



**ФОНД
ГУМАНИТАРНЫХ
ПРОЕКТОВ**

**ГБПОУ СО
«Сызранский колледж искусств
и культуры им. О. Н. Носцовой»**

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОБЫ

**в рамках проекта по ранней профессиональной ориентации учащихся
8-9 классов общеобразовательных организаций «Билет в будущее»**

**г. Сызрань
2023**

I. Паспорт программы

Профессиональная среда: креативная

Наименование профессионального направления: Дизайнер графики/графический дизайнер

Автор программы: Агафонова Ангелина Викторовна, дизайнер (графический дизайн), преподаватель ГБПОУ СО «Сызранский колледж искусств и культуры им. О.Н. Носцовой».

Контакты автора: Самарская область, г. Сызрань agafonova.angelina@gmail.com
8-917-135-13-36

Место проведения: Самарская область, г. Сызрань, пер. Лодочный, 22 ГБПОУ СО «Сызранский колледж искусств и культуры им. О.Н. Носцовой»

Уровень сложности	Формат проведения	Время проведения	Возрастная категория	Доступность для участников с ОВЗ
Базовый	1. Очная 2.Онлайн (площадка для взаимодействия https://meet.google.com/	90 мин	8-9 классы	Допустимая нозологическую группу/группы. Общие заболевания (нарушение дыхательной системы, пищеварительной, эндокринной систем, сердечно-сосудистой системы и т.д.).

Цели реализации программы:

- 1) практическое знакомство со спецификой профессиональной деятельности;
- 2) получение знаний о ее роли в современном мире;
- 3) формирование отношения участника к такого рода деятельности;
- 4) получение обратной связи от наставника.

II. Содержание программы

Введение (5/10 мин)

Графический дизайн — обширная сфера деятельности и неотъемлемая часть современного мира, создание визуального языка. Графический дизайн может использовать разные средства, быть цифровым или печатным, может включать фотографии, иллюстрации или другие виды графики. Дизайн может привлечь внимание всего на минуту, а может мелькать перед глазами. Если вы оглянетесь вокруг, то увидите много примеров: этикетки товаров, упаковка, обложки книг, телевизионные заставки, журналы и билборды — все это создает графический дизайнер. Масштаб проекта, над которым работает графический дизайнер, может быть как совсем

небольшим — почтовая марка, так и глобальным — навигационный дизайн для целого государства.

1. Краткое описание профессионального направления.

В современном мире мало кто читает книги, чтобы узнать необходимую информацию. И задача дизайнера состоит в том, чтобы создать визуальную композицию, с помощью которой можно разобраться с теми или иными задачами. В графическом дизайне существует большое количество направлений:

Дизайн пользовательских интерфейсов

Пользовательский интерфейс — это инструмент взаимодействия пользователя и приложения. Разработка интерфейса очень важна для максимально удобного использования программ. Дизайнер отвечает за эстетическую и визуальную часть в оформлении интерфейса.

Графический дизайн упаковок

Все упаковки продуктов выходят из-под руки дизайнера. Его задача сделать так, чтобы покупатель выбрал именно тот товар, для которого создается визуальная композиция. Большинство людей покупают изделия, доверяя только дизайну упаковки. Поэтому, дизайнеру необходимо понимать основы маркетинга и знать, что хочет потребитель.

Графический дизайн публикаций

Здесь дизайнерам приходится работать с макетами визуальных композиций и публикаций, типографикой, обработкой фотографий и иллюстраций.

Моушн-дизайн

Моушн-дизайн — это графика, находящаяся в движении. Она используется на телевидении, в кинематографии и для веб-контента. Дизайнеру необходимо иметь навыки телевизионных и кинематографических специалистов для создания раскадровок, придания движения статическим объектам, использования анимаций.

Искусство и иллюстрации

Иллюстраторы создают совершенно новые объекты изобразительного искусства, а графические дизайнеры используют их для работы над своими проектами, соединяя с различной текстовой и инфографикой. Такие работы создаются для разных целей, например, в дизайне одежды, обложек книг и журналов, для презентаций, для продажи на стоках.

Графический дизайн помещений и ландшафта

Предназначен для стилизации окружения различной среды. Часто, дизайнеры занимаются визуальным оформлением указателей, для того чтобы людям было проще ориентироваться в торговых центрах. Примером такой работы могут быть вывески, видеореклама, создание интерьера торговой точки, стилизация офиса и многое другое.

