

УДК 747(075.32)
ББК 85.128я723
КТК 855
С87

Струмпа А. Ю.

С87 Дизайн-проектирование (МДК 01.01) : учеб. пособие / А. Ю. Струмпа. — Ростов н/Д : Феникс, 2020. — 239 с. : ил. — (Среднее профессиональное образование).

ISBN 978-5-222-32682-4

Учебное пособие подготовлено в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 54.02.01 «Дизайн».

Пособие содержит материал для освоения обучающимися технологий графического дизайна в рамках обучения по соответствующей специальности среднего профессионального образования. Задания могут быть применены в рамках подготовки к демонстрационному экзамену по компетенции «Графический дизайн» по стандартам *WorldSkills* и к конкурсным испытаниям. В пособии представлены практические работы, связанные с заданиями модулей «Корпоративный дизайн», «Многостраничный дизайн», «Информационный дизайн» и «Дизайн упаковки».

УДК 747(075.32)
ББК 85.128я723

ISBN 978-5-222-32682-4

© Струмпа А. Ю., 2019
© ООО «Феникс»: оформление, 2019

ВВЕДЕНИЕ

Графический дизайнер работает с информацией, придавая ей выразительность и удобочитаемость средствами графики. При получении профессии графического дизайнера возможны различные направления развития специалиста. Среди них проектирование в области айдентики, дизайн многостраничных изданий, дизайн для Интернета, графический дизайн среды. Все эти направления используют основные инструменты в графическом дизайне — форму, цвет, шрифт, формат. Эти элементарные единицы создают все продукты графического дизайна.

Форма — это все воспринимаемые визуально объекты помимо пространства. Противоположностью формы является контрформа — это пустое пространство, образуемое формой или сочетанием форм. В своем взаимодействии форма и контрформа создают композицию с определенным ритмом и акцентами. Иными словами, форма — это информация, смысловое наполнение дизайн-продукта, а контрформа, или пространство, — «воздух», позволяющий комфортно считывать информацию. Взаимоотношения формы и пространства используются во всех направлениях изобразительного искусства — это существование фигуры на фоне, то есть взаимоотношения фигуры и ее окружения. При наличии контраста во взаимоотношении фигуры и фона фигура воспринимается зрительно.

Цвет — чрезвычайно важный инструмент коммуникации. Теорию цвета изучают различные области знаний: от физики до психологии. В дизайне применяются и физические свойства цвета, и его восприятие.

Шрифт одновременно является полноценным самостоятельным коммерческим продуктом шрифтового дизайнера и инструментом разработки для полиграфической и цифровой продукции.

Формат — производная формы. Это работа с пропорциями.

Задания продолжают друг друга, развивая навыки студента в логичной последовательности. Практические работы, предлагаемые для освоения теоретических знаний, направлены на подготовку к демонстрационному экзамену и участию в соревнованиях по стандартам *WorldSkills*.

ОСНОВЫ РАБОТЫ С ЦВЕТОМ

В основе технической работы с цветом лежит четкое понимание устройства основных цветовых моделей и их назначения. Экран является излучающим устройством и воспроизводит цветной свет, поэтому для изображений, которые будут просматриваться на экране, следует использовать цветовую модель *RGB*, состоящую из трех восьмибитных каналов — *Red*, *Green*, *Blue* (рис. 1). Эта цветовая модель располагает палитрой $2^{24} = 16\,777\,216$. Насыщенность каждого из цветов варьируется от 0 до 255. Сумма всех трех цветов дает белый цвет (рис. 2).

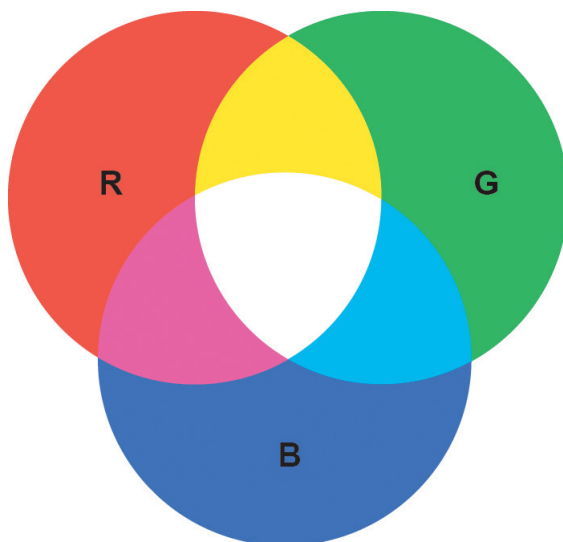


Рис. 1. Схема цветовой модели RGB

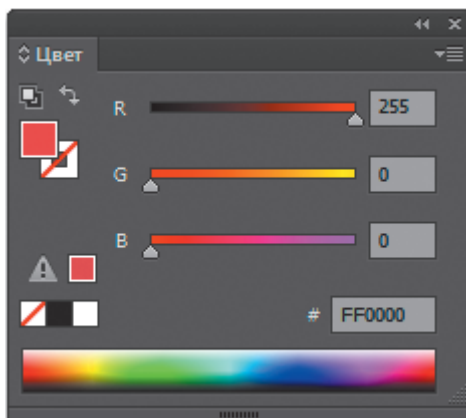


Рис. 2. Палитра Color Adobe Illustrator, режим RGB

Для печати необходимо перевести эти три канала в соответствующие пигменты. При выводе используется четыре цвета — *Cyan* (голубой), *Magenta* (пурпурный), *Yellow* (желтый), *Black/Key Color* (черный/ключевой цвет). Насыщенность каждого из пигментов варьируется от 0 до 100. В сумме $C+M+Y$ получается не чистый черный цвет. Для получения 100% черного цвета введен черный пигмент (рис. 3). Печать осуществляется с использованием цветоделения: цветоделенные изображения четырех основных цветов поочередно накладываются, образуя полноцветное изображение (рис. 4).

