

Министерство образования и науки Алтайского края
КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства»

Отчет
о прохождении учебной практики
по ПМ.01 «Разработка и создание
дизайна рекламной продукции» на материалах
КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства»

Выполнила студентка
Власова Валерия Артуровна
Специальность 42.02.01 «Реклама»
Группа Р-1811
Квалификация : агент рекламный
Руководители: Жидких Т.Н/ Кукуев В.А.

Барнаул 2020



Содержание

1. Композиция в рекламе
2. Стилизация
3. Живопись и рекламные дисциплины
4. Брендбук
5. Декоративная композиция в технике гуаши
6. Разработка шрифтов
7. Монограммы
8. Работа с плакатным пером . Элементы букв.
9. Работа с модульной сеткой
10. Заключение



Композиция - (от лат. составление) размещение предметов , фигур в пространстве установление соотношения объемов , света и тени , пятен цвета ! Придает произведению единство и целостность .

Средство композиции

Средства композиции:

- 1. Формат**
вертикальный  горизонтальный 
- 2. Пространство**
одноплановая композиция 
- 3. Композиционный центр**
совпадает с центром полотна  смещен от центра 
- 4. Симметрия и асимметрия**
 
- 5. Динамика и статика**
 
- 6. Цвет**

- 7. Светотень**

- 8. Контраст**

- 9. Ритм**

- 10. Равновесие**
 
- 11. Декоративность**

- 12. Целостность**


MyShared



Виды композиций:

- плоскостная — состоящая из элементов, не выступающих над плоскостью, общее решение заключено в двух направлениях — по вертикали и горизонтали, а глубина выражена неявно.
- объемно-пространственная — из взаимосвязанных объектов, размещенных на разных уровнях и плоскостях, рассчитана на восприятие с одной, двух или трех сторон и ее выразительность зависит от угла зрения.
- глубинно-пространственная — создает связь предметов с пространством, в котором они размещены, может рассматриваться со всех сторон



Свойство декоративной КОМПОЗИЦИИ

- 1) декоративное преобразование любой натуры
- 2) выделение нарядности
- 3) красочности
- 4) орнаментальности окружающего мира
- 5) соблюдение определенной меры условности изображения
- 6) обобщение формы
- 7) отказ от второстепенных подробностей делает более заметным главное



Композиционные законы и принципы.

□ **Закон единства**— все элементы композиции должны быть подчинены одной идее основываясь на принципах функциональности и структурности, т. е. несмотря на свои разные функции образовывать единую структуру произведения.

– повторение целого в его частях (большое в малом, единство по ведущему признаку — это признак целого, которым должны обладать все элементы композиции в той или иной степени).

Любая материальная форма представлена совокупностью ряда свойств: пространственностью, массивностью, геометрическим строением с характерными особенностями линий, фактуры материала — это визуальные особенности строения рекламного объекта, определяющие его целостность.



Стилизация

Это средство композиции в основном связано с декоративным искусством, где очень важна ритмическая организация целого.

Стилизация - обобщение и упрощение изображаемых фигур по рисунку и цвету, произведение фигур в удобную для орнамента форму. Стилизация применяется как средство дизайна, монументального искусства и в декоративном искусстве.



