

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Ламидович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.09.2024 11:53:44
Уникальный программный ключ:
5cf0d6f89e80f49a334f6a4ba58e91f3326b9926

МУЛЛАХМЕДОВА С.С. ПАРАМАЗОВА А.Ш.

ОСНОВЫ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

**Учебно-методические рекомендации
к выполнению лабораторных работ**

Махачкала 2023

УДК 72 (075)

С.С. Муллахмедова, А.Ш. Парамазова Основы визуальных коммуникаций. Учебно-методические рекомендации к выполнению лабораторных работ. Махачкала, ДГТУ, 2023 г. - 19 с.

Материалы учебно-методических рекомендаций к выполнению лабораторных работ обеспечивают комплексный подход в проектировании средств визуальных коммуникаций, формируют у обучающихся профессиональные навыки в проектировании систем визуальных коммуникаций.

Предназначено для проведения практических занятий в области проектирования средств визуальных коммуникаций для бакалавров очной и очно-заочной форм обучения по направлению 54.03.01 «Дизайн», 09.03.03 «Прикладная информатика» (профиль Прикладная информатика в дизайне).

Составители:

- © **Муллахмедова С.С.**, к.э.н., доцент кафедры ГиМУ и курса «Дизайн» ФГБОУ ВО «ДГТУ», профессор РАЕ, заслуженный деятель науки РД
- © **Парамазова А.Ш.** заведующий курсом «Дизайн», ФГБОУ ВО «ДГТУ», член союза художников РФ, член ассоциации искусствоведов (АИС), заслуженный деятель искусств РД.

Рецензенты:

М.К. Курбанов ген. директор авторизованного учебного центра «Академия компьютерной графики»

Р.Д. Шахпазова к.э.н. доцент кафедры ГиМУ ФГБОУ ВО «ДГТУ», член Дагестанского Союза промышленников и предпринимателей

Печатается согласно Постановлению Ученого совета ФГБОУ ВО «ДГТУ»

© С.С. Муллахмедова,
© А.Ш. Парамазова,
© ФГБОУ ВО «ДГТУ», 2023 г.
© Оформление. ИП Тагиев Р.Х., 2023 г.

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	4
ТЕМЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	5
ТЕМА № 1. ПРИОРИТЕТЫ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ И МЕТОДОВ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЗРИТЕЛЯ В РАЗНЫХ ВИДАХ КОМПОЗИЦИИ	5
ТЕМА № 2. «ЗОЛОТОЕ СЕЧЕНИЕ». ЗНАЧЕНИЕ ПРОПОРЦИЙ. СТАТИКА, ХАРАКТЕРИСТИКИ, СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ. ВИДЫ СТАТИЧЕСКИХ КОМПОЗИЦИЙ В РЕКЛАМЕ. ПСИХОЛОГИЯ ВОСПРИЯТИЯ ФОРМЫ. ПЕРЦЕПТИВНАЯ ОБРАБОТКА ИНФОРМАЦИИ, ВОСХОДЯЩИЕ И НИСХОДЯЩИЕ ПРОЦЕССЫ	5
ТЕМА № 3. МЕТОДЫ РАБОТЫ С РАЗНОХАРАКТЕРНЫМИ ТЕКСТУРАМИ В КОЛЛАЖАХ. ТЕКСТУРА В «ФИРМЕННОМ СТИЛЕ»	5
ТЕМА № 4. ОБЪЕМ И ГРАФИКА. ОБЪЕМНЫЕ КОМПОЗИЦИИ В РЕКЛАМЕ. УПАКОВКА КАК ВИД РЕКЛАМЫ. ОБЪЕМНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ МОДУЛИ	6
ТЕМА № 5. ПРИМЕНЕНИЕ В РЕКЛАМЕ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ КОМПОЗИЦИОННОГО ПОСТРОЕНИЯ, ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ОПРАВДАННОСТЬ	6
ТЕМА № 6. ЗАВИСИМОСТЬ ЦВЕТА ОТ РАЗЛИЧНОГО ОСВЕЩЕНИЯ, ХАРАКТЕРА РАСПОЛОЖЕНИЯ И УДАЛЕНИЯ ОТ ЗРИТЕЛЯ. ОПТИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОВ В РЕКЛАМНОМ ОБРАЩЕНИИ. КАЧЕСТВО ЦВЕТА И ПОЛИГРАФИЯ. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЦВЕТОВЫЕ КООРДИНАТНЫЕ СИСТЕМЫ	6
ТЕМА № 7. АНАЛИЗ ИЗОБРАЖЕНИЯ, ЕГО ДОМИНИРУЮЩИХ ХАРАКТЕРИСТИК, ПОДБОР ОСНОВНЫХ ШРИФТОВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ДЛЯ ПОЛНОГО ВЫРАЖЕНИЯ ОБРАЗА	6
ТЕМА № 8. БАЗОВЫЕ БЛОКИ КОМПЛЕКТАЦИИ ЗАКАЗА: ГРАФИЧЕСКИЕ КОНСТАНТЫ, ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОБЪЕКТЫ-НОСИТЕЛИ, ЭЛЕМЕНТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ИНТЕРЬЕРОВ	7
ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ И ОФОРМЛЕНИЯ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ	8
ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»	9
ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ	12
КРОССВОРД ДЛЯ ПРОВЕРКИ ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ	14
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	16

