между колонками, размер средника;

87. Выберите приемы верстки, которые учитываются при создании макета:

- а). традиционный,
- б). плано-композиционный,
- в). композиционно ориентированный,
- г). центральный,
- д). гвоздевой,
- е). функциональный.

88. Выберите существующие способы размещения материалов на полосе:

- а). «снежинка»,
- б). «колонны»,
- в). «матрешка»,
- г). «домик»,
- д). «елочка»,
- е). «чердак»,
- ж). «ромашка»,
- з). «гвоздь».

89. Что такое оригинал-макет?

- а). подготовленный материал для печати в типографии;
- б). текстовый и иллюстративный материал, составленный в соответствии с содержанием в заранее выбранный тип модульной сетки;

в). подготовленный к печати материал издания, который соответствует планово-композиционной модели печатного средства массовой информации, прошедший корректурную и редакторскую подготовку;

г). текстовый и иллюстрационный материал, прошедший допечатную подготовку, предназначенный для воспроизведения полиграфическими средствами, каждая страница которого полностью совпадает с соответствующей страницей будущего издания.

90. Соотнесите параметры верстки с их типами:

по конфигурации материала – постоянная и переменная;

по ширине колонок материала – прямая и ломаная;

по отношению к осям симметрии – ярусная, горизонтальная с вертикальными пересечениями, вертикальная;

по соотношению ширины и высоты – симметричная и асимметричная.

91. Выберите основные правила верстки:

а). не стоит допускать разрывов;

б). использовать диагонали размещения материалов на развороте;

в). учитывать композиционное соответствие текста и графики;

г). статьи не должны резаться и создавать кресты;

д). соблюдать пропорциональность при размещении изобразительного материала;

е). указывать авторство каждого материала;

ж). учитывать кратность горизонтальных размеров иллюстраций ширине полосы их размещения;

з). использовать цветовые контрасты.

92. Выберите основные функции обложки печатного средства массовой информации:

а). привлечение внимания;

б). создание единого стиля издания;

в). формирование образа издания;

г). анонсирование печатных материалов номера.

93. Оформление первой полосы может быть двух видов:

а). шаблонным,

б). традиционным,

в). афишным,

г). блочным.

94. Внутренние полосы номера в зависимости от типа информации бывают:

а). полосы телепрограммы,

б). политические полосы,

в). информационные,

г). содержательные,

д). рекламные,

е). развлекательные,

ж). редакционные.

95. Выберите основные характеристики и составляющие колонтитула колонтитула:

а). неменяющиеся данные на протяжении всего номера;

б). размещение различных данных в зависимости от содержания страницы;

в). размещение разных данных на левой и правой полосах;

г). размещение логотипа и названия газеты;

д). наличие колонлинейки;

е). размещение графического элемента, соответствующего теме полосы;

ж). порядковый номер выпуска;

з). дата выпуска.

96. Рубрики могут быть:

а). постоянные,

- б). переходные,
- в). пульсирующие,
- г). стандартные,
- д). одноразовые,
- е). редакционные.

97. Выберите характеристики тематической страницы:

- а). занимает разворот,
- б). занимает полосу,
- в). равна рубрике,
- г). включает одну большую статью,
- д). включается несколько статей, объединенных общей тематикой,
- е). верстается симметрично,
- ж). верстается асимметрично.

98. Каковы основные варианты оформления первой полосы журнала?

- а). традиционный,
- б). афиша,
- в). плакат,
- г). динамичный.

99. Выберите основные отличия дизайна журнала от газеты:

- а). качество полиграфии,
- б). многоколоночная верстка,
- в). наличие свободного пространства,
- г). фоновые подложки,
- д). врезка,
- е). полосы содержания,
- ж). традиционное оформление обложки,
- з). оформление рекламных объявлений.

100. Выберите задачи рекламы в печатных СМИ:

- а). привлечь внимание ярким запоминающимся образом;
- б). сформировать целевую аудиторию товара или услуги;
- в). побудить к приобретению;
- г). поддержать имидж товара, услуги или компании;
- д). вызвать и поддержать интерес представителя целевой аудитории к рекламируемому товару или услуге;
- е). увеличить объем продаж компании.

101. В зависимости от поставленных задач реклама в печатных СМИ бывает:

- а). стимулирующей,
- б). имиджевой,
- в). сопоставительной,
- г). опровергающей,
- д). прививочной,
- е). локальной.

102. Выберите виды прямой рекламы в печатных СМИ:

- а). отрывная,
- б). купонная,
- в). модульная,
- г). информирующая,
- д). строчная,
- е). редакционная.

103. Реклама усложненных форм в печатных СМИ бывает:

- а). имиджевой,
- б). скрытой,

- в). многостраничной,
- г). многоколоночной,
- д). косвенной,
- е). информационной.

104. Основные принципы построения гармоничной композиции рекламных объявлений в печатных СМИ:

- а). доминанта,
- б). динамизм,
- в). группировка,
- г). целесообразность,
- д). равновесие,
- е). гармония.

105. Выберите методы подачи информации в рекламных сообщениях в печатных СМИ:

- а). дедуктивный,
- б). сравнительный,
- в). сопоставительный,
- г). индуктивный.

106. Заголовки в рекламных объявлениях печатных СМИ бывают:

- а). прямые,
- б). косвенные,
- в). побудительные,
- г). повествовательные,
- д). вопросительные,
- е). интригующие.

