**КОНСПЕКТ ЗАНЯТИЯ**

**Тема: Многообразие форм графического дизайна**

**Цель**: сформировать представление о многообразии видов графического дизайна.

**Задачи**: ***обучающие***: учить соединению текста и изображения, творчески используя элементы, составляющие композицию этикетки; выбирать и использовать различные способы компоновки элементов в композицию;

***Развивающие:*** развивать представление об окружающем мире, о современной полиграфии, её видах, умения по созданию композиции объекта графического дизайна, используя гармоничное соединение графических, текстовых элементов и цветовых пятен; развивать индивидуальные творческие способности учащихся,

***Воспитательные***: формировать устойчивый интерес к творческой деятельности, эстетический вкус, усидчивость, аккуратность.

**Средства обучения**

*для педагога:* компьютер, мультимедийная презентация «Многообразие форм графического дизайна», примеры выполнения практического задания из методического фонда, [ArtBook21/22](http://ddtna9line.ru/wp-content/uploads/2021/11/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5-%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8B-%D0%BA-%D0%94%D0%9E%D0%9E%D0%9F.pdf);

*для учащихся:*  компьютер, графический планшет.

**ХОД ЗАНЯТИЯ**

1. **Организационный момент.**Педагог приветствует детей, отмечает отсутствующих.
2. **Актуализация чувственного опыта и опорных знаний учащихся.**

- Посмотрите, у меня на столе чего только нет! Журналы, газеты, календари, фантики от конфет, красочные коробочки и пакеты, марки, деньги.

Я не просто так разложила здесь эти предметы! Надеюсь, что они подскажут вам тему нашего занятия. Кто догадался?

- Полиграфическая продукция..

1. **Знакомство с новым материалом**

Полиграфическая продукция занимает важное место в нашем обиходе, работе и жизнедеятельности в целом. Не всем, пожалуй, известно, что дизайн полиграфии имеет глубокие исторические корни.

Можно утверждать, что дизайн возник одновременно с появлением первых печатных изданий, а также развитием печатных технологий.

Однако также стоит отметить, что современный полиграфический дизайн имеет общие черты не только с книгопечатанием, но еще и с живописью, скульптурой, а также другими видами классического искусства, история которых на сегодняшний день насчитывает не одно столетие. Полиграфия началась с книгопечатания. Книгопечатание, то есть размножение текстов и иллюстраций путем прижимания бумаги или другого материала к покрытой краской печатной форме, пришло на смену медленному и трудоемкому процессу переписывания книг от руки.

**Книга —**один из видов печатной продукции: непериодическое издание, состоящее из сброшюрованных или отдельных бумажных листов (страниц) или тетрадей, на которых нанесена типографским или рукописным способом текстовая и графическая (иллюстрации) информация, имеющее, как правило, твёрдый переплёт.

**Журнал,** происходит от фр. Journal, - печатное периодическое издание, в виде блока скрепленных в корешке листов печатного материала установленного формата в обложке или переплете, которое выходит через определенные промежутки времени, под постоянным названием и создано как способ, форма и средство социально-культурного взаимодействия журналистской и читательской среды, является одним из основных СМИ, влияет на общественное мнение, формируя его в соответствии с интересами определенных идеологических групп. **Детский журнал** – печатное периодическое издание, родительской и детской среды.

**Газе́та** — листовое печатное издание в виде одного или нескольких листов печатного материала установленного формата, периодически выходящее под постоянным названием и не реже одного раза в месяц, издательски приспособленное к специфике данного периодического издания.

**Букле́т**(англ. booklet — «книжечка») — издание в виде одного листа печатного материала, сфальцованного любым способом в два или более сгибов. Традиционно буклеты изготавливаются на бумаге из листа формата А4 или меньше (рекламные издания, печатаемые форматом А4 и больше, называются проспектами). **Листовкой** считается печатная продукция с одним сгибом, либо вовсе без них. Под **брошюрой** понимается непериодическое текстовое книжное издание от 4, до 48 страниц, состоящее из двух основных элементов: блока и бумажной обложки, и скрепленных между собой при помощи шитья, скрепкой, ниткой или верёвкой.

