Доровских Татьяна Ивановна

Кунгурский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московская государственная художественно – промышленная академия им. С.Г. Строганова»

Методическая разработка учебного занятия по учебной дисциплине

«Дизайн проектирование»

Тема учебного занятия: «Фирменный стиль»

Пояснительная записка

**Учебная дисциплина:** дизайн проектирование.

**Тема занятия:** «Фирменный стиль». Данный урок является первым вводным уроком в освоении темы «Фирменный стиль». На данную тему по программе 2 курса специализации дизайн среды нового поколения отводиться 30 часов учебного времени.

**Форма проведения учебного занятия:** традиционная с использованием информационных технологий.

**Форма организации учебной деятельности:** коллективная, групповая, индивидуальная.

**Тип урока:** комбинированный (подготовка к восприятию нового, получение новых знаний, применение и закрепление новых знаний на практике, выработка умений).

**Роль учителя на уроке:** роль консультанта, его задача дать первоначальную информацию, правильно организовать работу учащихся на каждом этапе, помочь сделать выводы, направить исследование в концептуальном решении, сделать выводы, подвести итоги, перейти на следующий этап.

**Основные методы, используемые на уроке:** частично – поисковый, исследовательский,м.проектов.

**Мотивация темы:** использование демонстрационного материала, мультимедийной техники, создание проблемной, игровой ситуации.

**Продолжительность занятия:** 45 минут

**Цели занятия:**

Дидактические:

- учить зрительно, ориентироваться в потоке визуальной рекламной информации, понимать её язык.

- создавать условия для отработки понятия «Концепция фирменного стиля» в системе краткосрочных заданий.

Воспитательные:

- воспитывать положительный интерес к креативной работе дизайнера.

- способствовать расширению кругозора, любознательности, творческого отношения к труду.

Развивающие:

- способствовать развитию образного мышления и творческих способностей обучающихся;

- формировать умение работать в команде и эффективно планировать свое рабочее время;

- развивать навыки художественного анализа, культуру речи.

**Предполагаемый результат:** развитие компетенции умения решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях;

развитие компетенции осуществления поиска, анализа и оценки информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

**Учебное оборудование:**

**для преподавателя:**

- мультимедийная техника;

- технологическая карта, конспект учебного занятия;

**Для студента:** бумага, ручки, фломастеры, бейджи. Папки с символикой в дизайне и архитектуре.

**Критерии и методы диагностики уровня готовности студентов к учебному занятию** – беседа.

**Критерии и методы диагностики эффективности занятия:** беседа, взаимооценивание.

**Литература:**

- Андреева Р.П. – Иллюстрированный словарь по искусству и архитектуре, СПб Лира, 2003- 448с.

- Бореев, Ю. Эстетика. М.1988. Полит., литература**.**

**-** [Гордиенко А. Н*.*](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D1%80%D0%B4%D0%B8%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%2C_%D0%90%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%B5%D0%B9_%D0%9D%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B0%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%87) Энциклопедия символов. — М.: ЭКСМО, 2007. — 304 с.

- Джил М. «Гармония цвета»

**-** Роземмблюм Е.А. «Художник в дизайне» — М.:Искусство, 1985.

**-** Сурина, М.О. – Цвет и символ в искусстве, дизайне и архитектуре – М.:ИКЦ МарТ, 2003.- 288с

- Устин В.Б. «Композиция в дизайне» – М.:Астрель, 2010.- 358с

- Чернышев О.В. «Формальная композиция» - М.: ЭКСМО, 2000. — 405 с

Хронокарта учебного занятия

I. Организационный момент – 1 мин.

 Приветствие обучающихся и гостей

II. Основной этап – 30 мин.

 1. Введение в тему 4 мин.

- проверка знаний студентов

- подготовка к активному и сознательному усвоению нового материала

- постановка темы и целей

2. Изложение нового материала – 10 мин.

 - изложение нового материала

- проверка уровня усвоения новой темы

3. Закрепление изученного материала на практике –20 мин.

 - творческая работа

III.Заключительный этап - 10 мин.

- подведение итогов занятия

- рефлексия

Конспект учебного занятия,

Подготовительный этап

Студентам, заходящим в аудиторию, предлагается выбрать один из 4 фрагментов знака. Этим приёмом определяется, в какой из трёх групп (по четыре человека в группе), он будет работать.