Дизайн — как визуальная идентификация бренда

Визуальная идентификация бренда — это его индивидуальность и то, как компания создает эту связь с аудиторией. Дизайнеры делают разработку логотипов, брендбуков, типографики, библиотек изображений, визиток, цветовую графику, руководства по стилю и т.д. Все это нужно для того, чтобы продукты, выпускаемые компанией, были в одном стиле и поддерживали единую концепцию бренда.

Графический (символьный) логотип — это фирменный знак в виде картинок, знаков, пиктограмм или отдельных символов. Считается, что чем проще такое изображение — тем лучше, однако оно в любом случае должно быть содержательным и нести определенный смысл.

Существует огромное количество логотипов. Но в целом их можно разделить на четыре вида — символические, текстовые, комбинированные, эмблемы и буквенно-цифровые.

Символические логотипы. Один из наиболее популярных видов логотипа среди компаний. Лого представлен в виде символа, часто абстрактного. Преимущество его в том, что он легко воспринимается и прекрасно помогает создавать образы в подсознании человека, ассоциации с определенным процессом или объектом.

Текстовые логотипы. Логотип, представленный в виде стилизованного фирменного шрифта (букв). Кроме того, часто используются небольшие графические элементы: например, улыбка на логотипе Амазон. Преимущество такого логотипа в том, что он легко запоминается и помогает выделиться на фоне конкурентов, особенно если они используют другие виды шрифта.

Словесными элементами могут выступать:

- существующие слова в названии компании;
- искусственные слова;
- аббревиатуры;
- буквы;
- цифры.

Комбинированные логотипы. В таком логотипе используется как текст, так и символы. Этот вид использует преимущества двух предыдущих: графический элемент делает логотип запоминаемым и помогает сделать название компании особенным и привлекательным.

Эмблема. Логотипы этого вида заключают название компании в пределах специальной художественной формы. Это один из самых сложных видов логотипа.

Буквенно-цифровой. Используется символ, который представляет название компании с помощью инициалов или первых букв названия. Многие компании предпочитают использовать этот тип логотипа, потому что их инициалы лучше иллюстрируют название компании, чем полное имя (если оно слишком длинное или труднопроизносимое). Это логотипы таких известных компаний, как Hewlett-Packard, Chanel и General Electric.

Грамотный логотип создает имидж компании. Он рассказывает о ней, привлекает потребителей и формирует у них первое впечатление.

2. Место и перспективы профессионального направления в современной экономике региона, страны, мира. Графический дизайн - это современный вид изобразительного искусства, возникший в ответ на требования современного мира в создании обширной визуальной коммуникации, охватывающей все сферы деятельности человека. Роль такой коммуникации заключается в том, чтобы в кратчайшее время, игнорируя любой языковой барьер, доносить до зрителей необходимую информацию. В эпоху глобализации, при активном смешении различных народов и культур это актуально как никогда. Ярким примером успешной работы графических дизайнеров в этом направлении является разработка инфографики дорожного движения, применение которой осуществляется во многих странах мира.

3. Необходимые навыки и знания для овладения профессией

- Креативное мышление и умение визуализировать информацию;
- Пространственно-образное мышление;
- Художественные и творческие способности;
- Коммуникативно-эмоциональные способности;

- Представления о композиции, цветоведении, типографике.

4. 1-2 интересных факта о профессиональном направлении. Это правда, что многие графические дизайнеры обладают природным творческим потенциалом и визуальным чутьем, именно поэтому они тяготеют к этой области. Однако это не обязательно означает, что нужно быть прирожденным гением, чтобы создавать эффективные дизайны. Как и все остальное, графический дизайн — это навык, которому можно научиться. Вопреки распространенному мнению, дело не только в том, чтобы увидеть и волшебным образом воплотить это в жизнь. Графический дизайн — это не только искусство, но и наука. Для этого существует метод, который начинается с понимания различных элементов, составляющих мощный и эффективный дизайн.

В графическом дизайне важна оригинальность, это то, что выделяет ваш бренд среди конкурентов. Однако это не означает, что вы должны создавать 100% оригинальные дизайны с нуля каждый раз, когда вам нужны визуальные эффекты. Даже профессиональные графические дизайнеры создают шаблоны на случай, если им придется создавать подобные ресурсы на постоянной основе. Это позволяет им добиться единообразия во всех материалах бренда.

5. *Связь профессиональной пробы с реальной деятельностью.* Профессиональная проба «Создание логотипа» — это первый шаг для освоения графических знаков, освоения визуальной индивидуальности, с помощью зрительного восприятия. Профессиональная проба помогает попробовать себя в будущей профессии, убедиться в ее достоинствах, определиться в недостатках. Профессиональные пробы также являются возможностью самовыражения. В процессе реализации профессиональной пробы, прослеживается творческий подход и оригинальность мышления.