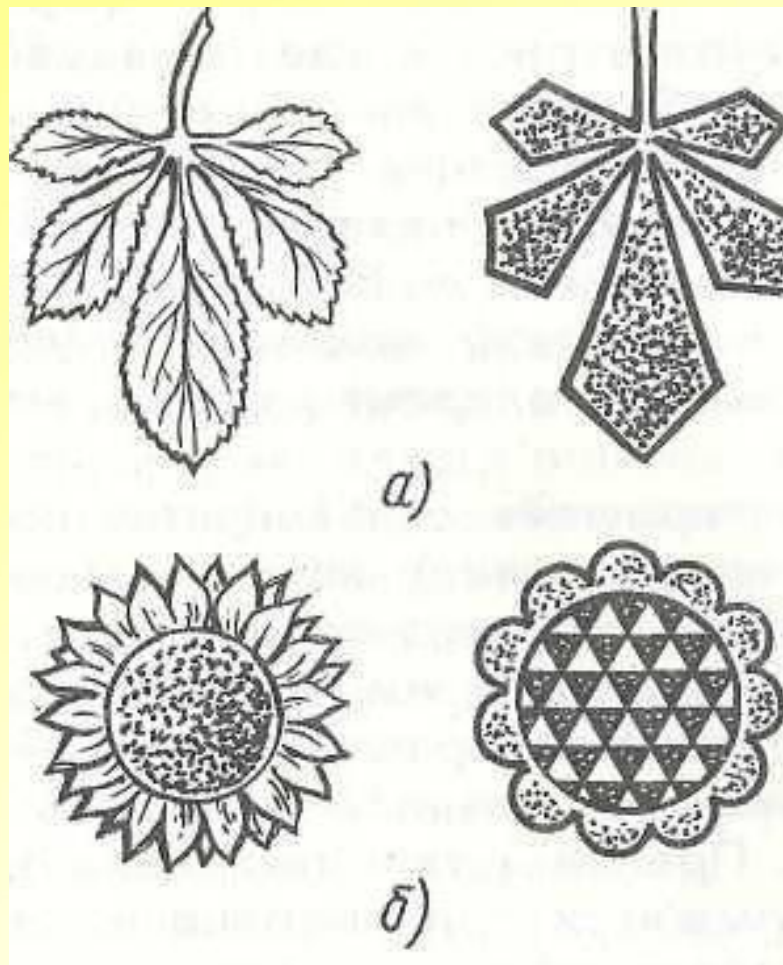
В станковое искусство вносит черты декоративности,



М. Де Хондекутер «Птичник».



- **Закон видоизменения** — трансформация замысла произведения в художественную форму, на принципах пластичности (податливость формы) и тональности (свет, цвет).



Основными принципами стилизации в создании художественного произведения являются: принцип упрощения, принцип нарастающей декоративности, принцип объединения упрощения и декоративности.

ПРИНЦИП УПРОЩЕНИЯ. Упрощение создает условия для художественного выявления наиболее значимых качеств изображаемого объекта путем отбрасывания несущественных деталей и усиления форм, служащих целям создания художественного образа изображаемого объекта. Стилизация имеет направленный характер художественной деятельности по изменению видимого мира для достижения цели художественного произведения и построения художественного образа.



▣ ПРИНЦИП НАРАСТАЮЩЕЙ ДЕКОРАТИВНОСТИ.

- ▣ Усложнение изображения также является видом стилизации и усиливает декоративность графического листа с помощью деталей проработки элементов, применения разнообразной графической фактуры, усиления цветовой интенсивности.



Разработка индивидуального задания (Мир ювелира)



Товарный знак. Логотип

Товарный знак – зарегистрированное в установленном законом порядке обозначение, присвоенное товару для его идентификации и указания производителя (предприятия, фирмы). Он представляет собой рисунок (символ, знак), определенное сочетание букв, чисел, которые указывают на принадлежность товара определенной фирме.

Понимаемый как средство индивидуализации производителя, товарный знак рассматривается как торговая марка или фирменный знак. Товарный знак регистрируется в государственных учреждениях России, в других государствах и пользуется правовой защитой.

Логотип — графическое начертание фирменного наименования в виде стилизованных букв и (или) идеограммы. Логотипы широко применяются для изображения товарных знаков и в качестве эмблем юридических лиц.