14. Образовательные технологии

Чтение лекций осуществляется с использованием компьютерных презентаций. В ходе занятий используется мультимедийное оборудование (компьютер, интерактивная доска и проектор). Практические занятия осуществляются в учебном компьютерном классе МФПИТ на персональной вычислительной технике.

В процессе обучения широко используются такие интерактивные и активные формы занятий, как компьютерные и ситуативные симуляции, ролевые игры, разбор реально существующих печатных СМИ регионального и федерального масштаба. Предусмотрены мастер-классы с практикующими специалистами-дизайнерами.

Методы интерактивной образовательной деятельности:

Работа в команде – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на разработку технического задания.

Проблемное обучение – стимулирование студентов к получению знаний, необходимых для решения конкретной проблемы, возникающей в процессе разработки.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 20%.

15. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Основная литература:

1. Васильева, Э.В. Цветоведение и колористика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Э.В. Васильева. – Электрон. текстовые данные. – Омск: Омский государственный институт сервиса, 2012. – 180 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18266>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Зинюк, О.В. Компьютерные технологии. Часть 1. Обработка растровых изображений [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.В. Зинюк – Электрон. текстовые данные. – М.: Московский гуманитарный университет, 2011. – 80 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8608>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Розенсон, И. А. Основы теории дизайна: учеб. / И. А. Розенсон. – СПб. [и др.]: Питер, 2010. – 219 с. – ISBN978-5-469-01143-9. Б.ц. Всего 50 экземпляров.

Дополнительная литература:

4. Бореев, Ю.Б. Художественная культура XX века (теоретическая история) [Электронный ресурс]: учебник / Ю.Б. Бореев. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 495 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15496>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
5. Гонсалес, Р. Цифровая обработка изображений [Электронный ресурс] / Р. Гонсалес, Р. Вудс. – Электрон. текстовые данные. – М.: Техносфера, 2012. – 1104 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26905>. ЭБС «IPRbooks», по паролю
6. Григорьева, И.В. Компьютерная графика [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.В. Григорьева. – Электрон. текстовые данные. – М.: Прометей, 2012. – 298 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18579>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
7. Дэбнер, Д. Школа графического дизайна: принципы и практика графического дизайна / Д. Дэбнер; пер. с англ. В.Е. Бельченко. – М.: РИПОЛ Классик, 2009. – 192 с. – ISBN 978-5-386-01169-7. Б. ц. Всего 8 экз.
8. Елина, Е.А. Семиотика рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.А. Елина. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. – 137 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1120>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
9. Зинюк, О.В. Компьютерные технологии. Часть 2. Обработка векторных изображений [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.В. Зинюк. – Электрон. текстовые данные. – М.: Московский гуманитарный университет, 2011. – 96 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8609>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
10. Зинюк, О.В. Современный дизайн. Методы исследования [Электронный ресурс]: монография / О.В. Зинюк. – Электрон. текстовые данные. – М.: Московский гуманитарный университет, 2011. – 128 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8444>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
11. Основы шрифтовой графики [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие. – Электрон. текстовые данные.– Комсомольск-на-Амуре: Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, 2011. – 104 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22278>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
12. Сальникова, Е.В. Феномен визуального. От древних истоков к началу XXI века [Электронный ресурс] / Е.В. Сальникова. – Электрон. текстовые данные. – М.: Прогресс-Традиция, 2012. – 576 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21530>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
13. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: Учеб. пособие для вузов / А.А. Тертычный. – М.: ЗАО «Аспект-Пресс», 2014. – 350 с. – ISBN 978-5-7567-0729-8. Б. ц.: Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707298.html>

Периодические издания:

14. Дизайн. Искусство. Промышленность. / Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=51244>
15. Дизайн-ревью. / Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=31925>
16. Дизайн. Теория и практика. / Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=30797>

Интернет-ресурсы:

17. abduzeedo.com – сайт о графическом дизайне.
18. davidairey.com – сайт дизайнера Дэвида Эрея.
19. behance.net – сайт, собравший портфолио художников, дизайнеров и людей искусства со всего мира
20. designiskinky.net – австралийский сайт о дизайне.
21. bittbox.com – сайт, посвященный всем дизайнерским нуждам.
22. youthedesigner.com – сайт полон разнообразных статей о графическом дизайне.
23. designyoutrust.com – ежедневный дизайнерский журнал, публикующий статьи о новых направлениях в дизайне, новости и события, дизайнерские портфолио и выборочные, тщательно отсортированные дизайнерские проекты со всего мира.

16. Материально-техническое обеспечение

Для чтения лекций используются аудитория, оснащенная компьютером с выходом в Интернет системные требования: Intel Core 2 Quad Q9400 2.66Ghz/4Gb/300Gb/2Gb Nvidia GeForce 9600 GT, проектор Acer P5280 – для демонстрации учебно-методического материала. Программное обеспечение: MS Office 2007.

Для проведения практических занятий используются аудитория, оснащенная компьютером с выходом в Интернет системные требования: Intel Core 2 Quad Q9400 2.66Ghz/4Gb/300Gb/2Gb Nvidia GeForce 9600 GT – для демонстрации учебно-методического материала. Программное обеспечение: Windows 7, Adobe Master Collection CS6, Corel Draw X4, MS Office 2007, Антивирус Kaspersky Endpoint 8.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечным системам, а также доступ к информационно-образовательной среде СГТУ.