

УНИВЕРСИТЕТ «ТУРАН-АСТАНА»



УТВЕРЖДЕНА
на заседании Ученого совета
протокол № 3 от «22» октября 2025 г..

ПРОГРАММА КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА

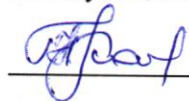
Образовательная программа 6В02101 «Дизайн»

Астана, 2025

Программа разработана кафедрой «Дизайн, сервис и туризм» университета «Туран-Астана»

Программа обсуждена на заседании кафедры «ДСиТ»,
протокол № 2 от «3» октября 2025 г

Заведующая кафедрой «ДСиТ»



Кабашева Н.В.

1. Цель комплексного экзамена по специальности

Настоящая программа комплексного экзамена по ОП 6В02101 «Дизайн» основана на Государственном общеобязательном стандарте образования Республики Казахстан, утвержденный Приказом МОН РК от 31 октября 2018 г №604 (с изменениями и дополнениями протокол №1 от 28.09.2019); и по специальности 5В042100 Дизайн. Академической политикой Университета «Туран-Астана», утвержденного приказом Ректора от 05 марта 2019 г. №128-УП.

Целью комплексных экзаменов является определение соответствия уровня подготовленности выпускников требованиям ГОСО. При этом проверяются как теоретические знания, так и практические навыки выпускника в соответствии с ОП 6В02101 «Дизайн».

2. Регламент проведения комплексного экзамена по специальности

Итоговая аттестация проводится в форме одного комплексного экзамена по дисциплинам:

- Элементы и процессы профильного дизайна;
- Композиция I;
- Рекламная и печатная графика;
- Проектирование объектов профильного дизайна.

Итоговая аттестация проводится в соответствии с академическим календарем. К экзамену допускаются лица, завершившие полный курс обучения (освоено не менее 300 кредитов) и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Прием комплексного экзамена осуществляет аттестационной комиссией (АК). Председатель АК и персональный состав комиссии утверждается Ректором университета «Туран-Астана».

Программа комплексного экзамена доводится до сведения студентов не позднее, чем за месяц до предполагаемой даты экзамена.

Обсуждение и окончательное оценивание ответов студента АК проводит на закрытом заседании, определяя итоговую оценку – в балльно-рейтинговом значении (таблица).

Результаты комплексного экзамена доводятся до студента сразу после закрытого заседания АК. Студент, получивший на государственном экзамене оценку «неудовлетворительно» не имеет права пересдавать в текущем учебном году.

3. Критерии и показатели оценки знаний студентов

№	Оценка в буквенной системе	Цифровой эквивалент баллов	%-ное содержание	Оценка по традиционной системе	Показатели критериев оценивания
1	2	3	4	5	6

1	A	4,0	95-100	отлично	<ol style="list-style-type: none"> 1. Полностью, правильно с учётом современной теории излагает материал; 2. Показывает дополнительные знания; 3. Теоретические знания увязывает с практикой; 4. Свободно владеет терминологией; 5. Устанавливает причинно-следственные связи; 6. Умеет делать прогноз; 7. Уверенно отвечает на дополнительные вопросы.
	A	4,0	95-100		
2	A-	3,67	90-94	отлично	<ol style="list-style-type: none"> 1. Правильно с учётом современной теории излагает материал; 2. Отвечает полностью, самостоятельно делает выводы и обобщения; 3. Хорошо знает терминологию; 4. Устанавливает причинно-следственные связи; 5. Полностью отвечает на дополнительные вопросы.
3	B+	3,33	85-89	хорошо	<ol style="list-style-type: none"> 1. Хорошо излагает материал; 2. Отвечает полностью, самостоятельно делает выводы и обобщения; 3. Владеет терминологией; 4. Владеет логикой; 5. Отвечает на дополнительные вопросы.
4	B	3,0	80-84		<ol style="list-style-type: none"> 1. Знает основной материал; 2. Обоснованно приводит примеры; 3. Делает обобщения и выводы; 4. Допускает неточности в терминологии, логике изложения; 5. Отвечает на дополнительные вопросы.
5	B-	2,67	75-79		<ol style="list-style-type: none"> 1. Знает основной материал, но отвечает сбивчиво без логики; 2. Допускает неточности при пользовании терминами; 3. При ответах на дополнительные вопросы допускает ошибки.
6	C+	2,33	70-74		<ol style="list-style-type: none"> 1. Имеет только основы теоретических знаний; 2. Не умеет делать выводов и обобщений; 3. Не пользуется терминологией; 4. Отвечает на дополнительные и уточняющие вопросы.
7	C	2,0	65-69		удовлетворительно