Организационный момент - 1мин.

Добрый день, уважаемые студенты! Все готовы к занятию. На парте у вас тетрадь, альбом

*Активизирующее задание*

 Сегодня вам предстоит напряжённая творческая работа в группах. Чтобы она была эффективной, давайте поприветствуем друг друга дружным хлопком (приём психологического настроя). Если результат не был, достигнут повторить действие ещё раз. Теперь вы готовы к активной коллективной деятельности на уроке.

**Основной этап – 30 мин.**

Введение в тему **4 мин.**

**Проверка знаний студентов**

Моя профессия – дизайнер и я хотела задать вам вопрос:

-**В.** Скажите, пожалуйста, где мы с вами сталкиваемся с рекламой?

- **В.** Для нас потребителей реклама это хорошо или плохо?

- **В.** Что мы можем узнать из рекламы?

***Вывод*:** Из того что вы сказали можно сделать вывод, что при большом выборе товаров и услуг реклама полезна.

Подготовка к активному и сознательному усвоению нового материала

- Посмотрите, пожалуйста, на экран, на высказывание Джона Раскина - английского писателя, художника, теоретик искусства. (слайд №2)

 *«Искусство (и дизайн) представляет собой социальную необходимость, которой ни одна нация не может пренебречь, не подвергая опасности свой интеллектуальный уровень».*

***Вывод:***Если мы общество хотим чтобы чаще выбирали наши российские товары, а не китайские, американские и тогда будет больше создаваться рабочих мест в нашей стране, нам потребителям, необходима рекламная информация и язык для её понимания. На котором говорят дизайнеры всего мира.

-**В.** Какой рекламной продукцией вы уже пользуетесь, например, покупая сотовый телефон?

Те элементы, которые вы перечислили, входят в состав фирменного стиля. Это тема нашего урока (слайд №3)

Постановка темы и целей

*Объявление темы* **«Фирменный стиль»**

**Цель** нашего урока: ознакомить вас с элементами фирменного стиля и научить понимать его изобразительный язык.

Это очень большая и сложная тема. Дизайнеры нашего учебного заведения начинают изучать её на II курсе и до IV курса развивают свои навыки.

2.2. Изложение нового материала – **10 мин.**

Изложение нового материала

Давайте представим, мы с вами работаем в дизайнерской фирме. К нам пришёл клиент, мы получили от него заказ - разработать, для его предприятия «Фирменный стиль».

Проблемная ситуация

 **В.** Можем мы сейчас выполнить заказ клиента?

 Для того чтобы выполнить заказ нам необходимо помнить следующее: (слайд №4)

«**Фирменный стиль**» - это индивидуальный образ компании, зрительная система, которая используется для определения, опознания компании, ее индивидуальных особенностей корпоративная идентичность, её лицо.

*История* Он зародился от желания человека сообщить и показать свою индивидуальность, право собственности.

Показывая свою знатность, короли и королевы ставили свои монограммы на корреспонденции, также символика шла на щитах, шлемов и одежда рыцарей идентифицировать себя на турнирах и сражениях. Ещё со времён греков знаки ставили в качестве росписей, т.к. в большинстве своём были не грамотны. Фермеры клеймили скот, заявляя, таким образом, о своих правах, а так же ремесленники ставили свои знаки на изделиях.

В 1905 года художник Питер Бернс создал, возможно, самую первую фирменную систему – для немецкой компании AEG (Allgemeine Elektricitats) шестиугольный знак (слайд №5) на всех видах бумаг и продукции. Но она не сослужила большой роли.

В 50-60 –х годах двадцатого века люди поняли, сколь эффективен фирменный стиль, он выделяет, оказывает влияние.

***Фирменный стиль*** – состоит из: малого и большого пакета. (Просмотр слайда № 6).

Большой пакет это: листовки, плакаты, спец., одежда упаковка, т.е то что чаще всего сталкиваемся мы потребители.

**Малый пакет** состоит: (Просмотр слайда № 7).

- дизайн – концепции,

- название проекта;

- целевой аудитории;

- фирменного знака или логотипа;

- цветовой схемы, в которой выполнено всё дизайнерское решение;

- слогана.