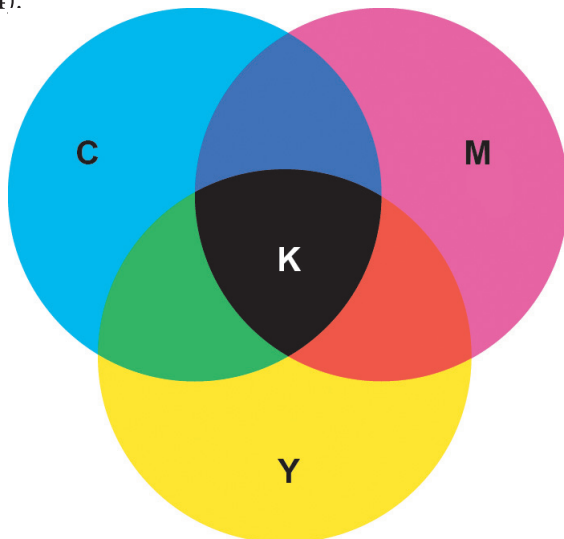


Рис. 3. Схема цветовой модели CMYK

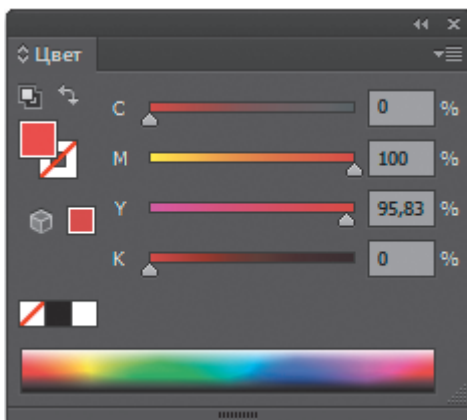


Рис. 4. Палитра Цвет (Color) Adobe Illustrator, режим CMYK

Плашечный цвет (*Spot Color*) — это цвет, смешанный из базовых цветов вне печатной машины. Каждому цвету соответствует номер в справочнике (чаще всего применяются каталоги фирмы *Pantone*). Плашечные цвета часто применяются в разработке упаковки и айдентике (рис. 5).

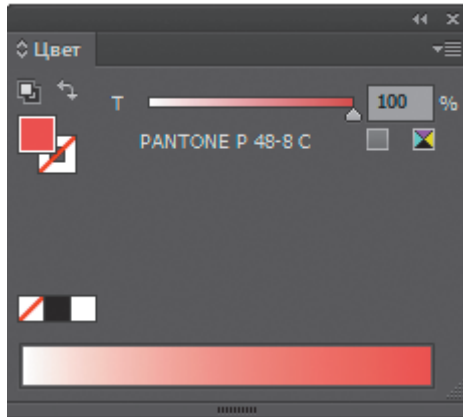


Рис. 5. Палитра Цвет (Color) Adobe Illustrator. Цвет Pantone

Цвета можно применять и сочетать интуитивно, полагаясь на собственный вкус и опыт. Но, чтобы коммуникация дизайн-продукта была более основательно разработана, рекомендуется применять базовые правила, полученные экспериментально и опробованные многими значимыми мастерами.

Цвет определяют следующие характеристики.

Оттенок — эта характеристика относится к идентификации цвета: синий, желтый, фиолетовый и т. д. Эта идентификация — результат нашего восприятия отраженной от поверхности световой волны определенной частоты.

Насыщенность — относительная яркость или тусклость цвета. Тусклые цвета называют ненасыщенными. Цвета, в которых практически отсутствует оттенок, например серый или очень тусклый коричневый, называются нейтральными [7].

Плотность — это внутреннее качество цвета, характеризующее степень его светлости или темноты. Например, плотность желтого цвета ниже плотности фиолетового.

Температура цвета — характеристика субъективная, основывающаяся на нашем опыте. «Теплота» или «прохладность» цвета определяется сложившимися ассоциациями и восприятием.

Иоханнес Иттен¹ разработал цветовой круг как инструмент для подбора цветов и генерации цветовых схем (рис. 6). Основные цвета — красный, синий и желтый — настолько различны по частоте, насколько способен воспринять глаз человека. Цвета второго порядка — оттенки, являющиеся их равномерным смешением. Дальнейшее смешивание приводит к образованию цветов третьего порядка (рис. 7).

Для грамотного применения цветовых сочетаний существуют правила цветовых гармоний. *Гармоничными* являются все пары дополнительных цветов, все сочетания трех цветов на 12-частном цветовом круге, которые связаны друг с другом через

¹ Швейцарский художник, теоретик нового искусства и педагог школы Баухауз. Здесь его работа «Искусство цвета» цитируется в определениях и комментариях.