8	C-	1,67	60-64		1.Имеет неполные знания основного материала; 2.Допускает неточности, не умеет делать выводы, обобщения; 3. Не владеет логикой; 4.Допускает ошибки при ответах на дополнительные вопросы.
9	D+	1,33	55-59		1.Не знает значительной части материала; 2. Слабо ориентируется в материале; 3. Не владеет логикой ответа на вопрос; 4.Затрудняется отвечать на дополнительные вопросы.
10	D	1,0	50-54		1. Знание и понимание основ теории с допущением существенных неточностей, некоторая поверхностность, снижающая понимание, но способность с помощью наводящих вопросов преподавателя приходиться к правильному суждению.
11	F	0	0-49	неудовлетворительно	1. Отрывочные знания, изложение их без понимания смысла; 2. Дополнительные вопросы членов комиссии только затрудняют мысль, формально заученные положения теории.

4. Содержание комплексных экзаменов

Тематика экзаменационных вопросов соответствует избранным разделам из учебных программ циклов, предусмотренных ГОСО специальности 5В042100 - Дизайн

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ, ВЫНОСИМЫХ НА КОМПЛЕКСНЫЙ ЭКЗАМЕН ДИСЦИПЛИН

5.1 ЭЛЕМЕНТЫ И ПРОЦЕССЫ ПРОФИЛЬНОГО ДИЗАЙНА

5.1.1 Изучение роли и значения элементов и процессов в дизайнерском проектировании. Дизайн включает в себя анализ и понимание роли различных элементов и процессов в создании визуальных решений. Это означает изучение влияния формы, цвета, текстуры, композиции и других элементов на восприятие и воздействие дизайна на зрителя. Дизайнеры стремятся использовать эти элементы таким образом, чтобы достичь определенных эмоциональных, функциональных и эстетических целей в своих работах.

- **Семиотика и коммуникация:** Семиотика и коммуникация в дизайне изучают процессы восприятия знаков и символов и их влияние на передачу информации через визуальные средства. Дизайнеры анализируют, как различные цвета, формы, текстуры и композиции воспринимаются и интерпретируются зрителями, чтобы эффективно коммуницировать свои идеи, концепции и сообщения через дизайн.
- **Психология восприятия:** Психология восприятия в дизайне изучает, как различные аспекты дизайна, такие как цветовые предпочтения, принципы

композиции и другие факторы, влияют на эмоциональное воздействие на зрителей. Дизайнеры учитывают эти аспекты при создании своих работ, стремясь вызвать определенные эмоции, настроение и реакции у своей аудитории.

- **Функциональность и эргономика:** Функциональность и эргономика в дизайне касаются взаимодействия человека с предметами окружающей среды. Это включает аспекты доступности, удобства использования и эффективности дизайна. Дизайнеры стремятся создавать продукты и интерфейсы, которые легко воспринимаются и используются пользователем, а также соответствуют его потребностям и ожиданиям.