1. Давайте рассмотрим понятие **концепция.**

**В.** – Кто - то знает что такое концепция? (Просмотр слайда № 8)

**Концепция** – это мысль, представление образная интерпретация жизни. Конкретная идейно – эстетическая направленность.

**Дизайн концепция** – закрепление замысла идеи знаковыми средствами, т.е. её основу, без чего весь наш разговор не имеет смысла.

**Знак –** схематичное изображение идеи, это материально выраженная замена предметов, явлений, понятий.

При поиске концепции дизайнер вооружается ручкой, бумагой и в виде словесного описания происходит поиск идеи.

2. **Название** (Слайд №9)

- **В**. Вспомните, пожалуйста, названия больших фирменных магазинов. («Магнит», «Пятёрочка», «Семья»).

У этих магазинов «говорящие названия», чем они запоминаются, и символичны.

3. **Целевая аудитория** – на кого в основном направлена идея. (Слайд № 10 -15)

 на молодежь; на изысканных женщин; на общее потребление, народ; на спортивную аудиторию; на деловых людей; на детей;

***4. Фирменный знак*** - говорит о выпускаемых изделиях или услугах, истории, качестве товаров. Он должен легко восприниматься, как в большом, так и в малом размере. Два вида: эмблема и логотип.(Слайд № 16 -18)

Знак (марка) – это графический символ, передающий характер фирмы. Иногда используют инициалы фирмы. (Пример BP British Petroleum). Они условны, абстрактны.

Логотип - состоит из буквенных форм, словесный фирменный знак с особым написанием.

В творческой работе вы будете самостоятельно создавать фирменные знаки, разрабатывать концепцию.

 Концепцию можно рассмотреть на системе оформления фирменных знаков:

- Tivo – цифровые видеомагнитофоны. Концепция: отказ от консервативности.

- PortalPlaer –технологии для плееров. Концепция: улыбки, доброжелательности.

Если стоит значок R знак охраняется законом

**5. Цветовые схемы.** (Слайд № 19)

Цвет у людей может вызвать мощные эмоции, поэтому при умелом использовании может стать эффектным средством воздействия.Цвета обращаются к чувствам, а не к логике человека, а именно это вызывает психологическую реакцию. Цвет может привлекать и отталкивать, вселять чувство спокойствия и комфорта или возбуждать и тревожить.

Как показывают специальные исследования, 80% цвета и света «поглощаются» нервной системой и только 20% — зрением.

У разных народов один и тот же цвет имеет разную символику, например:

-желтый: в Америке - процветание, в России - солнечность и разлуку; в Сирии - траур, смерть, в Индии - великолепие, в Бразилии – отчаяние.

*Приведем некоторые медицинские, физиологические и психологические характеристики цвета:*

-**красный**: теплый и раздражающий, стимулирует мозг, символ опасности и запрета, показывает деятельный настрой.

- **оранжевый**: жизнерадостный, импульсивный, учащает пульс, создает чувство благополучия, свидетельствует о реализме.

- **желтый**: стимулирует мозг, привлекает внимание и сохраняется в памяти дольше, чем другие цвета. Желтый, оранжевый цвета выбирают жизнерадостные, импульсивные люди.

- **светло-желтый** (лимонный): холодный, «кислый», отталкивающий, вызывает чувство незначительности, бесцветности;

- **золотистый**: олицетворяет стремление к власти и демонстрации своего превосходства;

- **зеленый**: успокаивает, снимает боль, усталость, уравновешивает, олицетворяет свежесть и естественность;

- **голубой**: антисептичен, удаленный, эффективен при невралгических болях;

- **синий**: создает внутреннюю силу и гармонию.

- **фиолетовый**: действует на сердце, легкие, кровеносные сосуды, увеличивает выносливость ткани, «примиряет» чувства между собой. Будучи дополнен зеленым или бирюзовым цветом, расслабляет и одновременно «провоцирует»;

- **белый**: символизирует чистоту. Для него характерно «самоустранение» его собственной силы, поэтому его лучше использовать в сочетании с синим, красным или зеленым;

- **бирюзовый**: холодность этого цвета делает необходимым его использование в сочетании с красным. Таким образом, он становится нейтральным и приемлемым во многих случаях;

- **коричневый**: вызывает ощущение стабильности и реалистическое настроение. «Тяжелый» по своей природе, он может быть использован в сочетании с родственными ему оттенками или темно-голубым цветом;

- **черный**: символизирует изящество;

- **белый**: символизирует чистоту ясность и доброту, цвет платья невесты;

- **розовый**: ощущение слабости, пустоты, а часто и слащавости;

- **светло**-зеленый: придает холодность окружающей среде.