Рис. 6. Схема 12-частного цветового круга Иоханнеса Иттена

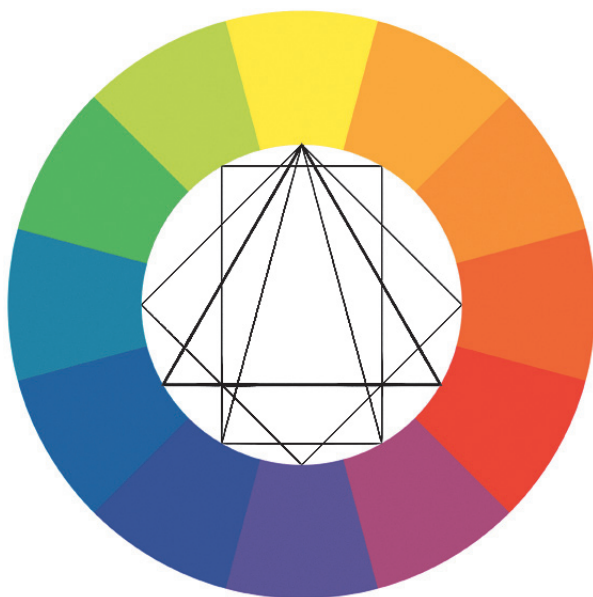


Рис. 7. Схема образования гармоничных цветовых сочетаний

равносторонние или равнобедренные треугольники, квадраты и прямоугольники. Экспериментально доказано, что два или более цветов являются гармоничными, если их смесь представляет собой нейтральный серый цвет [7]. Речь идет о смешении красочных пигментов, но это же наглядно иллюстрирует принцип работы зрительного восприятия цветовых гармоний. Глаза «требуют» или «порождают» комплементарные (дополнительные) цвета. Так подтверждается естественная потребность в достижении равновесия. Это явление также называется симультанным контрастом.

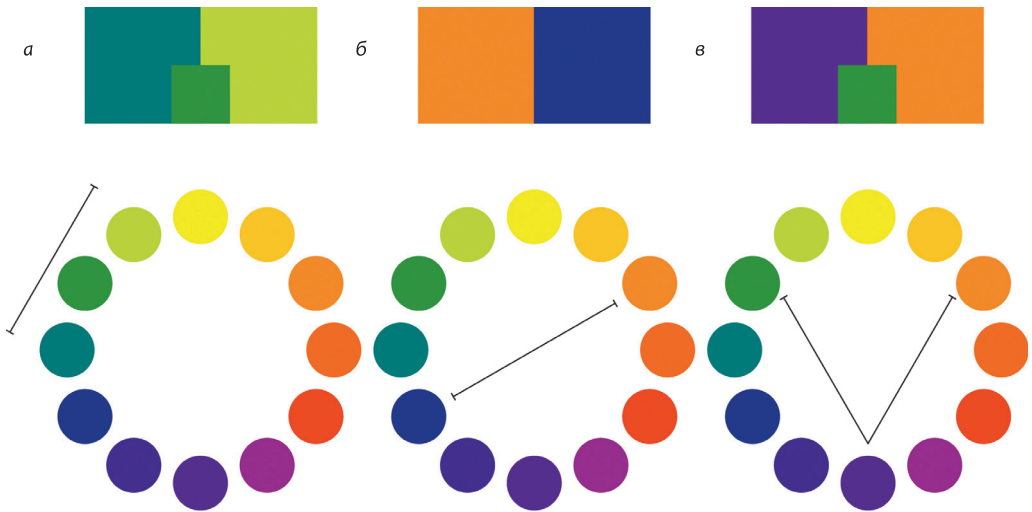


Рис. 8. Схема образования аналоговых (а), комплементарных (б) и триадных (в) цветовых сочетаний при помощи 12-частного цветового круга

Близкие (аналоговые) цвета (Analogous) — это комбинация двух или более цветов, расположенных в непосредственном соседстве друг с другом на цветовом круге. Эти сочетания легки для восприятия и не создают сильного контраста.

Комплементарные цвета (Complementary) представлены двумя дополнительными цветами (дополнительные и комплементарные — синонимы). На цветовом круге они диаметрально противоположны и дают наиболее контрастное сочетание.

Триада (Triad) — это цвета, расположенные в углах вписанного в цветовой круг равностороннего треугольника. Каждый цвет дополняет два других, находящихся под углом 120° друг от друга на цветовом круге, то есть на равном расстоянии от его комплементарного [7] (рис. 8).

Прогрессивные цвета (Progressive) — это последовательность цветов, расположенных на цветовом круге с шагом через один цвет (рис. 9).



Рис. 9. Близкие и прогрессивные цвета

Для подбора гармоничных цветовых сочетаний разработана палитра **Каталог цветов** (*Color Guide*) в *Adobe Illustrator*, в которой представлен обширный выбор правил цветовых гармоний (рис. 10).

1. Основной цвет.
2. Меню **Правила гармонии** и активная цветовая группа.
3. Активные цвета.
4. Цветовые вариации.
5. Ограничения количества цветов указанными в библиотеке образцов.
6. **Редактировать цвета** или **Редактировать или применить цвета** в зависимости от выбора (открывает цвета в диалоговом окне **Редактировать цвета / Перекрасить графический объект**).
7. Сохранение группы на палитре **Образцы**. В меню палитры **Каталог цветов** (*Color Guide*) выбрать команду **Параметры каталога цветов** (*Guide Options*) (рис. 11). Указать количество цветов, которые должны отображаться слева и справа от каж-

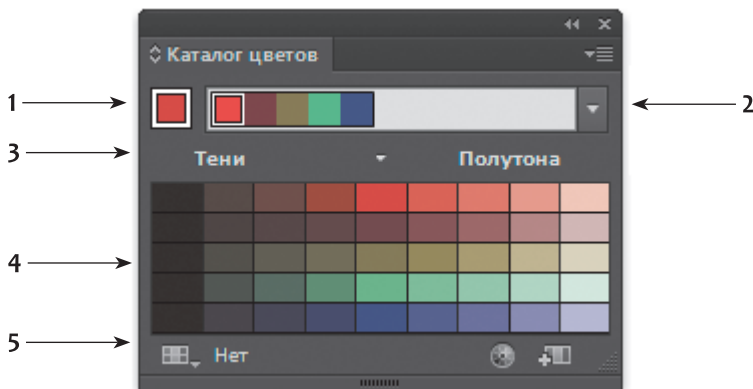


Рис. 10. Палитра **Каталог цветов** (*Color Guide*) *Adobe Illustrator*

ЛОГОТИП

Логотип — это полное или сокращенное шрифтовое начертание названия, во многих случаях дополненное изображением, графически представляющее сущность компании. Это основной атрибут идентификации бренда. Логотип — визуальная константа, сочетающая уникальный графический символ и шрифтовое начертание. Основные требования к логотипу:

- уникальность;
- простота;
- символизм;
- читабельность;
- узнаваемость;
- запоминаемость.