5.1.2. Основные элементы графического дизайна

- **Типографика - основные типы шрифтов:** Графический дизайнер работает с различными типами шрифтов, такими как засечки (с заметными вертикальными или горизонтальными частями символов), без засечек (с пропорционально распределенными символами), декоративные шрифты и рукописные стили. Каждый шрифт имеет свой характер и ассоциируется с определенными эмоциями и настроениями.
- **Принципы композиции текста:** Это включает в себя размещение текста на странице или в макете с учетом его структуры, читаемости, визуального баланса и эстетики. Принципы композиции текста включают в себя выбор размера шрифта, межбуквенного и межсловного расстояния, а также выравнивание и распределение текста на странице.
- **Психология цвета:** Цвета могут оказывать сильное влияние на эмоции, настроение и восприятие человека. Графический дизайнер должен учитывать психологические аспекты цвета при выборе цветовой палитры для своих работ. Цветовые модели: Это системы, используемые для описания и представления цвета в графическом дизайне. Некоторые из наиболее распространенных цветовых моделей включают RGB (красный, зеленый, синий) для работы с цветом в цифровом формате, CMYK (циан, желтый, черный) для печати, и HSB (оттенок, насыщенность, яркость) для работы с цветом по его характеристикам. -----**Применение цвета в дизайне:** Графический дизайнер использует цвет для создания визуальной привлекательности, передачи информации и выражения эмоций. Цвет может использоваться для выделения ключевых элементов, создания контраста, подчеркивания иерархии, а также для усиления брендовой идентичности.
- **Изображения и графика:** основные виды графических элементов, их роль и применение
Графические элементы играют важную роль в создании эффективных и привлекательных дизайнов, помогая дополнить текст, улучшить восприятие информации и создать связь с аудиторией. Использование разнообразных графических элементов позволяет дизайнерам эффективно передавать свои идеи и концепции, делая информацию более доступной и привлекательной для зрителей

5.1.3. Принципы композиции и композиционные приемы. Принципы композиции и композиционные приемы являются основой успешного графического дизайна, обеспечивая организацию элементов в макете и создавая визуальное единство.

- **Законы композиции:**

Баланс: Это равновесие между визуальными элементами в макете. Баланс может быть симметричным (когда элементы расположены симметрично относительно центральной линии) или асимметричным (когда элементы распределены по весу и размеру, чтобы создать равновесие).

- **Контраст:** Создание различий между элементами, чтобы привлечь внимание к ключевым деталям. Контраст может быть достигнут с помощью различий в цвете, форме, размере или текстуре.

- **Ритм:** Повторение определенных элементов в макете для создания ощущения движения и единства. Ритм может быть равномерным или изменчивым в зависимости от целей дизайна.
- **Пропорции и масштаб:** Это соотношение размеров и пропорций элементов в макете. Правильное использование пропорций и масштаба помогает создать гармоничный и сбалансированный дизайн.
- **Сетки и сеточные системы:** Применение сеток для организации макетов обеспечивает структурированность и логическое размещение элементов. Сеточные системы помогают дизайнерам выравнивать и распределять контент на странице или в макете, облегчая чтение и восприятие информации.
- **Группировка и выравнивание элементов:** позволяет объединить их в логические кластеры, что делает макет более читабельным и удобным для восприятия. Выравнивание элементов обеспечивает упорядоченное размещение и создает визуальную связь между ними.

5.1.4. Типографика и дизайн текста

- **Особенности различных типов шрифтов и их применение.** Шрифты подразделяются на различные семейства, такие как шрифты с засечками (серифные), без засечек (безсерифные), декоративные, рукописные и т. д. Каждое семейство имеет свой характер и подходит для определенного стиля и контекста.
- **Читаемость и легкость восприятия текста.** Некоторые шрифты имеют различные стили и веса (например, обычный, полужирный, курсив и др.), что позволяет создавать разнообразные эффекты и акценты в тексте. Размер шрифта должен быть достаточным для удобного чтения. Обычно для основного текста используется размер от 10 до 12 пунктов, но в зависимости от контекста он может быть больше или меньше.
- **Типографские правила и нормы .Выравнивание текста:** Текст может быть выровнен по левому, правому, центральному или двустороннему краю в зависимости от стиля и требований дизайна.
Расстановка дефисов, кавычек и знаков препинания: Правильная расстановка дефисов, кавычек и знаков препинания влияет на читаемость и эстетику текста.
Использование кегля: Кегль шрифта определяет его размер и важен для создания удобного чтения текста.

5.1.5. Цветовой дизайн

- **Цветовая теория и психология цвета.** Цвета могут оказывать сильное влияние на эмоции, настроение и поведение людей. Например, красный ассоциируется с энергией и страстью, синий - с уверенностью и спокойствием, зеленый - с природой и спокойствием. Понимание психологии цвета помогает дизайнерам выбирать подходящие цветовые схемы для своих работ.
- **Выбор цветовой палитры и ее воздействие на аудиторию.** Для создания гармоничной цветовой палитры можно использовать различные методы, такие как аналогичные, комплементарные, триадные сочетания цветов. Цветовая палитра может влиять на настроение и восприятие аудитории. Например, яркие и насыщенные цвета могут привлечь внимание и вызвать эмоции, в то время как нейтральные и пастельные тона могут создать спокойную и умиротворенную атмосферу. Цветовой дизайн требует понимания цветовой теории, психологии цвета и умения правильно подбирать цветовые сочетания для конкретных задач и целей дизайна.