Постановка задачи (5 мин)

1. Изучить бриф на создание логотипа. Обдумать варианты творческих идей. Провести графические поиски визуальных решений. Предложить эскизы графического знака в нескольких вариантах. Варианты брифа см. Приложение 2.

2. Продемонстрировать итоговый результат, продукт. Создание логотипа максимально наделённого определёнными индивидуальными характеристиками для распознаваемости в социуме, в соответствии с брифом на логотип (техническим описанием).

Выполнение задания (55 мин)

1. **Подробная инструкция по выполнению задания** (в случае проведения в онлайн-формате, взаимодействие участников пробы с наставником осуществляется на платформе <https://meet.google.com/>, технические параметры ПК и периферийной аппаратуры представлены в инфраструктурном листе).

- Ознакомиться с брифом. Разобрать возможные вопросы, дать рекомендации по исполнению См. Приложение 2.
- Посмотреть примеры хороших и плохих логотипов на общедоступных сайтах. см. Приложение 1.
- Придумать несколько ключевых слов, раскрывающих смысл будущего графического образа, название.
- Поиск вдохновения по ключевым словам на Pinterest и возможных цветовых сочетаний на сайте In Color Balance.

- Скетчинг. Начать искать и зарисовывать форму создаваемого логотипа. Определить цветовую гамму символа. Пробовать какие элементы будут составлять графический знак (типографика, геометрические фигуры, абстракция, линии, персонажи и пр.)

- Выбор лучших вариантов и их графическое усовершенствование для итоговой подачи.

- Красивая компоновка листа финальными вариантами.

2. Рекомендации для наставника по организации процесса выполнения задания: Проконсультировать в вопросе выбора композиционных средств при построения графических знаков, обсудить психологические вопросы восприятия цвета и графических элементов. Помочь в разрешении возникающих вопросов. Индивидуально отнестись к творческим взглядам, методам и опыту каждого участника. Осуществлять контроль за выполнением задания, помогая выбрать с точки зрения дизайна самые удачные смысловые и графические решения поставленной задачи для дальнейшей разработки вплоть до итоговых эскизов.

Контроль, оценка и рефлексия (20 мин)

1. Критерии успешного выполнения задания:

- Участник смог реализовать условия брифа в своих эскизах.
- Разработаны гармоничные визуальные решения, найдены удачные смысловые ассоциации.

- Разработанные знаки отличаются оригинальностью, самобытностью.
- Найдена пластическая связь между всеми элементами графических знаков.
- Выбор цветовых сочетаний соответствует требованиям задания и отражает авторский замысел.

- Умение использовать композиционные средства для достижения художественной выразительности.

- Творческий подход, креативность, целесообразная последовательность выполнения задания.

2. Рекомендации для наставника по контролю результата, процедуре оценки:

При оценке успешности/неуспешности реализации профессиональных необходимо учитывать три компонента: когнитивный (знаниевый), технологический (практический), рефлексивно-оценочный.

Показателями по первому критерию являются:

- знание содержания и особенностей трудовой деятельности по профессии графический дизайн;

- знание профессиональных требований, которые предъявляются к личности в рамках рассматриваемой специальности;

- знание последовательности выполнения предложенного задания;

- знаний инструментов, оборудования и т.п., необходимых для профессиональной пробы.

Основными показателями второго критерия являются:

- приобретенные теоретические знания, необходимые для выполнения брифа;

- умение выполнять простейшие действия, операции и т.п. в рамках предложенного задания;

- демонстрация профессионального навыка, приобретенного ходе прохождения профессиональной пробы.

Основным показателем третьего критерия – рефлексивного – является личностное принятие (или непринятие) профессиональной пробы; выводы участника, озвученные в ходе обсуждения с наставником.

3. Вопросы для рефлексии учащихся

Что нового в процессе выполнения задания удалось узнать?

С какими трудностями столкнулись при работе?

Довольны ли полученным результатом?

Поделитесь выводами о профессии.

Соответствует ли проба вашим ожиданиям?

Хотели бы вы заниматься этим профессиональным направлением в будущем?