ВВЕДЕНИЕ

Целью дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» является расширение и углубление подготовки в составе других базовых и вариативных дисциплин образовательной программы в соответствии с требованиями, установленными Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования для формирования у выпускника общепрофессиональных компетенций, способствующих решению профессиональных задач в соответствии с видом(ми) профессиональной деятельности: коммуникационная.

Для достижения цели поставлены задачи ведения дисциплины:

– подготовка студента по разработанной в университете Образовательной программе к успешной аттестации планируемых результатов освоения дисциплины;

– подготовка студента к освоению дисциплин «Менеджмент», «Разработка фирменного стиля»;

– подготовка студента к защите выпускной квалификационной работы;

– развитие социально-воспитательного компонента учебного процесса.

В результате изучения данной дисциплины обучающийся должен:

знать (обладать знаниями на минимальном уровне)

– основные правила выполнения и оформления графической документации;

– правила выполнения рисунка.

уметь использовать (обладать умениями на базовом уровне)

– анализировать рекламные тексты;

– использовать элементы построений изображений на чертежах;

– рисовать с натуры;

– выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ.

владеть (овладеть умениями на высоком уровне)

– методами построения изображений;

– методами выполнения рисунка.

ТЕМЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕМА № 1. ПРИОРИТЕТЫ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ И МЕТОДОВ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЗРИТЕЛЯ В РАЗНЫХ ВИДАХ КОМПОЗИЦИИ

Вопросы

1. Что такое визуальные коммуникации?
2. Перечислите элементы, составляющие структуру дизайна.
3. Основные вопросы дизайнера к рекламодателю, необходимые для создания успешной рекламы.
4. Основные принципы дизайна.

ТЕМА № 2. «ЗОЛОТОЕ СЕЧЕНИЕ». ЗНАЧЕНИЕ ПРОПОРЦИЙ. СТАТИКА, ХАРАКТЕРИСТИКИ, СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ. ВИДЫ СТАТИЧЕСКИХ КОМПОЗИЦИЙ В РЕКЛАМЕ. ПСИХОЛОГИЯ ВОСПРИЯТИЯ ФОРМЫ. ПЕРЦЕПТИВНАЯ ОБРАБОТКА ИНФОРМАЦИИ, ВОСХОДЯЩИЕ И НИСХОДЯЩИЕ ПРОЦЕССЫ

Вопросы

1. Что влияет на зрительное восприятие человека?
2. Каковы принципы композиции?
3. Где находится зрительный центр тяжести объявления? Иллюстрации?
4. Каким образом можно задать направление взгляда читателя?
5. Что такое средства гармонизации композиции?

ТЕМА № 3. МЕТОДЫ РАБОТЫ С РАЗНОХАРАКТЕРНЫМИ ТЕКСТУРАМИ В КОЛЛАЖАХ. ТЕКСТУРА В «ФИРМЕННОМ СТИЛЕ»

Вопросы

1. Дайте определения статике и динамике в композиционном пространстве?
2. Каковы средства построения статичной композиции?
3. Каковы средства построения динамичной композиции?
4. Определите целесообразность построения статичной или динамичной рекламной композиции, исходя из цели и объекта рекламы.