5.1.6. Процесс создания графического дизайна

- **Исследование проекта** -этот этап включает в себя изучение целей и требований проекта, анализ целевой аудитории, изучение конкурентов и определение ключевых сообщений, которые должны быть переданы через дизайн.

- **Создание эскизов и макетов.** На этом этапе дизайнер начинает разрабатывать концепции и идеи для дизайна, создавая ручные эскизы или черновые макеты. Это позволяет визуализировать концепции и экспериментировать с различными вариантами дизайна.

- **Работа с программным обеспечением для графического дизайна.** После выбора определенного концепта дизайнер переходит к созданию окончательного макета с использованием специализированного программного обеспечения для графического дизайна, такого как Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign, Sketch или других аналогичных программ. В этом процессе дизайнер работает над композицией элементов, выбором шрифтов, цветовой палитрой, добавлением изображений и графики

5.1.7. Адаптация для различных медиа-платформ, является ключевым аспектом современного графического дизайна, учитывая разнообразие устройств и платформ, на которых пользователи потребляют контент.

- **Особенности дизайна для веба, печати, мобильных устройств и социальных медиа.**

Дизайн для веба: Веб-дизайн требует учета различных параметров, таких как размеры экрана, тип устройства, пропорции и разрешение. Это также включает в себя адаптацию для различных браузеров и учет того, что контент может быть просмотрен на различных устройствах с разными характеристиками.

Дизайн для печати: При дизайне для печати важно учитывать особенности типографики, разрешение изображений, цветовую гамму для конкретного типа печати (например, СМΥК для полиграфии), а также ориентацию и формат документа.

Дизайн для мобильных устройств: Мобильный дизайн должен быть оптимизирован для маленьких экранов, учитывая ограниченное пространство и специфические возможности взаимодействия, такие как сенсорные экраны и жесты. Важно также учитывать скорость загрузки и адаптировать контент для мобильного интернета.

Дизайн для социальных медиа: Дизайн для социальных медиа должен быть привлекательным и подходящим для конкретной платформы, учитывая ее форматы и требования к изображениям и видео. Это также включает в себя оптимизацию контента для привлечения внимания в быстром темпе потока новостей.

- **Адаптивный дизайн и его значение в современном мире.** Значение в современном мире: С увеличением разнообразия устройств и способов доступа к интернету адаптивный дизайн становится все более важным. Успешный графический дизайн требует учета особенностей различных медиа-платформ и адаптацию контента и интерфейсов под разнообразные условия эксплуатации.

5.1.8. Оформление проектной документации на стадии дизайн – проектирования

- **Техническое описание проекта:** Краткое описание проекта, его целей и задач. Функциональные и технические характеристики, а также критерии приемки и сроки выполнения.

- **Исследование и анализ:** Стратегия проекта и основные направления дизайна.

- **Концепция и эскизы:** Представление основных идей и концепций дизайна через эскизы, макеты.

- **Описание элементов дизайна:** - включает типографику, цветовую палитру, композицию, графические элементы.

- **Технические решения и спецификации:** Описание технических аспектов проекта, таких как используемые программные средства, форматы файлов, технологические ограничения.

- **Графическая документация:** Иллюстрации, схемы, диаграммы и другие графические материалы, которые помогают визуализировать проект и обеспечивают дополнительную информацию для понимания.

- **Презентация и демонстрация:** Визуальные материалы и презентации, которые используются для представления проекта заказчику или заинтересованным сторонам. Это может включать в себя презентации PowerPoint, демонстрационные видео, интерактивные прототипы.