На рисунке 68 показан пример логотипа.

Феодосия — любимый город А. Грина и И. Айвазовского, город моря, солнца и удивительной архитектуры. Основной символ города — корабль. Аккуратный линейный бумажный кораблик цвета моря, неба и солнца, передающий атмосферу отдыха и легкого настроения. Для этого логотипа применен леттеринг. Стилизованное геометричное изображение бумажного кораблика контрастирует с округлым начертанием рукописного шрифта.

Задание по разработке знаковой формы и логотипа с ее применением требует от студента не только фантазии и образного мышления, но и «насмотренности» в области айдентики. Для погружения в работу стоит провести семинар по анализу знаков и логотипов.

Назначение логотипа — создать визуальный образ бренда. Фирменная символика должна формировать восприятие деятельности, товара или услуги у потребителя, сопровождать продукцию и документацию компании.

Логотип должен обладать определенными свойствами. Для того чтобы айдентика имела возможность развития, была гибкой и адаптивной, важно вложить в логотип потенциал к трансформации. Части или элементы логотипа могут быть использованы в создании сувенирной продукции, брендировании площадок, разработке навигации и прочих областях в рамках деятельности компании.

Логотип должен быть адаптирован для использования как в цвете, так и монохромно (при одноцветной печати, тиснении, выжигании и других специальных способах нанесения). То есть при разработке создается трансформируемый логотип, узнаваемость которого сохраняется, а композиционный строй и дополнительная графика могут меняться в соответствии с текущими задачами айдентики. Такой подход зачастую обеспечивает долговечность фирменного стиля и потенциал адаптации к трендам. В крупных проектах также опционально обсуждается возможность анимирования для применения в разработках моушн-дизайна.



Рис. 68. Логотип и применение элементов графической стилистики для города Феодосии.
Студентка Ксения Голубева

Вопросы по теме

1. Определение и назначение логотипа.
2. Требования при разработке логотипа.

Практическая работа 1

Анализ логотипов

Задание. Подготовить презентацию и принять участие в семинаре. Выполнить подборку из пяти наиболее удачных и пяти менее интересных с вашей точки зрения знаков. Подготовить анализ по следующей схеме:

- 1) изображение + название;
- 2) область деятельности, для которой разработан знак, разработчик, год разработки;
- 3) композиция знака: симметрия/асимметрия, статика/динамика;
- 4) цвет:
 - количество цветов;
 - используемая цветовая схема;
 - влияние цветового сочетания на характер логотипа;
- 5) краткое обоснование, почему этот знак занял место в подборке.

Практическая работа 2

Матрица ассоциаций

Задание. Найти ключевой рекламный образ для знака, разработанного ранее. Ключевым рекламным образом может стать объект или даже его свойство (например, геометричность или воздушность). Существуют примеры рекламных кампаний, когда цвет оказывается настолько прочно ассоциативно закреплен, что выполняет эту функцию.

Для этой работы рекомендуется использовать *Adobe Photoshop*, так как все его изображения растровые.

1. Создать новый файл 600×600 px с разрешением 72 ppi. (Печать изображения не предполагается, оно будет использовано в электронной презентации.)
2. С помощью направляющих создать сетку 4×4 .
3. Выбрать изображение, обозначающее решаемую задачу, и разместить его в центре. Это может быть человек, предмет, произведение искусства и т. д. В данном случае можно использовать свой знак или первичный образ, оригинал, найденный на этапе сбора материала.
4. В ячейках вокруг центрального изображения разместить другие изображения, связанные с главным:
 - структурные аналогии (например, волосы/солома);
 - функциональные аналогии (например, дождь/фонтан);
 - метафоры (например, весна/молодость);

- ассоциации, связанные с типичным использованием этого объекта (например, торт/праздник);
- связи по противоположности (например, вода/огонь);
- связи, основанные на системах понятий, классификациях и т. д. (например, человек/млекопитающее);
- ассоциации, основанные на происхождении и причинно-следственных связях (например, сок/фрукты);
- ассоциации, возникающие благодаря культурным явлениям: литературные персонажи, сленг, расхожие фразы, анекдоты, фильмы и т. д. (например, шаль/вишня, так как «темно-вишневая шаль»);
- личные ассоциации;
- иррациональные ассоциации (необъяснимые связи);
- случайные ассоциации (отсутствие связей) (рис. 69).

5. Результатом этой работы будет подбор ассоциативных изображений, комбинируя которые можно создавать рекламные материалы. Для генерации идей на тему решаемой задачи использовать полученные изображения — как по отдельности, так и во взаимосвязях, возникающих в результате их совмещения.

На рисунках 70–73 показаны примеры работ студентов по теме «Матрица ассоциаций».