ТЕМА № 4. ОБЪЕМ И ГРАФИКА. ОБЪЕМНЫЕ КОМПОЗИЦИИ В РЕКЛАМЕ. УПАКОВКА КАК ВИД РЕКЛАМЫ. ОБЪЕМНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ МОДУЛИ

Вопросы

- 1 Каковы изобразительные возможности фактуры и текстуры при построении объемных композиций?
- 2 Определите факторы, влияющие на восприятии объемной композиции.
- 3 Опишите виды объемных рекламных носителей.
- 4 Назовите критерии оценки эффективной объемной композиции в рекламе.

ТЕМА № 5. ПРИМЕНЕНИЕ В РЕКЛАМЕ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ КОМПОЗИЦИОННОГО ПОСТРОЕНИЯ, ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ОПРАВДАННОСТЬ

Вопросы

1. Обоснуйте использование ритма в построении композиции особенностями психологического восприятия.
2. Перечислите наиболее значимые признаки формы для ритмизации композиции.

ТЕМА № 6. ЗАВИСИМОСТЬ ЦВЕТА ОТ РАЗЛИЧНОГО ОСВЕЩЕНИЯ, ХАРАКТЕРА РАСПОЛОЖЕНИЯ И УДАЛЕНИЯ ОТ ЗРИТЕЛЯ. ОПТИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО ЦВЕТОВ В РЕКЛАМНОМ ОБРАЩЕНИИ. КАЧЕСТВО ЦВЕТА И ПОЛИГРАФИЯ. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЦВЕТОВЫЕ КООРДИНАТНЫЕ СИСТЕМЫ

Вопросы

1. Какие цвета называются ахроматическими и хроматическими?
2. Как цвет воздействует на человека?
3. Как применяются цветовые системы в графике?
4. Найдите примеры графических композиций в различных цветовых системах.

ТЕМА № 7. АНАЛИЗ ИЗОБРАЖЕНИЯ, ЕГО ДОМИНИРУЮЩИХ ХАРАКТЕРИСТИК, ПОДБОР ОСНОВНЫХ ШРИФТОВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ДЛЯ ПОЛНОГО ВЫРАЖЕНИЯ ОБРАЗА

Вопросы

1. Что такое графическая символика?
2. Дайте определение графическому дизайну.
3. Какие виды типографских шрифтов вы можете перечислить?

**ТЕМА № 8. БАЗОВЫЕ БЛОКИ КОМПЛЕКТАЦИИ ЗАКАЗА:
ГРАФИЧЕСКИЕ КОНСТАНТЫ, ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ,
РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОБЪЕКТЫ-
НОСИТЕЛИ, ЭЛЕМЕНТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ИНТЕРЬЕРОВ**

Вопросы

1. Перечислите основные виды и макеты виды наружной рекламы.
2. Каково психологическое значение дизайн-элементов и рекламного сообщения для повышения эффективности коммуникаций в наружной рекламе?
3. Какова роль психологии в рекламе?
4. Перечислите наиболее устойчивые группы признаков, которые влияют на «обобщения» в рекламном сообщении, формируя тот или иной стереотип восприятия.

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ И ОФОРМЛЕНИЯ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

Для обучающихся по дисциплине «Основы визуальные коммуникации» предусмотрено выполнение лабораторных (творческих) работ в виде отчета на определенную тему.

Обучающийся выбирает тему работы в соответствии с собственными интересами из списка, предложенного преподавателем, либо получает тему непосредственно от преподавателя.

Работа выполняется на листах формата А4, все поля по 2 см, шрифтом Times New Roman Cyr, кегль 14, межстрочный интервал 1,0, абзацный отступ 1,25 см.

На первой странице лабораторной работы оформляется титульный лист.

Лабораторная работа должна быть выполнена обучающимся самостоятельно с опорой на рекомендованную в качестве основной и вспомогательной литературу, материалы лекций и практических занятий, словарей и других справочных изданий.

Преподаватель, принимающий зачет, оставляет за собой право задать дополнительные или уточняющие вопросы, потребовать объяснить позицию автора контрольной работы, если она вызывает сомнения.

В конце работы необходимо представить список использованной литературы, включая достоверные электронные ресурсы.

ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Вариант № 1

1 Разработайте эскиз коммерческого плаката для компании, занимающейся продажей офисной мебели.

2 Разработайте логотип для компании, занимающейся продажей офисной мебели.

3 Подберите шрифтовую гарнитуру и цветовое сочетание для фирменного стиля компании по продаже офисной мебели.