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Адамс С. Дизайнерлерге арналған түсті сөздік. - М.: Colibri, 2018. -272 б.
2. Бегімбай К.М. Графикалық дизайн: Оқулық. -Алматы: Эверо, 2020. -192 бет.
3. Дизайнерлерге арналған бионика: оқу құралы. / Н.В.Жданов, А.В.Скворцов, М.А.Червонная, И.А.Черныйчук. - 2-ші басылым. - М.: Юрайт, 2018. -232 б.
4. Дүкен И.Н. Формирование смысла в графическом дизайне. Метаморфозы визуальных образов: учебник для вузов. - М.: МГТУ им. А. Н. Косыгин, 2020. -- 296 С.
5. Шокорова Л. В. Стилизация в дизайне и декоративно-прикладном искусстве. — Москва: Юрайт, 2023. — 74 с.
6. Сабитов А.Р., Ахмедова А.т., Золотухина Е.И. Основы дизайна 1. -Алматы: КазГАСА, 2015. -16 стр.
7. Гаптил А.Л. Работа пером и тушью. -Минск: Пер.санг.А.Ф. Зиновьев.-Минск:ООО «Попурри», 2016. -256 с
8. James Goggin. "Stylization: A History and a Theory". 2017, Bloomsbury Academic, -280 pages.
9. Jared Dahl Aldern7 "Stylized: A Saturated History of Stylization in Design". Thames & Hudson, 2020. -224 pages.

Дополнительная литература

1. Павловская Е. Э. Графический дизайн. Современные концепции. — М.: Юрайт, 2020. — 120 с.
2. 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.
3. Лакшми Бхаскаран. Дизайн және уақыт. Қазіргі өнер мен сәулет өнеріндегі стильдермен бағыттар. М., Арт-бұлақ, 2018 ж.
4. Джолли Макдональд. "Элементы композиции". -М.: Юрайт, 2016. -224 с.
5. Базарбаева Н.М., Бейсенкулов А.А., Улдарбекова К.Б. «Журналды безендірудегі көркемдік шешімдер: генезисі және бүгінгі инновациялық өзгерістері». Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. № 4(141)/2022. 109-123 б.б. <https://buljourn.enu.kz/index.php/main/article/download/123/75>.
6. Жумабекова Г.М. Қазақтың зергерлік өнеріндегі стильдік бағыттар және олардың сипаттамалық ерекшеліктері. Қастеев оқулары-2021. «Мәдениет кеңістігі және тарихи сана»: ғылыми-практикалық конференция материалдары – Алматы, 2021. – 194 б. 36-40 б.б. <https://www.gmirk.kz/kk/nauka/konferentsii/150-asteev-o-ulary-2021>.
7. Katie Mantooth. Elements & Principles of Art & Design. / Definition & Examples. 11/21/2023. 33-45 pp. <https://study.com/academy/lesson/the-basic-elements-principles-of-art.html>.
8. Рунге В. Ф. История дизайна науки и техники. Книга первая -М., «Архитектура -С» 2016. -368 с.:ил.

Доступные онлайн - ресурсы:

1. ТАУ электронды кітапханасының ресурстары (ТАУ сайты, E-Library бөлімін қараңыздар) - <http://it.mmcs.sfedu.ru/files?func=select&id=1206>.
2. Стилизация графическая. <https://www.youtube.com/watch?v=e0X3d1f7G-k>.
3. Начала графики. <https://www.youtube.com/watch?v=FBdD8wJpNdE>.
4. Как сделать стилизацию. https://www.youtube.com/watch?v=Z_Ivx41Z2EE.
5. 3 современных абстрактных постера.
<https://www.youtube.com/watch?v=ke7kEBqHLbI>.

Отечественные издания:

1. Eurasian Journal of Economic and Business Studies, EJEBS. ISSN: 2789-8253 (Print)/ 2789-8261 (Online) <https://ejeb.com>.
2. Engineering Journal Of Satbayev University. eISSN 2959-2348.
<https://vestnik.satbayev.university/>.
3. «Qazaq Journal of Young Scientist» халықаралық ғылыми журналы. ISSN: 2959-1279.
<https://qazaqjournal.kz/>.
4. Қазақстан Педагогика Ғылымдары Академиясының Хабаршысы
<https://www.apnk.kz/kz/zhurnal-vestnik>.
5. «ҒЫЛЫМ». Ғылыми-өндірістік журналы. ISSN 1684-9310. <https://journal.kineu.kz/kk/>.