Также одним из инструментов визуализации служит *мудборд* (англ. *Moodboard* — «доска настроения») — условное полотно, на котором собраны фрагменты фотографий, примеры шрифтовых начертаний, иконки, паттерны и другие графические элементы, которые в сумме образуют искомую карту визуализации проекта¹.

¹ Электронный ресурс: <https://habrahabr.ru/company/sibirix/blog/200944/>



Рис. 69. Пример матрицы ассоциаций на тему «Хлеб»

Практическая работа 6

Аналитическая копия плаката

Задание. Провести анализ плаката или обложки журнала одного из признанных мастеров графического дизайна по плану:

- название работы, автор, год создания;
- типы использованных гарнитур и их начертания;
- композиционные приемы;
- цветовые характеристики;
- стилевые особенности (относится ли к определенному направлению, какие признаки этого направления выражены).

Выполнить аналитическую копию плаката, показанного на рисунке 94.

Шрифт *Helios*, прямое начертание. Весь текст набран прописными.

Основной элемент обложки — фотография Энди Уорхола строго в фас — расположен по центральной вертикальной оси и задает композиции статичность. Название журнала *Ray Gun* перпендикулярно оси фотографии и также статично, но кернинг названия заставляет читателя «споткнуться» при прочтении, меняя привычный ритм. Статику разрушают строки текста разной насыщенности, расположенные под небольшими случайными углами. Строки наслаиваются на фотографию и обрезают часть головы фотопортрета. Основная часть текста читабельная и содержит информацию о темах номера журнала.

Цветовое решение выдержано в гамме старой фотографии с небольшими приглушенно-красными акцентами.

Эту работу можно отнести к направлению «Типографика новой волны». Данному направлению свойственны экспрессивные композиционные и цветовые решения, отвергающие правила сложившейся рациональной швейцарской школы типографики.

Аналитическая реплика на тему данной работы (рис. 95) построена на пикселизированном фотоизображении, создан эффект сильно масштабированной фотографии из газеты.

Используется гарнитура *Helios* в светлом и жирном зауженном начертаниях. Использован гротеск в мелком кегле со значительно увеличенным трекингом.

На рисунке 96 композиция симметрична относительно центральной оси. Фотопортрет, размещенный в геометрическом центре обложки, выполнен в три четверти, что ломает устойчивость композиции. Центральным акцентом является черный прямоугольник, перекрывающий глаза человека на портрете.

Цветовая гамма обложки строится на комплементарных цветах — оранжевом и фиолетовом, их оттенках и градиентных переходах на их основе.

На рисунке 97 изображена обложка, принадлежащая направлению «Типографика новой волны». Непосредственно в этой работе присутствие типографики незначительно, но об отношении к этому направлению сообщают композиционные характеристики, экспрессивность, применение фотомонтажа, а также приверженность автора к этому стилевому направлению.