II. Инфраструктурный лист

Наименование	Рекомендуемые технические характеристики с необходимыми примечаниями	Количество	На группу / на 1 чел.
Моноблоки в комплекте с клавиатурой и мышью 23.8" Моноблок MSI PRO AP241 11M-405XRU [9S6-AE0312-812], операционная система Microsoft Windows 10 Professional ESD, пакет компьютерных программ Adobe CC, МФУ Canon F162100	С возможностью выхода в интернет	По количеству участников	Необходимо
Программой для ведения видеоконференций https://meet.google.com/	Стандартные	По количеству участников	Необходимо в случае дистанционного проведения
Периферийная аппаратура (камера, микрофон)	Стандартные	По количеству участников	Необходимо в случае дистанционного проведения
Стол	Стандартные	По количеству участников	
Стул	Стандартные	По количеству участников	Необходимо

Бумага	Писчая/ плотная белая/ крафтовая и др. на усмотрение организатора/ участника	По 5-7 листов на каждого участника	Необходимо
Графитовый карандаш	М, 2М, 3М и т.д.	1-2 на чел.	Необходимо
Цветные карандаши/ краски акварельные/ краски гуашевые/ цветные маркеры/ цветные фломастеры/ восковые карандаши/ художественная пастель/ масляная пастель	На творческий вкус организатора/ участника	Достаточное количество	Необходимо
Линер/ маркер тонкий/ гелевая ручка	Чёрного цвета	По желанию	Опционально
Кисти	Тонкие и толстые	По желанию	Опционально при выборе материала для работы - краски
Ластик	Мягкий	Несколько штук на группу/ на каждого участника	Необходимо
Ножницы	Для бумаги	Одни на группу	Необходимо
Бриф	На бумаге	Один на чел./ может повторяться	Необходимо

IV. Приложение и дополнения

Ссылка	Комментарий
https://www.pinterest.ru/	Социальный интернет-сервис, фотохостинг. Поиск вдохновения по ключевым словам.
https://turbologo.ru/blog/logo-trends-2021/	Тренды в дизайне логотипов.
https://www.behance.net	Социальная медиа-платформа с коллекцией работ дизайнеров со всего мира.

https://color.romanuke.com/tag/tsvetovyye-sochetaniya/	Ресурс с цветовыми палитрами, созданный для дизайнеров, художников, и людей, которым нужна помощь в подборе цветового решения.
https://ru.freepik.com/logos	Примеры удачных, креативных логотипов.

Бриф 1. Пекарня. На витринах представлено много видов различной выпечки. Не использовать синий цвет, предпочтение к теплым оттенкам. Дизайн должен хорошо работать как в соц.сетях, на сайте, так и в режиме реального времени. Должен читаться на визитках, флаерах. Также быть интересным на вывеске, баннере.	Бриф 2. Парикмахерская. Парикмахерские услуги для женщин. Средний ценовой сегмент. Расположение – первый этаж жилого многоквартирного дома. Дизайн должен быть минималистичным, стильным. Дизайн должен хорошо работать в соц.сетях и в режиме реального времени.
Бриф 3. Фитнес-центр. Самостоятельные занятия в зале и с инструкторами. Использовать красный, белый и графитовый цвета. Целевая аудитория – люди с активным и здоровым образом жизни. Наличие современного оборудования. Дизайн должен хорошо работать в соц.сетях и в режиме реального времени.	Бриф 4. Цветочный магазин. Розничная продажа срезанных цветов и горшочных растений. Предпочтение - растительные мотивы. Много конкурентов располагается территориально рядом. Дизайн должен быть элегантным, чистым. Не использовать яркие цвета, предпочтение отдать пастельным оттенкам. Использовать плавные, округлые формы. Дизайн должен особо хорошо работать в режиме реального времени.
Бриф 5. Аквапарк. Большое количество развлекательных зон. Наличие детского бассейна. Дизайн должен быть минималистичным, стильным. Дизайн должен хорошо работать в соц.сетях и в режиме реального времени. Ассоциации: чистый, свежий, безопасный.	Бриф 6. Кофейня. Большой выбор свежесваренного кофе. Возможность выпить кофе в помещении или взять с собой Средний ценовой сегмент. Предпочтения в дизайне – оттенки бежевого, цветов крафтовой упаковочной бумаги. Возраст целевой аудитории 25-50 лет. Сопутствующий товар – выпечка. Не использовать жёлтый цвет..

Бриф 7. Магазин детской одежды и игрушек. Очень большой по площади магазин с широким ассортиментом товаров. На территории крупного торгового центра. Предпочтение по цвету – яркие оттенки. Дизайн должен хорошо работать в соц. сетях и в режиме реального времени.	Бриф 8. Магазин товаров для дома. Много видов товаров для дома и сада. Сезонный товар. Наличие физического и интернет-магазина. Возможна доставка заказа по городу. Дизайн должен хорошо работать в соц. сетях и в режиме реального времени.
--	---