**Календарь** - периодическое справочное издание с последовательным перечнем дней, недель, месяцев данного года, обозначением праздников, а также другими сведениями различного характера. Календари являются самостоятельными произведениями полиграфии, так как в них размещаются образцы фотоискусства, живописи, графики.

**Откры́тка** (первоначально откры́тое письмо́) — особый вид почтовой карточки для открытого письма (без конверта). Почтовые открытки характеризуются гармоничным сочетанием трех значимых, смысловых элементов: заголовка (поздравление, пожелание…), картинки или цветочная композиция, притягивающая внимание и общего цветового решения.

**Плака́т** - объявление, афиша, предназначенная для приклеивания, или постер - разновидность прикладной печатной графики, шрифтовое или художественно-иллюстративное крупноформатное печатное издание, содержащее в наглядно-компактном виде информацию рекламного, агитационного, учебного и другого характера. Лист плаката содержит броское изображение и броский заголовок или призыв.

**Почтовая марка** — специальный знак почтовой оплаты, представляет собой листок бумаги небольшого размера, преимущественно прямоугольной формы, как правило, с зубцовкой и клеем, нанесённым на оборотную сторону. Помимо номинала, на марках может указываться наименование почтовой администрации, их выпустившей, изображаться различные символы, декоративные элементы и рисунки.

**Денежные знаки** - символические деньги (англ. token money) — знаки стоимости,представители действительных денег; форма наличных денег, стоимость физического носителя которых существенно ниже обозначенной на нём номинальной (нарицательной) стоимости. Прежде всего это неполноценные монеты и банкноты, в которых выпускаются большинство современных валют.

**Упаковка** — предметы, материалы, использующиеся для обеспечения сохранности товаров во время хранения и использования (тара). Оформление упаковки является одним из необходимых условий успешной продажи почти любой продукции, поэтому упаковка большинстве случаев является одним из носителей рекламы товара. Обязательно несёт на себе информацию о содержимом и способе использования.

**Этикетка** (от фр. etiquette; также ярлык) — графический или текстовый знак, нанесённый в виде наклейки, бирки или талона на товар, с указанием торговой марки производителя, названия, даты производства, срока годности и так далее.

**Этикетка** не просто привлекает внимание к продукту, она выделяет его среди конкурентов, убеждает покупателя приобрести именно этот товар, сообщает о главных преимуществах товара.

Сегодня создание этикеток – это целая индустрия, а сама этикетка – это произведение искусства. Дизайн этикетки – это гармоничное соединение маркетингового расчета и творческой задумки дизайнера.

**Этикетка** – это составная, и чаще всего центральная часть общей композиции дизайна продукта. Главная цель разработки дизайна этикеток – создание гармоничной композиции, для чего применяются самые неординарные решения: нестандартные способы создания изображений, сочетание различных материалов, оригинальная форма упаковки и др.

Дизайн этикеток должен отражать общий фирменный стиль компании или бренда при помощи созданных художественных образов, кроме того он должен подчеркивать основные преимущества продукта и соответствовать его функциональному назначению.

***Чтобы создать привлекательный и запоминающийся образ продукции необходимо определить следующее:***

- целевую аудиторию товара,

- размер и форму товара,

- способ создания, оформления и печати,

- выбрать материалы для изготовления,

- подобрать графические и текстовые элементы,

- создать единый художественный образ товара,

это, прежде всего творческий процесс, полет фантазии дизайнера, и поэтому практически невозможно сформировать строгий набор правил по созданию этикеток. Однако необходимо учесть:

***Цвет***. При выборе цветовой гаммы должны быть учтены такие факторы как цветовые решения конкурентных торговых марок, вид и функции товара, цвет самой упаковки – этикетка должна выделяться на ее фоне и в тоже время гармонировать с ней.