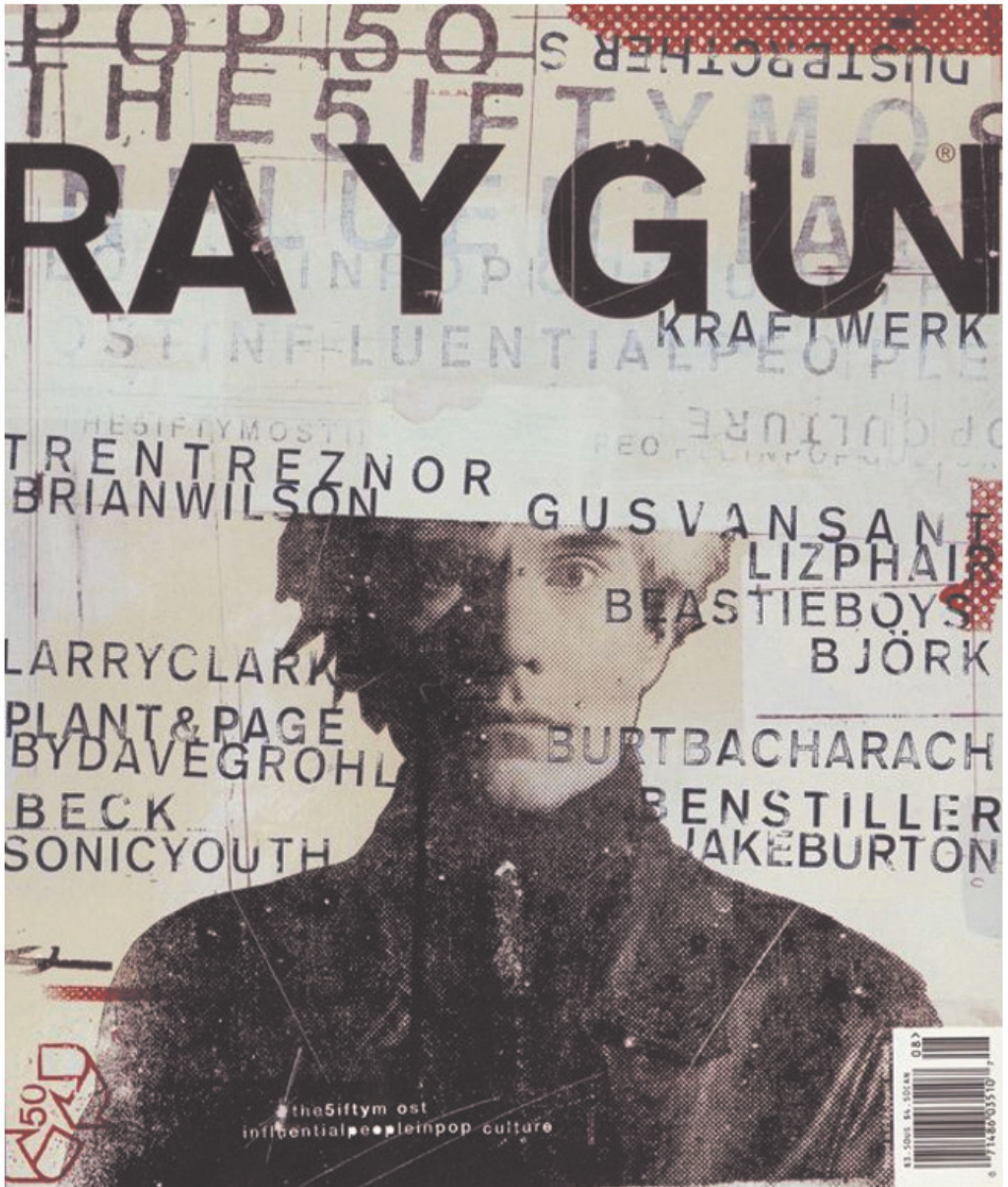


Рис. 94. Дэвид Карсон. Обложка для выпуска журнала Ray Gun (1994)

Элементы навигации

В условиях профессиональной практики дизайн графических систем навигации представляет собой большую проектную задачу, в большинстве случаев выполняемую коллективом специалистов. В рамках образовательного процесса объем работ несколько сокращается, допускается эскизность подачи проекта.

Цель проектной работы — разработка элементов графического дизайна среды. Выполняется именно этап проектного предложения ряда обязательных элементов навигации и их расположения в пространстве. Студенту предстоит практиковать размещение информации в среде, то есть создание пользовательского интерфейса для небольшой городской территории культурного или социального назначения.

Предпочтение при выборе объекта проектирования отдается таким городским пространствам, как скверы, небольшие парки, территории учебных и социальных учреждений, — то есть зонам, имеющим свободный доступ для сбора фотоматериала.

Общие рекомендации по созданию пиктограмм для навигации в среде

Пиктограмма — лаконичное символическое наглядное представление какой-либо информации.

1. Знак должен соблюдать баланс между эстетическими потребностями общества, требованиями безопасности, соответствовать условиям удобочитаемости.
2. Предпочтительнее уменьшить количество символов в тексте, чем пожертвовать разборчивостью надписи знака.
3. На знаке должно быть достаточное количество фоновое пространство, даже если это упростит дизайн знака.
4. Не стоит создавать слишком большое количество символов для одного проекта. Символы — это язык. Чем больше символов, тем сложнее их запомнить.
5. Используйте для символов знакомые образы.
6. Символы должны быть достаточно схожими, чтобы выглядеть принадлежащими к одной системе.
7. Символы должны быть простыми, иначе они не будут восприниматься в окружающей среде.
8. Числа и буквы могут быть такими же эффективными, как символы. Они достаточно легко интегрируются в язык символов.
9. Дополнительная информация в виде карт и текста делает символы более эффективными.
10. Символы могут передавать уникальные черты места, но их первостепенная задача — передача информации¹.

Состав папки проекта:

- общие сведения об объекте (*.doc);
- фотосъемка на объекте (многостраничный файл *.pdf);
- образный ряд (многостраничный файл *.pdf);

¹ Крейг М. Бергер. Путеводные знаки. Дизайн графических систем навигации.

- эскизы (многостраничный файл *.pdf);
- разработанные элементы навигации с описанием (многостраничный файл *.pdf).

Приступая к проектированию, рекомендуется распределить предстоящую работу на этапы и задачи, выполнение которых дает некий продукт этого этапа.

Этап работы	Задача	Продукт этапа
Изучение объекта проектирования	Формирование историко-культурной базы проекта	Изображения и тексты
Фотосъемка на объекте	Выполнение фоторяда ключевых точек объекта	Фотографии
Поиск идеи	Подбор элементов визуализации	Мудборд
Эскизирование	Разработка образа от руки	Эскизы в различных техниках
Отрисовка	Уточнение формы	Комплект пиктограмм и схем ориентирования на объекте
Цвет	Применение цвета как элемента навигации в сочетании со знаковой системой	Колористическое решение проекта
Типографика	Типографика и верстка системы навигации	Текстовое сопровождение пиктограмм и схем
Итоговая подача проекта	Включение всех элементов в описание проекта	Презентация проекта

Изучение объекта проектирования. Выполнение этого этапа работы не должно проходить формально. Данные об объекте или территории должны стать базовой основой для будущей проектной идеи. На этом этапе нужно собрать материал по специфике объекта и сделать фотографии пространства, для которого будет разрабатываться графическая система ориентирования. В большинстве случаев сам объект имеет концепцию, к которой предпочтительно обратиться при разработке визуализации.

Фотосъемка на объекте. На этом этапе нужно определить ключевые точки, где требуется установить (или модернизировать) элементы навигации.

Поиск идеи. Данный этап логически продолжает предыдущий. Поиск идеи должен базироваться на исследовании. Для формирования мудборда использовать материал, собранный на предыдущем этапе. Один из способов поиска идеи — создание матрицы визуальной метафоры (см. раздел «Логотип»).

Эскизирование. Для начала необходимо определить состав пиктограмм. Все символы будут подчинены общему графическому строю. Для погружения в процесс создания не одного знака, а целой системы рекомендуется провести анализ примеров пиктограмм. Нежелательно пропускать этот этап ручного эскизирования, поскольку рисование от руки дает большую свободу и вариативность, чем компьютерная графика.

Отрисовка. Использование векторной графики. Стоит применить модульное построение пиктограмм для достижения единства графического решения всех элементов. На этом этапе эскизные варианты преобразуются в комплекс пиктограмм, схем или карт общественной территории для посетителей.