Вариант № 2

1 Разработайте дизайн пригласительного билета на мероприятие, посвященное открытию нового торгового центра.

2 Разработайте эскиз социального плаката для акции, посвященной раздельному сбору мусора.

3 Подберите гарнитуру для текста и цветовое решение визуальных элементов для компании, занимающейся продажей лечебных косметических средств.

Вариант № 3

1 Создайте макет оформления бортов транспорта мобильной кофейни.

2 Подберите шрифтовые гарнитуры (не менее трех) и цветовое решение к рекламному тексту мобильной кофейни.

3 Придумайте визуализацию (на выбор: плакат, флаер, настенный календарь, открытку) для компании, занимающейся продажей винтажных часов.

Вариант № 4

1 Придумайте эскиз коммерческого плаката для антикафе (свободного пространства), где платят не за еду, а за время.

2 Разработайте логотип для компании, занимающейся продажей одежды класса Люкс.

3 Придумайте оформление фирменного транспорта для компании, занимающейся продажей посуды ручной работы на примере ООО «Дом фарфора».

Вариант № 5

1 Придумайте эскиз рекламной листовки для компании мобильной связи (на выбор: Билайн, Мегафон, МТС и др.)

2 Создайте эскиз буклета с использованием корпоративных идентификаций для компании мобильной связи.

3 Разработайте эскиз обложки каталога предоставляемых услуг студией красоты.

Вариант № 6

1 Придумайте и разработайте эскиз в цвете логотипа компании, занимающейся пассажирскими авиаперевозками.

2 Придумайте эскиз наружной рекламы компании, занимающейся пассажирскими авиаперевозками.

3 Подберите шрифтовую гарнитуру, цветовое поле, и визуальные элементы для PR-текста для интернет-провайдера.

Вариант № 7

1 Разработайте эскиз обложки каталога для компании, занимающейся продажей отечественных автомобилей.

2 Разработайте эскиз щита (3x6) наружной рекламы для компании, занимающейся продажей грузовых автомобилей.

3 Разработайте логотип (в цвете и черно-белый вариант) для компании, занимающейся продажей натуральной косметики.

Вариант № 8

1 Разработайте эскиз фасадной вывески для сети вегетарианских кафе.

2 Разработайте эскиз логотипа для сети вегетарианских кафе.

3 Придумайте эскиз листовки в стиле комикса для компании, занимающейся продажей радиоуправляемых моделей.

Вариант № 9

1 Разработайте эскиз приглашения на фотовыставку, посвященную экологии.

2 Разработайте эскиз логотипа для компании, занимающейся продажей детского питания.

3 Разработайте эскиз рекламного плаката для компании, занимающейся продажей изделий из экоматериалов.

Вариант № 10

1 Разработайте в стиле поп-арта эскиз логотипа центра по оказанию образовательных услуг при вузе.

2 Разработайте эскиз рекламного плаката по продвижению образовательных услуг в области иностранных языков.

3 Разработайте эскиз баннера сайта для онлайн-курсов по ораторскому мастерству.

Вариант № 11

1 Разработайте логотип компании, занимающейся продажей фото- и видеооборудования.

2 Создайте эскиз социального плаката для благотворительной акции, посвященной донорству крови.

3 Подберите визуальный знак, цвет, шрифтовую гарнитуру и

соответствующий орнамент в стиле китча для рекламной кампании, фольклорного мероприятия с последующей продажей сувениров ручной работы.

Вариант № 12

1 Придумайте логотип для регионального мероприятия, посвященного ярмарке мастеров декоративно-прикладного и народного искусства.

2 Разработайте эскиз обложки каталога, для компании, продающей медицинское оборудование.

3 Разработайте эскиз сайта для компании, занимающейся продажей мужской галантереи из натуральной кожи в интернете.

Вариант № 13

1 Разработайте эскиз листовки для ремонта и настройки ПК.

2 Составьте эскиз наружной рекламы о ремонте ПК в стиле комикса (шит, билборд, реклама на транспорте, на городской уличной мебели и др.)

3 Разработайте эскиз сайта для онлайн-курсов по рисованию.

Вариант № 14

1 Разработайте эскиз щита наружной рекламы компании, занимающейся продажей бытовой техники.

2 Разработайте эскиз праздничной рассылочной открытки в стиле «пин-ап», посвященной ювелирным изделиям.

3 Разработайте эскиз рекламного объявления акции для компании, занимающейся продажей одежды в интернете.