Итак, мы с вами познакомились с символикой цветов. Для фирменного стиля выбирают 1 или 2 цвета, реже 3. Большое значение имеет сочетания цветов.

*Подведение итогов*: благодаря воздействию цвета мы сознательно или бессознательно делаем те или иные покупки, выполняем те или иные действия.

**6. Слоган** (слайд № 20)

**Слоган - это краткое высказывание, призыв.**

**Проверка уровня усвоения новой темы**

Просмотр слайда №8.

А теперь постарайтесь вспомнить рекламу по телевидению фирмы «Билайн».

**В.** - Какой зрительный летающий образ нам предлагали запомнить? Пчела. Полосатый в круге знак – «Билайн». Жужжит, везде летает.

Продолжение изложения нового материала

Закрепление изученного материала на практике –20 мин.

Задачи работы, распределение ролей, объём работ -5 мин.

Мы с вами сегодня, как и было, сказано раньше, работаем в трёх разных дизайн студиях.

Вас возглавляет *арт – директор*, он отвечает за творчество и представление команды, принимает творческие решения.

У нас в студии работает *копирайтер* – человек, который придумывает краткие изречения (слоганы) побуждающие купить товар или услугу, как пример: «Вы этого достойны».

*Дизайнеры*, согласно общей идее, схематично рисуют товарные знаки, подберают цветовые сочетания.

 Вам необходимо за 15 минут отведённого времени распределить обязанности, посовещавшись выбрать концепцию для малого фирменного стиля молодой сотовой компании. Арт – директор распределит дальнейшую работу.

После истекшего времени арт – директор или его представитель раскроет концепцию, зачитав её, покажет схематичный образ и раскроет символику цвета. Мы все вместе после защиты проголосуем за интересную идею.

 На столе для каждого члена команды есть папка с подобранным материалом, словарь символов, так же вы найдёте символику цвета.

Задание на карточке.

* Концепция – 4,5 прилагательных, название, на какую аудиторию направлена работа;
* Визуальный образ – фирменный знак схематично нарисовать;
* Цветовые сочетания;
* Слоган.

Посмотрите на таблицу, она вам подскажет некоторые направления для реализации вашей идеи. Не забудьте, что у символа есть 2 содержания – положительное и отрицательное. Выберите необходимый.

|  |  |
| --- | --- |
|  | Целевая аудитория |
|  | **Народная** | **Молодёжная** | **Деловая** | **Спортивная** | **Изысканная** |
| **Символи-ческие****образы** | ВерёвкаКоньдом | МостГолова | БашняВолкмолния | Ветер,Птица,дельфин | Арфа, Бабочка,корабль |
| Цвет | Яркие насыщ-е | Контрастныеяркие | Затемн-ыеКонт- ные | Яркие насыщ-е | СложныеПастельные |
| Линии | Узоры, волнистые | Ломанныегеометрические | Чёткиепрямые | Ломанные | ВолнистыеОкруглые |

*Например*: сильная, динамичная, стремительная фирма «Шерхан». Концепция направлена на аудиторию деловую. Её символом является тигр. Это обозначает доблесть, силу. Цветовое сочетание: чёрного и золотистого. Золотистый цвет – означает превосходство, чёрный – изящество. Слоган – быстрота и сила.

Показать схематично нарисованный товарный знак фломастером.

Практическая работа

Приступаем к выполнению заказа.

Выполнение групповой работы. Индивидуальная работа по мере возникновения трудностей.

III.Заключительный этап - 10 мин.

Подведение итогов работы – 7 мин.

Защита работ 2 минуты, по плану.

Посмотрите на предоставленный результат, выберите, какая работа вам кажется наиболее интересной. У какой фирмы вы сделали заказ? Проаргументируйте своё мнение. На столе лежат жетоны – отдайте, пожалуйста, свой голос фирме 1 или 2 или 3, чья концепция вам больше понравилась. По вашему коллективному выбору больше всех голосов набрала фирма.

Рефлексия - 3 мин

Мне понравились все ваши работы. Возможно, я бы отметила больший потенциал у фирмы №... Которая отличилась яркостью решения, полным объёмом работ, чёткостью изложения идеи. Вы смогли найти свой путь в большом потоке информации. Как только идея решена всё остальное дело техники и кропотливого труда по воплощению и продвижение товара или услуги на рынок.