РАЗРАБОТКА УПАКОВКИ

Создание упаковки — это работа с объемными конструкциями. Очень полезными для этой работы станут навыки макетирования простых фигур (например, макет куба).

Практическая работа 1

Макет куба

Задание. Выполнить построение развертки куба в *Adobe Illustrator* и склеить макет.

1. Создать документ формата А3 в *Adobe Illustrator* (*Ctrl + N*).
2. Выбрать инструмент **Прямоугольник** (*Rectangle Tool*) (рис. 261), щелкнуть этим инструментом в свободном поле и в открывшемся окне ввести размеры $80 \times 80 \text{ mm}$ (рис. 262), получен прямоугольник (рис. 263).
3. Правой кнопкой мыши выбрать команду **Трансформировать** → **Перемещение** (*Transform* → *Move*) (рис. 264). Ввести значение 80 mm и нажать **Копировать** (*Copy*) (рис. 265). Получится четыре грани куба (рис. 266).
4. У куба шесть граней. На развертке должно получиться четыре грани последовательно и две перпендикулярно. Чтобы дублировать основание еще два раза, удобно использовать «горячие клавиши» *Ctrl + D* (повторить трансформацию, *Transform Again*). Далее дублировать вторую грань по вертикали на 80 mm и на -80 mm (рис. 267).
5. Для сборки макета нужны клапаны, на которые будет нанесен клей. Предстоит достроить клапаны шириной 8 мм, как показано на рисунке 268.
6. По правилам построения упаковки линии сгиба обозначаются пунктиром, а линии реза — сплошной линией. Для создания линии реза следует создать новый слой в палитре **Слои**. Затем нужно заблокировать слой с предыдущим построением и обрисовать контур реза инструментом **Перо** (*Pen Tool*). Открыть палитру **Обводка** (*Stroke*) и установить толщину линии $0,5 \text{ pt}$ (рис. 269).

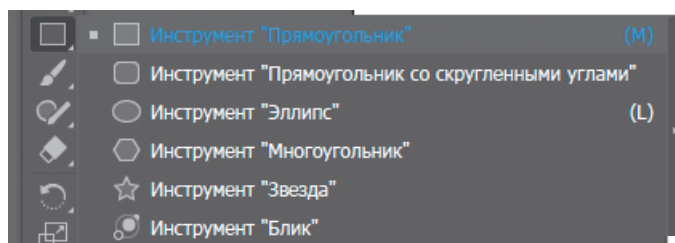


Рис. 261. Выбор инструмента Прямоугольник

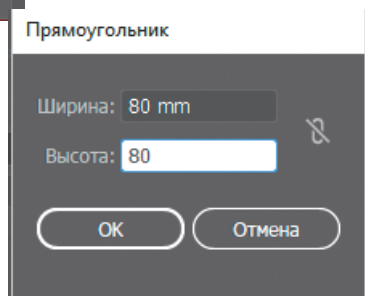


Рис. 262. Окно Прямоугольник

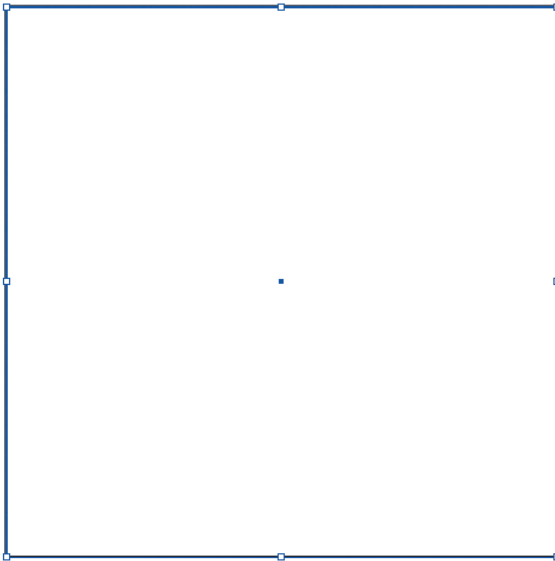


Рис. 263. Результат выполнения описанных действий

Рис. 264. Выбор команды Перемещение

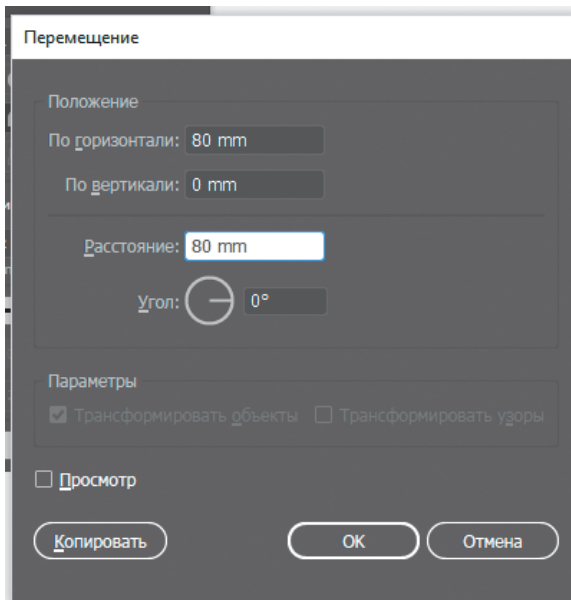
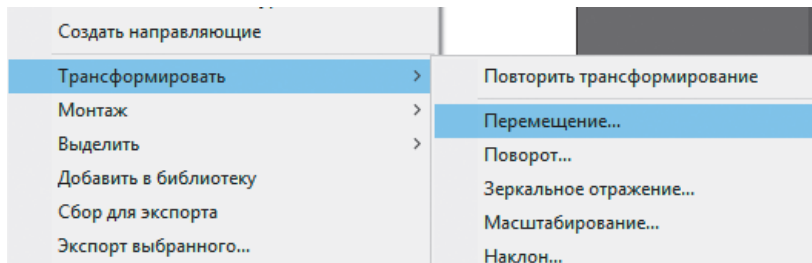