Вариант № 15

1 Разработайте эскиз листовки для компании, занимающейся продажей мобильных телефонов.

2 Разработайте эскиз рекламы на общественном (трамвай, троллейбус, МТ, автобус) транспорте для компании, занимающейся продажей мобильных телефонов.

3 Разработайте эскиз рекламного плаката в стиле авангарда для студентов вуза, для онлайн-курсов по веб-дизайну.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

Вопросы для оценки результата освоения «Знать»:

1. Особенности творческого мышления.
2. Основы композиции в дизайне. Что такое композиция? В чем заключается проблема визуализации информации.
3. Основы организация композиции. Геометрический и композиционный центры, средства выделения композиционного центра, плановость в композиции.
4. Основные законы композиции, правила, приемы композиции.
5. Изобразительные средства графической композиции.
6. Особенности перцептивной обработки информации. Психология восприятия формы.
7. Сенсорное восприятие фактуры, тона и объема.
8. Особенности метрических и ритмических композиционных систем.
9. Психофизиологию зрительных ощущений и восприятия.
10. Закономерности психологической зависимости цветовосприятия.
11. Субъективные аспекты зрительного восприятия.
12. Символические и психологические характеристики цветов.
13. Использование цвета в различных видах рекламы.
14. Связь шрифта и образа, креативные методы выражения.
15. Типографика, системы гармонизации и соподчинения.
16. Изобразительные средства формирования имиджа фирмы.
17. Бриф для создания корпоративного стиля.

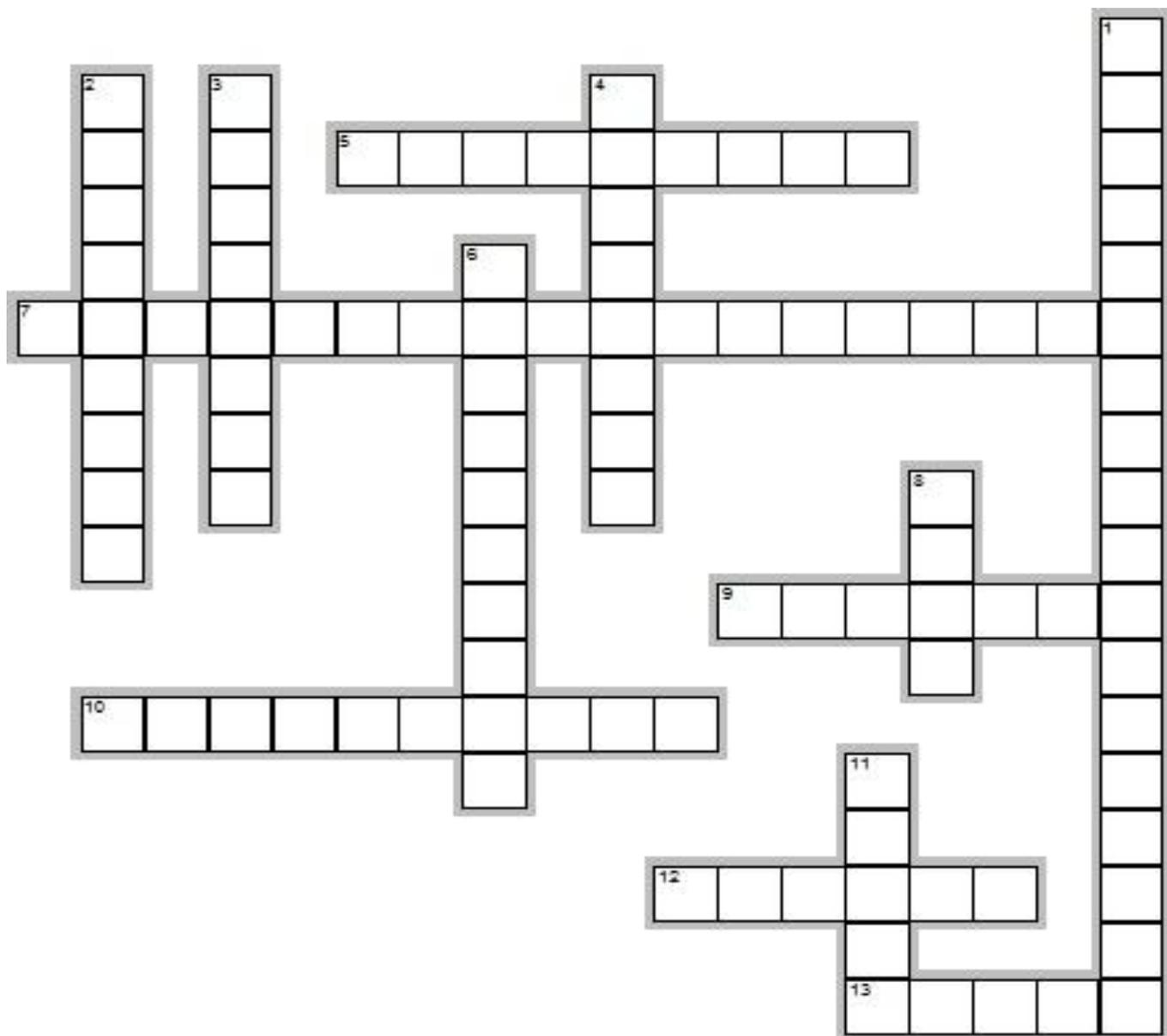
Вопросы для оценки результата освоения «Уметь использовать»:

1. Особенности творческого мышления.
2. Основы композиции в дизайне. Что такое композиция? В чем заключается проблема визуализации информации.
3. Основы организация композиции. Геометрический и композиционный центры, средства выделения композиционного центра, плановость в композиции.
4. Основные законы композиции, правила, приемы композиции .
5. Изобразительные средства графической композиции.
6. Особенности перцептивной обработки информации Психология восприятия формы.
7. Сенсорное восприятие фактуры, тона и объема.
8. Особенности метрических и ритмических композиционных систем.
9. Психофизиологию зрительных ощущений и восприятия.
10. Закономерности психологической зависимости цветовосприятия.
11. Субъективные аспекты зрительного восприятия.
12. Символические и психологические характеристики цветов.
13. Использование цвета в различных видах рекламы.
14. Связь шрифта и образа, креативные методы выражения.
15. Типографика, системы гармонизации и соподчинения.
16. Изобразительные средства формирования имиджа фирмы.
17. Бриф для создания корпоративного стиля.

Вопросы для оценки результата освоения «Владеть»:

1. Базовыми навыками визуализации информации.
2. Креативными методами выражения изобразительного образа.
3. Правилами построения плоскостной (фронтальной) и объемно-пространственной композиции как целостного произведения, где все изображаемые элементы (объекты) находятся во взаимосвязи и гармоническом единстве.
4. Владеть различными приемами, средствами, материалами и применять их в соответствии с замыслом в рекламе.
5. Методами развития творческого мышления.

КРОССВОРД ДЛЯ ПРОВЕРКИ ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ



По вертикали

1. Означает взаимное соотношение частей плоскости и пространства и их связь с единым целым
2. Равномерное размещение элементов по оси, делящее пространство на равные части
3. Художественный прием, сущность которого заключается в противопоставлении двух соотносящихся свойств, качеств, особенностей
4. Известный голландский историк и культуролог
6. Неравномерное размещение элементов при сохранении общего равновесия
8. Универсальное природное свойство. Он присутствует во многих явлениях действительности
11. Это оттенок, тонкое различие, едва заметный последовательный переход

По горизонтали

5. Используется в тех случаях, когда имеют место повторы одинаковых элементов

7. Это неоднократное повторение какого-либо элемента при одинаковом интервале

9. Эмоциональный образный строй формы определяется не только ее внутренней структурой, но и фактурой