Я уверена, теперь вы более сознательно будете относиться к рекламе. Будете понимать, что хотели дизайнеры вам сказать, а что побуждали сделать.

Благодарю всех за работу.

Технологическая карта урока

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Этапы урока** | **Вре-мя****(мин)** | **Задачи, решаемые на каждом этапе** | **Содержание деятельности преподавателя** | **Деятельность учащихся** | **Формируемые компетенции**  |
| **1. Организационный момент** | 1 мин | Знакомство, подготовка к совместной деятельности,  | Приветствие, знакомство со студентами. | Просматривают слайд № 1. |  |
| 1.1. Активизирующее задание |  | Снятие психологического барьера, мобилизация студентов. | Предлагает студентам поприветствовать друг друга и гостей дружным хлопком. | Хлопают в ладоши, приветствуют учителя и друг друга | Взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнёрами (ОК6) |
| ***2. Основной этап*** | 30 |  |  |  |  |
| 2.1.Введение в тему Мотивация к учебной деятельности | 2 | Проблемная ситуацияНаводящие вопросы | Организует беседу с помощью вопросов.Подводит к выводу. | Обсуждают личный опыт общения с рекламой. | **-** Принимать решение в нестандартных ситуациях (ОК3) |
| 2.2. Объявление темы, цели занятия | 1 | Введение в тему | -Обращается к высказыванию Джона Раскина. - Объявляет тему и цели урока. | Просматривают слайд № 2- 3 . |  |
| 2.3 Изложение нового материала | 10 | Получение новых знаний, формирование новых понятий. | Ознакомляет с понятиями: концепция, знак, символ, фирменный стиль. История развития фирменного стиля, малый фирменный стиль, его состав.Концепция в фирменном стиле, целевая аудитория.Символика в фирменном стиле.Использование знаков и символов. | Просматривают слайды презентацииСлайд № 4- 15 | Осуществлять анализ и оценку информации, необходимой для решения профессиональных задач, и личностного развития (ОК4) |
| 2.4 Проверка усвоения уровня новых знаний |  | Систематизация полученных знаний | Работа со слайдами. Преподаватель задаёт наводящие вопросы:- Подводит к выводу. | Отвечают на вопросы. Просматривают слайды презентации.Слайд № 21 | Осуществлять анализ и оценку информации, необходимой для решения профессиональных задач, и личностного развития (ОК4) |
| 2.5 Продолжение изложения нового материала |  | Получение новых знаний | Продолжение объяснения нового материала: символика цвета, воздействие цвета на человека. | Просмотр слайдов презентацииСлайд № 15- 20 | Владеть профессиональной терминологией (ПК7) |
| 2. 6 Практическая работа-Задачи работы, распределение ролей, объём работ  | 172 | Ознакомление с алгоритмом работыАктивизация образного мышления, применение знаний на практике | Определяет временные сроки, объясняет принцип распределения ролей, формы предоставления результата - Преподаватель на доске показывает пример выполнения задания. (***Концептуальный образ для новой сотовой компании)*** | Просматривают слайды презентации.Слайд № 22- 25 | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач (ОК2) |
| - Решение творческих задач- Работа со словарём, учебником, раздаточным материалом | 15 | Мозговой штурм, игривой момент, работа дизайн – студий. | Организует ход работы студентов, оказывает индивидуальную помощь в ходе практической работы | - Распределяют роли,выполняют задания:- записывают концептуальный образ на бумаге,- делают наброски на листе,- подбирают слоган,- цветовой образ |  |
| **3.Заключительная часть** 3.1. Контроль качества усвоения и осмысления материала | 9222 | Подведение итогов усвоения материала. | Проводит краткий анализ результатов практической работы деятельности студентов на уроке. | Защищают концепцию арт – директор или его представитель 1;2;3Оценивают работу группы | Работать в коллекти-ве, общаться с колле-гами (ОК6).Владеть профессиональной терминологией(ПК7) |
| 3.2 Рефлексия | 3 | Диагностика эмоционального состояния студентов | Обобщение, выводы по теме | Оценивают свою работу и урок в целом.Голосуют за ту или другую концепцию фирмы. | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК1) |