Международные издания:

1. Graphics International: The magazine for the creative graphic design.
<https://www.theprintarkive.co.uk/products/graphics-international-the-magazine-for-the-creative-graphic-design>.
2. Grafik magazine. <https://www.grafikmagazine.co.uk/>.
3. Communication Arts. <https://www-commarts-com.translate.google/magazine/2024->.
4. Computer Arts. https://www.instagram.com/p/B_XHwDEhjNb/.
Computer Graphics World. www.cgw.com.

5.2 КОМПОЗИЦИЯ I

5.2.1 Композиция, ее основные виды и категории

Плоскость. Свойства плоскости. Антропоморфизм и анимизм восприятия плоскостных композиций.

5.2.2. Типы композиционного построения на плоскости.

Принципы подобия, определения, примеры подобия в дизайне. Композиционные построения на основе принципа подобия, «S» образные композиции. У.Хогарт о композиционном построении на плоскости. Виды двухмерной композиции. Композиционные построения на основе «скоса угла», дугообразности, крестообразности, вписывания в треугольник, в круг. Л.Ф.Жегин о композиционных построениях на плоскости.

5.2.3. Объем.

Понятие объема. Площадь и монумент. Отдельно стоящее здание и сооружение. Ле Корбюзье об объемной композиции. Гармонизация объемной формы. Эволюция композиционных приемов, выявление объема сооружения.

5.2.4. Пространство.

Пространственные виды искусств. Эволюция представлений о пространстве. Определение архитектурного пространства. Свойства архитектурного пространства. Внешние и внутренние пространства. Объем и плоскость в пространстве. Малые

архитектурные пространства. Восприятие пространства и объемной формы. Единство и соподчиненность форм в пространственных искусствах.

5.2.5. Основные композиционные правила и приемы.

Ритм.

Определение ритма. Ритм в природе и технике. Ритм на плоскости. Ритм в пространстве. Пространственный ритм в архитектуре.. Проекция пространственного ритма на плоскости. Временной ритм. Пространственно-временной ритм.

5.2.6. Симметрия, асимметрия, диссимметрия.

Виды симметрии. Симметрия в искусстве. Симметрия в архитектуре и дизайне. Симметрия на плоскости. Стмметрия в пространстве. Архитектурный масштаб. Определение, примеры проявления в произведениях архитектуры в дизайне. Принципы подобия, определения, примеры подобия в архитектуре и в дизайне.

5.2.7. Закономерности зрительного восприятия цвета.

Цветовой спектр. Закономерности контраста, спектрально-пространственной характеристики цвета, теплоходности, смысловой трактовки цвета

5.2.8 Пропорции.

Понятие о пропорциях в архитектуре. Виды пропорциональных отношений. Пропорциональные системы и их особенности «Золотое сечение». Модуль. Модульная система пропорционирования.

5.2.9. Модульность.

Понятие модульности. Модульность в архитектуре и строительстве. Понятие ордера. Греко-римская ордерная система. Пропорции и пропорционирование. Системы пропорционирования: египетская, древнегреческая, в эпоху Возрождения, XX век. Применение систем пропорционирования на примерах их истории архитектуры и дизайна.

5.2.10. Статичность и динамика.

Понятие статичности и динамики в архитектуре и дизайне. Основные свойства формы, особенности композиционного выражения статичности и динамика.

5.2.11. Тектоника.

Форма и материал. Художественное выражение работы конструкции в архитектуре и дизайне. Основные виды тектонических и атектонических систем.

5.2.12. Время.

Субъективно воспринимаемое время. Циклическое и линейное время. Эволюция восприятия времени. Субъективно воспринимаемое время в архитектуре, дизайне, рекламе. Взаимосвязь времени и пространства в искусстве. Понятие «хронотоп».

5.2.13. Стиль.

Стиль и мода. Основные стили в архитектуре (классика, готика, ренессанс). Основные стили в архитектуре, прикладном искусстве (барокко, классицизм, рококо, ампир, неоклассика, эклектизм.) Стили модерн, конструктивизм, неоклассицизм, современный стиль ар-деко, постмодернизм. Стиль и основные композиционные правила и закономерности.