10. Важнейший организующий компонент художественной формы

12. Новый вид деятельности по проектированию предметного мира

13. Первое государственное рекламное предприятие СССР

Ответы к кроссворду: по вертикали симметрия, контраст, хейзинга, пропорциональность, асимметрия, ритм, нюанс; по горизонтали тождество, метрический, повтор, фактура, композиция, дизайн, связь.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Адамс Ш. Словарь цвета для дизайнеров / Ш. Адамс. — М.: КоЛибри, 2018. — 272 с.
2. Алексеев А. Г. Дизайн-проектирование. — М.: Юрайт, 2020. — 91 с.
3. Аллен Дж. Базовые геометрические формы для дизайнеров и архитекторов / Дж. Аллен. — СПб.: Питер, 2017. — 85 с.
4. Ахремко В.А. Сам себе дизайнер интерьера. Иллюстрированное пошаговое руководство / В.А. Ахремко. — М.: Эксмо, 2018. — 96 с.
5. Барташевич А.А. Конструирование изделий из древесины. Основы композиции и дизайна / А.А. Барташевич. — Рн/Д: Феникс, 2017. — 48 с.
6. Берман Д. Do Good Design: как дизайнеры могут изменить мир / Д. Берман. — М.: Символ, 2015. — 200 с.
7. Бионика для дизайнеров: учеб. пособие для вузов / Н. В. Жданов, А. В. Скворцов, М. А. Червонная, И. А. Черныйчук. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2018. — 232 с.
8. Боун Э. Дизайнер интерьера / Э. Боун. — М.: Махаон, 2018. — 288 с.
9. Васильева В. А. Ландшафтный дизайн малого сада. — М.: Юрайт, 2020. — 185 с.
10. Вильямс Р. Дизайн для Недизайнеров / Р. Вильямс. — М.: Символ, 2015. — 192 с.
11. Воронова О.В. Сам себе ландшафтный дизайнер (новое оформление) / О.В. Воронова. — М.: Эксмо, 2015. — 184 с.
12. Воскобойников Ю.Е. Живопись для дизайнеров и архитекторов. Курс для бакалавров: Учебное пособие / Ю.Е. Воскобойников. — СПб.: Планета Музыки, 2015. — 104 с.
13. Голомбински К. Добавь воздуха! Основы визуального дизайна для графики веб и мультимедиа / К. Голомбински, Р. Хаген; Пер. с англ. Н.А. Римицан.. — СПб.: Питер, 2013. — 272 с.
14. Графический дизайн. Современные концепции: учеб. пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.]; отв. ред. Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2018. — 183 с.
15. Грибер Ю. А. Градостроительная живопись: монография / Ю. А. Грибер, Г. .. Майна. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Юрайт, 2019. — 133 с.
16. Дандо Паскаль Стань модельером! Дизайнерская одежда / Паскаль Дандо. — М.: АСТ, 2018. — 640 с.
17. Джанда М. Сожги свое портфолио! То, чему не учат в дизайнерских школах / М. Джанда. — СПб.: Питер, 2019. — 384 с.
18. Елочкин М.Е. Информационные технологии в профессиональной деятельности дизайнера / М.Е. Елочкин. — М.: Academia, 2016. — 396 с.
19. Ермаков М.П. Основы дизайна. Художественная обработка твердого и мягкого камня: Учебное пособие / М.П. Ермаков. — Рн/Д: Феникс, 2018. — 80 с.
20. Ермилова Д. Ю. Дизайн-проектирование костюма. — М.: Юрайт, 2020. —

177 с.

21. Жданов Н. В. Промышленный дизайн: бионика. — М.: Юрайт, 2020. — 122 с.
22. Журавлева О.Б. Основы педагогического дизайна дистанционных курсов / О.Б. Журавлева, Б.И. Крук. — М.: ГЛТ, 2013. — 168 с.
23. Като Т. Шьем текстильных кукол. Основы моделирования и дизайна / Т. Като. — М.: Контэнт, 2015. — 112 с.
24. Композиция костюма: учеб. пособие для академического бакалавриата / В. В. Ермилова, Д. Ю. Ермилова, Н. Б. Ляхова, С. А. Попов. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2016. — 449 с.
25. Кузвесова Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко. — М.: Юрайт, 2020. — 140 с.
26. Кузина Е. А. Дизайн интерьера общественного пространства магазинов. — М.: Юрайт, 2020. — 122 с.
27. Лаврентьев А. Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика. — М.: Юрайт, 2020. — 209 с.
28. Лившиц В. Б. Художественное материаловедение: ювелирные изделия: учеб. пособие для академического бакалавриата / В. Б. Лившиц, В. И. Куманин, М. Л. Соколова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2018. — 208 с.
29. Литвина Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2019. — 181 с.
30. Лысиков А.Б. Красивые сады. Секреты ландшафтных дизайнеров / А.Б. Лысиков. — М.: АСТ, 2016. — 224 с.
31. Маилян Л.Р. Справочник современного дизайнера / Л.Р. Маилян. — Рн/Д: Феникс, 2016. — 256 с.
32. Мелкова С. В. Дизайн-проектирование костюма. — М.: Юрайт, 2021. — 142 с.
33. Митина Н. Маркетинг для дизайнеров интерьера. 57 способов привлечь клиентов / Н. Митина, Горск. — М.: Альпина Паблишер, 2018. — 168 с.
34. Мортон К. Сделай жизнь прекрасной. Потрясающие идеи для творчества от культовых дизайнеров мира моды / К. Мортон. — М.: Одри, 2016. — 240 с.
35. Нартя В. И., Суиндигов Е. Т. Основы конструирования объектов дизайна. Учебное пособие. — М.: Инфра-Инженерия, 2019. — 264 с.
36. Опарин С. Г. Здания и сооружения. Архитектурно-строительное проектирование: учебник и практикум для СПО / С. Г. Опарин, А. А. Леонтьев. — М.: Юрайт, 2018. — 283 с.
37. Основы дизайна и композиции: современные концепции: учеб. пособие для СПО / Е. Э. Павловская [и др.] ; отв. ред. Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2019. — 183 с.
38. Павловская Е. Э. Графический дизайн. Выпускная квалификационная работа. — М.: Юрайт, 2020. — 228 с.
39. Павловская Е. Э. Графический дизайн. Современные концепции. — М.: Юрайт, 2020. — 120 с.
40. Павловская Е. Э. Основы дизайна и композиции: современные концепции.