Рис. 265. Окно Перемещение

ТЕСТИРОВАНИЕ

1. Какие цвета образуют цветовую модель *RGB*?
 - а) красный, зеленый, синий
 - б) красный, зеленый, черный
 - в) красный, желтый, зеленый
 - г) красный, голубой, черный
2. Какие цвета образуют цветовую модель *СМУК*?
 - а) голубой, пурпурный, желтый, черный
 - б) синий, красный, желтый, черный
 - в) зеленый, пурпурный, синий, черный
 - г) голубой, красный, желтый, черный
3. Какое назначение имеет цветовая модель *СМУК*?
 - а) передача цвета на экране
 - б) создание векторных изображений
 - в) вывод на печать
 - г) отправка публикации по электронной почте
4. Какой цвет обозначен *K* в цветовой модели *СМУК*?
 - а) черный
 - б) красный
 - в) синий
 - г) зеленый
5. Что такое плашечный цвет?
 - а) сумма всех цветов цветовой модели *СМУК*
 - б) смешанный из базовых цветов *СМУК* вне печатной машины
 - в) цвет, полученный на печати в четыре краски
 - г) цвет, нанесенный на определенную поверхность
6. Аналоговые цвета (*Analogous*) — это:
 - а) расположенные в непосредственном соседстве друг с другом на цветовом круге;
 - б) имеющие аналог в разных цветовых моделях;
 - в) расположенные диаметрально противоположно на цветовом круге;
 - г) чистые, несмешанные цвета.
7. Комплементарные цвета (*Complementary*) — это:
 - а) расположенные диаметрально противоположно на цветовом круге;
 - б) любые два цвета из цветовой модели *RGB*;

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Основы работы с цветом.....	4
Вопросы по теме	10
Практическая работа 1. Анализ примеров цветовых сочетаний.....	11
Практическая работа 2. Анализ примера упаковки с точки зрения цветового решения.....	11
Практическая работа 3. Исследование символического значения цвета	12
Проектная работа. Разработка знаковой формы	13
Основы векторной графики	15
Вопросы по теме	18
Практическая работа 1. Основы работы с кривыми Безье.....	19
Практическая работа 2. Центрический орнамент	20
Практическая работа 3. Построение авторской знаковой формы в векторном редакторе	27
Типографика. Основы применения шрифта	33
Вопросы по теме	43
Практическая работа 1. Характеристики шрифта.....	43
Практическая работа 2. Анализ шрифтового решения.....	43
Практическая работа 3. Типографика конструктивизма	44
Практическая работа 4. Спонтанная типографика	48
Практическая работа 5. Леттеринг	50
Логотип.....	51
Вопросы по теме	53
Практическая работа 1. Анализ логотипов	53
Практическая работа 2. Матрица ассоциаций.....	53
Практическая работа 3. Мудборд.....	58
Практическая работа 4. Анализ рекламных плакатов, соответствующих текущему проекту по тематике	59
Практическая работа 5. Рекламный модуль	59
Практическая работа 6. Аналитическая копия плаката.....	71
Разработка руководства по использованию фирменного стиля.....	76
Практическая работа 1. Построение пропорциональной структуры знака	76
Вопросы по теме.....	89
Практическая работа 2. Разработка паттерна в <i>Adobe Illustrator</i>	89
Проектная работа 1. Элементы навигации.....	98
Проектная работа 2. Территориальный брендинг	103
Основы верстки.....	119
Вопросы по теме	121
Практическая работа 1. Визитная карта	121
Практическая работа 2. Книжная типографика. Применение классической полосы набора	127
Практическая работа 3. Верстка разворота инструкции	134
Практическая работа 4. Набор. Структурирование текста	136
Практическая работа 5. Лифлет	142
Вопросы по теме.....	162
Проектная работа. Журнал.....	162
Разработка упаковки.....	181
Практическая работа 1. Макет куба	181
Практическая работа 2. Лоток с угловыми перемычками.....	187
Практическая работа 3. Шестиугольная коробка со вставной крышкой	214
Подготовка к итоговой аттестации	229
Тестирование.....	232
Список использованных источников и литературы.....	238

Учебное издание

СТРУМПЭ Анастасия Юрьевна

Дизайн-проектирование (МДК 01.01)

Ответственный редактор	<i>М. Басовская</i>
Выпускающий редактор	<i>Г. Логвинова</i>
Технический редактор	<i>Т. Ткачук</i>

Формат 70×100/16. Бумага офсетная.
Тираж 1 000 экз. Зак. №

Импортер на территории ЕАЭС: ООО «Феникс»
344011, Россия, Ростовская обл., г. Ростов-на-Дону, ул. Варфоломеева, 150
Тел./факс: (863) 261-89-50, 261-89-59
Изготовлено в Украине. Дата изготовления: 08.2019
Изготовитель: ООО «БЭТ». 61024, г. Харьков, ул. Максимилиановская, 17, кв. 2

Сайт издательства: www.phoenixrostov.ru
Интернет-магазин: www.phoenixbooks.ru

Свои пожелания и предложения по качеству
и содержанию книг вы можете сообщить по e-mail:
borovikov@fenixrostov.ru