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Павловская Е. Э. Основы дизайна и композиции: современные концепции. — М.: Юрайт, 2020. — 120 с.
2. Ибрайшина Г.К. «Композиция». — Алматы: МОК КазГАСА, 2018. -110 с.
3. Авсиян, О.А. Искусство композиции: учебное пособие / Осип Абрамович Авсиян; вступ. ст. и примеч. Л. Вагурина. — Москва: Звонница-МГ, 2020—222 с.
4. Волков Н.Н. «Композиция в живописи». -М.: Издательство • RUGRAM, 2019. - 409 с.
5. Проектирование в дизайне среды: учеб. пособие [для студентов вузов]. Кн. 4. Ч. 1. / [авт.: О. Г. Иванова, А. В. Копьева, Т. Ю. Малышенко, О. В. Храпко ; отв. ред.: А. В.

Копьева, О. Г. Иванова] ; Владивосток. гос. ун-т экономики и сервиса. - Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2015. - 276 с.: ил.

Дополнительная литература

1. Иттен И. Искусство цвета – М.: Д Аронов, 2014.
2. Иттен И. Искусство формы. Мой форкурс в Баухаузе и других школах. – М.: Д.Аронов, 2014.
3. Милова Н.П., Обертас О.Г. Основы композиции: учебное пособие. – Владивосток: Издательство ВГУЭС, 2018. – 92 с.
4. Рунге В.Ф., Сеньковский В.В. Основы теории и методологии дизайна: учебное пособие (конспект лекций). – М.: МЗ-Пресс, 2014.
5. Устин В.Б. Композиция в дизайне: учебное пособие. – М.: Астрель, 2016. – 239 с.
6. Устин, В.Б. Художественное проектирование интерьеров / В.Б. Устин. – М.: АСТ: Астрель: Полиграфиздат, 2014. – 288 с.: ил.
7. Бреннан, Э. Украшения в стиле винтаж / Эмма Бреннан ; пер. с англ. А. Степанова. – М.: Мир книги, 2018. – 96 с.

Доступные онлайн - ресурсы:

ТАУ электронды кітапханасының ресурстары (ТАУ веб-сайтының электронды кітапхана бөлімін қараңыз . сайт ТАУ, раздел E-Library)
- <http://it.mmcs.sfedu.ru/files?func=select&id=1206>.

Отечественные издания:

1. Сборник конференции том 1. 17-18.04.22 http://lib.tau-edu.kz/ru_RU/sbornik-konferencii-tom-1-17-18-04-22/
2. ВЕСТНИК КАЗАХСКОЙ ГОЛОВНОЙ АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНОЙ АКАДЕМИИ <http://rmebrk.kz/magazine/1523>
3. ВЕСТНИК АКТЮБИНСКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. К. ЖУБАНОВА <http://rmebrk.kz/magazine/3269>.
4. PUBLISH/ДИЗАЙН. ВЕРСТКА. ПЕЧАТЬ Издательство:Открытые системы Год основания журнала:1996 Страна:Россия Город: Москва ISSN:1560-5183 <https://www.iprbookshop.ru/39002.html>.

Международные издания:

1. Computer-Aided Design and Applications Scopus coverage years:from 2004 to Present Publisher:Carpathian Journal of Earth and Environmental Sciences ISSN:1686-4360 <https://www.scopus.com/sourceid/4700151607?origin=resultlist>.
2. Springer Series in Design and Innovation Scopus coverage years:from 2020 to Present Publisher:Springer Nature ISSN:2661-8184E-ISSN:26618192 <https://www.scopus.com/sourceid/21101089990?origin=resultlist>.

5.3 РЕКЛАМНАЯ И ПЕЧАТНАЯ ГРАФИКА

5.3.1.Дизайн рекламной и печатной продукции как одно из направление графического дизайна. Основные понятия о рекламе

Содержание:Рекламная индустрия сложна и многогранна. Грамотно составленное рекламное сообщение решает многие задачи и служит различным рекламодателям, начиная от людей, публикующих небольшие частные объявления в местной печати, и заканчивая крупными компаниями, которые используют телевидение, чтобы предложить популярные товары миллионам зрителей. Так происходит потому, что достаточно много различных рекламодателей, непохожих друг на друга, одновременно пытаются обращаться к различным аудиториям.