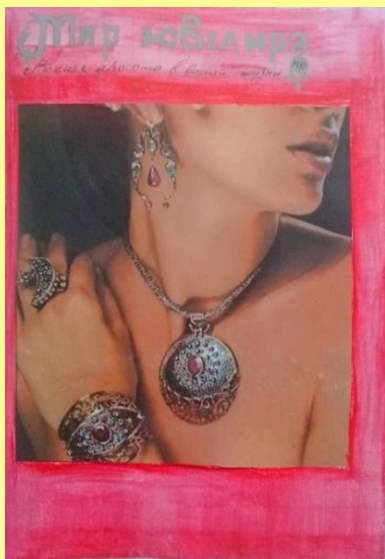
Аналоги



Варианты товарных знаков







Листовка



Брендбук



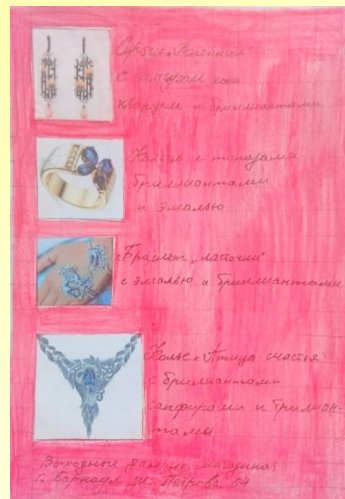
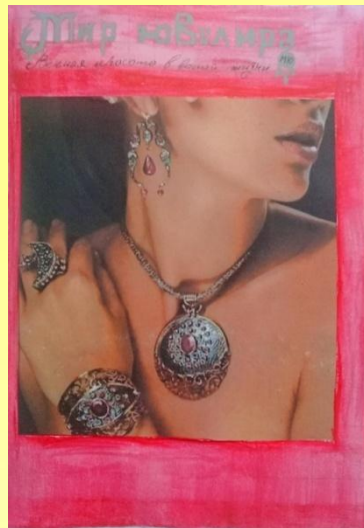
Брендбук

- Это один из главных элементов визуализации бренда и руководство к действиям для воплощения фирменной символики. В нем подробно описаны различные моменты, связанные с коммуникациями бренда и рекламными сообщениями. Это: фирменные цвета бренда, типографика (фирменные шрифты), модули и шаблоны для элементов фирменного стиля, свод требований к маркировке продукции и рекламе, стиль рекламной фотографии и много другой необходимой информации.



Элементы брендбука:

Листовка



Товарный знак



Сочетание цветов. Товарный знак

Серый + Черный. Подчеркивание своей самостоятельности или защита собственного превосходства.



Цвета фирменного стиля

Черный — цвет самопогружения: он помогает от всего отгородиться, замкнуться и сконцентрироваться на решении той или иной задачи. В то же время данный цвет способен настроить на меланхолию и уныние. В черном приходит ощущение одиночества и изоляции от окружающего мира. Именно поэтому данный цвет в печатной рекламе лучше не использовать. Эта рекомендация, разумеется, не распространяется на шрифт и таблицы. Как раз в отношении их-то, за редким исключением, лучше не экспериментировать.

Серебряный — Он сдержанный и лаконичный, как серый, но его не обвинишь в невзрачности и занудстве за счёт его холодного блеска. Благородный цвет металла, символизирующий надежность и прочность



Декоративная композиция в технике акварели



Значения цветов в композиции

Синий Рассматривание предметов, имеющих синий оттенок, вызывает чувство спокойствия даже на физиологическом уровне, нормализует процессы дыхания и частоту сердечных ритмов.

Желтый – цвет коммуникабельности. Символизирует ясный день, радость. Он повышает настроение. Цвет открытости и желания к общению. Таким цветом можно окрашивать рекламу, к примеру, туристической фирмы.

Серый – Не привлекает внимание, не утомляет
Отдаляет





Декоративная
композиция
в технике
гуаши.
«Кошачья
мечта»