- М.: Юрайт, 2020. — 120 с.
41. Панкина М. В. Графический дизайн. Выпускная квалификационная работа. — М.: Юрайт, 2020. — 198 с.
42. Панкина М. В. Экологический дизайн. — М.: Юрайт, 2020. — 198 с.
43. Пинк Т. Дизайнерские принты в стиле дудлинг / Т. Пинк. — Мн.: Попурри, 2017. — 288 с.
44. Поморов С.Б. Живопись для дизайнеров и архитекторов. Курс для бакалавров: Учебное пособие / С.Б. Поморов, С.А. Прохоров, А.В. Шадулин. — СПб.: Планета Музыки, 2015. — 104 с.
45. Розенсон И.А. Основы теории дизайна: Стандарт третьего поколения / И.А. Розенсон. — СПб.: Питер, 2016. — 240 с.
46. Сергиенко Т. Дизайнерские украшения своими руками / Т. Сергиенко. — М.: Рипол-классик, 2017. — 256 с.
47. Слово дизайнеру: принципы, мнения и афоризмы всемирно известных дизайнеров / Под ред. Бейдер С. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. — 56 с.
48. Соловьев Н. К. Дизайн исторического интерьера в России. — М.: Юрайт, 2020. — 273 с.
49. Терская Л. А. Основы технологии производства из меха: меховая отделка: учеб. пособие для СПО / Л. А. Терская. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2018. — 143 с.
50. Технология художественного литья: учеб. пособие для СПО / Л. Т. Жукова, В. Б. Лившиц, В. П. Соколов, И. В. Ульянов; под ред. В. Б. Лившица, В. П. Соколова. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2017. — 152 с.
51. Триггс Т. Школа искусств. 40 уроков для юных художников и дизайнеров / Т. Триггс, Д. Фрост. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. — 320 с.
52. Уильямс Р. Дизайн. Книга для недизайнеров. Принципы оформления и типографики для начинающих / Р. Уильямс. — СПб.: Питер, 2019. — 240 с.
53. Франк Я. Дневник дизайнера-маньяка / Я. Франк. — М.: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2019. — 336 с.
54. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для вузов / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2019. — 208 с.
55. Черняева Е.В. Основы ландшафтного дизайна / Е.В. Черняева. — М.: Фитон XXI, 2013. — 120 с.
56. Чихольд Я. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера / Я. Чихольд. — М.: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2018. — 248 с.
57. Шевцова Г. В. Английский язык для дизайнеров (B1-B2): учеб. пособие для бакалавриата и специалитета / Г. В. Шевцова, Е. Б. Нарочная, Л. Е. Москалец; под ред. Г. В. Шевцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2019. — 288 с.
58. Шокорова Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация. — М.: Юрайт, 2020. — 111 с.
59. Шокорова Л. В. Стилизация в дизайне и декоративно-прикладном искусстве. — М.: Юрайт, 2020. — 111 с.

СВЕТЛАНА СЕРГОВНА МУЛЛАХМЕДОВА

АСИЯТ ШАМИЛЬЕВНА ПАРАМАЗОВА

**Учебно-методические рекомендации по дисциплине
«Основы визуальных коммуникаций»**