***Графика***. Подбор качественных изображений, выступающих в качестве центрального элемента, а также дополнительных графических элементов, позволяющих создать убедительный художественный образ.

***Текст.*** Читабельность текста, простота и понятность формулировки фраз на этикетке – очень важны при разработке. Текст способен привлечь внимание покупателя лишь на 2-3 секунды, и если он непонятен или неприятен для восприятия, то это лишь оттолкнет потенциального покупателя. Из текстовых элементов обязательно должно присутствовать название продукта, а также несколько фраз описывающих его свойства.

***Шрифт***. Лучше всего применять распространенные и всем известные шрифты, они хорошо узнаваемы, легкие для восприятия, читабельные. Кроме того, стиль шрифта должен соответствовать продукту и его функциональному предназначению. На этикетке может быть использовано не более 3-х различных по стилю шрифтов.

***Материал.*** Прежде чем начать работу над этикеткой необходимо выбрать перечень материалов, из которых она затем будет изготовлена – прозрачная бумага, белая или кремовая; фактура и текстуры, применяемые на ее поверхности и т.д.

***Форма***. Нестандартная, но удачная и грамотно продуманная форма этикетки гарантирует дополнительную порцию внимания к ней. Используя необычную форму, рекомендуют применять светлый или белый фон.

***Общий стиль***. Когда одна торговая марка предлагает различные виды продукции, например, различные виды соков – яблочный, апельсиновый, вишневый и т.д. важно сохранить узнаваемую этикетку для каждого типа продукции.

***Контакты производителя***. Современная этикетка должна содержать контактную информацию о компании-производителе, чтобы желающие могли легко с ней связаться, это повышает престиж торговой марки и способствует росту доверия потребителей к бренду.

Увлекательная история о вашем бренде на этикетке – это большой плюс. Люди любят интересные истории, а вы, таким образом, создадите прочную эмоциональную связь потребителя с брендом.

Представляя всю композицию этикетки в целом (расположение текста и декоративного элемента), нужно найти стилевое единство и художественное решение всех ее элементов. Макетирование осуществляется в эскизно-обобщенном виде, где прямоугольники обозначают цветовые пятна, а линии — текст. В этих эскизах важно достичь композиционного баланса масс, в процессе макетирования происходит поиск стиля.

При создании общей композиции должна быть выделена графическая доминанта (например, заглавие, фрагмент текста, набранный крупным шрифтом, или декоративный элемент), эти элементы должны располагаться не «как попало», а в определенном композиционном порядке. В любом виде графического дизайна важно найти характер и стиль композиционного соединения слова и изображения.

**ІV. Практическая работа**

**Задание:**

Создайте эскиз этикетки, например, сладкого товара (десерта, конфетки и т.п.), решив задачу композиционного и смыслового соединения изображения и текста. Изображение может быть в виде рисунка или абстрактного пятна. В соединении изображения и текста должен возникнуть образ, раскрывающий продукт. В эскизе реализуются все особенности композиции: гармония и баланс масс, ритм, разноплановость, ясно выраженная доминанта и т.д.

В качестве иллюстративного материала можно использовать Базовый модуль пособия [ArtBook21/22](http://ddtna9line.ru/wp-content/uploads/2021/11/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5-%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8B-%D0%BA-%D0%94%D0%9E%D0%9E%D0%9F.pdf)

Этапы выполнения задания:

1.Определитесь с товаром, этикетку которого будете разрабатывать.

2.Подберите составляющие композиционные элементы, расположите их в определенном формате.

3.Добавьте текстовой элемент, который должен быть кратким и легко читаемым, как бы вырастающим из фона.

4.Выполните в цвете.

**V. Подведение итогов занятия**

- Обучающиеся демонстрируют свои работы, сопровождая их небольшими высказываниями.

- Заключительные слова педагога.