Разработка шрифтов



Разработка шрифтов для товарного знака

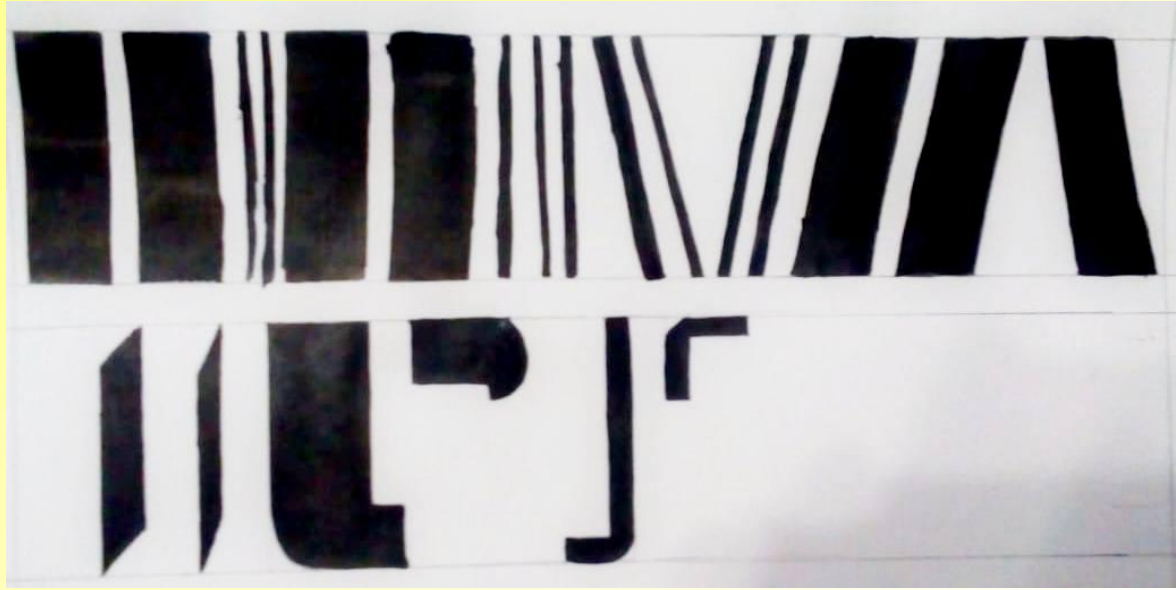


**Разработка эмблемы для
фестиваля гражданско-
патриотической песни
Виктория (по заданию
воспитательного отдела
ААГ)**



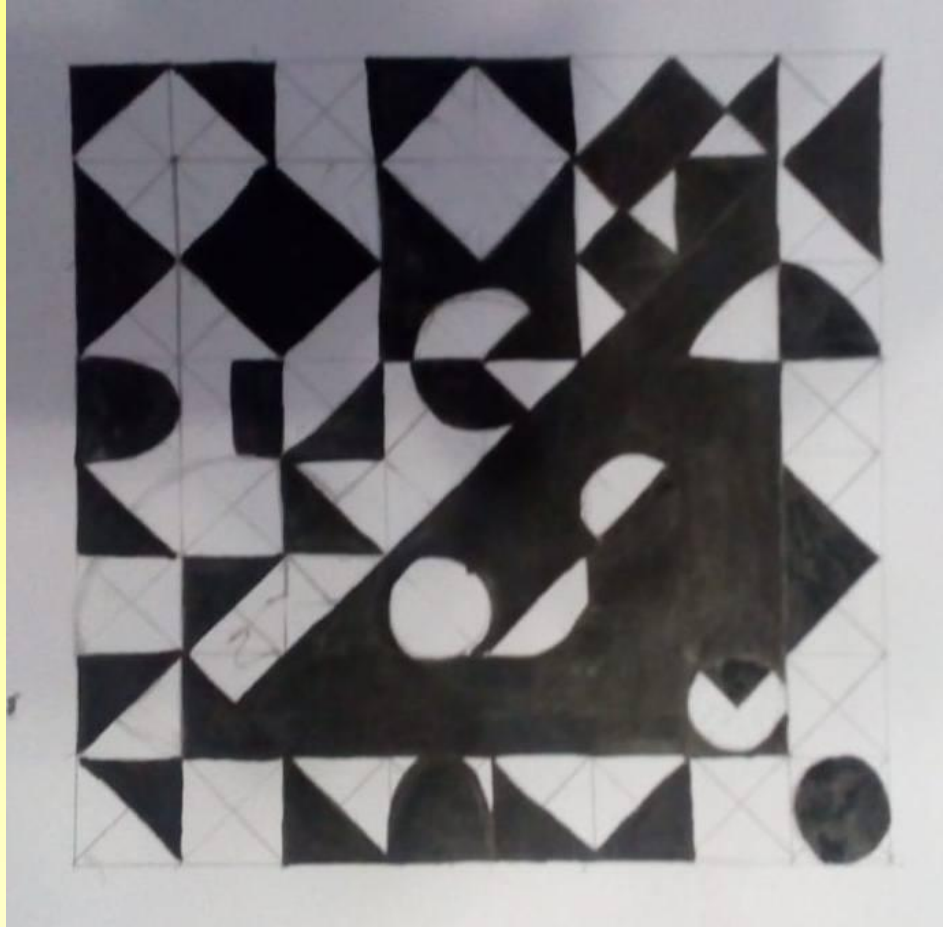
Работа с плакатным пером . Элементы букв.





Работа с модульной сеткой





РЕКЛАМА ДИЗАЙН



Заключение

Во время прохождения практики я научилась выполнять

макеты печатной рекламы (вывеску, листовку) с учетом использования цветовых контрастов, гармонических цветовых сочетаний, значений цвета в рекламе и его психологического восприятия;

Отрабатывала навыки владения техникой гуаши;

Закрепила знания и навыки по теории теней, контрастов в процессе выполнения учебной постановки.

Больше всего понравилось работать над эскизами печатной и наружной рекламы