Чтобы понять, чем один вид рекламы отличается от другого, будет полезно ее классифицировать и познакомиться с основной терминологией. Существует семь основных видов рекламы:

1. потребительская реклама;
2. профессиональная реклама;
3. финансовая реклама;
4. торговая реклама;
5. розничная реклама;
6. политическая реклама;
7. социальная реклама.

5.3.2. Графическое и шрифтовое оформление рекламы. Виды печатной графики

Содержание: Выразительные средства графики - штрих, пятно (иногда цветное), контурная линия, фон при выборе способа оформления рекламы наибольшее значение имеют три фактора: качество, скорость и стоимость исполнения. Но в любом случае элементы графического оформления - логотип, текст, товарный знак - будут присутствовать наверняка.

В рамках малобюджетной (но не примитивной!) рекламы - объявления в 1-2 цвета - графика является основополагающим искусством. Графика (от латинского grapho - пишу) - вид изобразительного искусства, сочетающий рисунок и печатные художественные изображения (гравюра, литография). Основывается на искусстве рисунка, но обладает и собственными выразительными возможностями.

Выразительные средства графики - штрих, пятно (иногда цветное), контурная линия, фон листа, с которым изображение образует контрастное или нюансное соотношение.

Стилистические средства графики разнообразны - от беглых, непосредственных, быстро исполненных набросков, этюдов, эскизов до тщательно разработанных композиций - изобразительных, декоративных, шрифтовых.

5.3.3. Крупноформатная печатная графика и печатная графика со специфическим дизайном. Методы привлечения внимания к рекламе

Содержание: Потребитель читает рекламу "по диагонали", смотрит "одним глазом", слушает "одним ухом". Он воспринимает ее непроизвольным вниманием, для которого характерно отсутствие определенной цели. Поэтому непроизвольное внимание быстро угасает. Для того чтобы реклама была замечена, надо непроизвольное внимание превратить в произвольное, которое отличается целенаправленностью: потребитель начинает выделять данную рекламную информацию из общей массы, и у него появляется желание подробнее ознакомиться с ее содержанием. Но непроизвольное внимание трансформируется у потребителя в произвольное только тогда, когда объект привлек потребителя значимостью, открыл новые возможности удовлетворения потребностей и затронул эмоциональные стороны его характера. В этом случае потребитель не просто желает подробнее ознакомиться с рекламой. Он хочет, как минимум, посмотреть сам товар.

5.3.4. Многостраничная печатная продукция. Книжные издания

Содержание: Существует множество типов многостраничных изданий, рассчитанных на различную аудиторию, от потребителей узкой специализации до целых корпораций. Книги, газеты и журналы являются самыми очевидными примерами, но примеры публикаций на этом не заканчиваются.

- книги;
- журналы;
- газеты;
- брошюры и каталоги;

· программы;

5.3.5. Рекламный заголовок, слоган. Правила создания рекламного объявления для печатного издания

Содержание: Рекламное объявление должно быть кратким. Чем меньше формат объявления, тем меньше слов оно должно содержать. Многословный текст на малом формате делает рекламу неэффективной. Экономия денег превращается в их потерю.

Рекламное объявление должно посвящаться одному товару или группе однородных товаров. Объявление, в котором предлагается много различных товаров, неэффективно, так как читатель всю информацию не запомнит. К сожалению, это правило наиболее часто нарушается. Рекламодатели, пытаясь сэкономить финансовые средства, втискивают в небольшие по формату объявления огромные перечни товаров, не подозревая, что 90-95% этой информации пропадает зря.

5.3.6. Создание оригинал-макетов, как основы рекламной и печатной графики. Виды печатной рекламной продукции, проспект

Содержание: Рекламный проспект - это хорошо иллюстрированное, сброшюрованное или сфальцованное издание, посвященное одному товару или нескольким однородным товарам. Существуют также престижные проспекты, посвященные фирме и рассказывающие об ее истории, достижениях, возможностях, производственной программе, успехах на международных рынках и т.д.

Наиболее распространенный формат рекламного проспекта - А4 или приближающийся к этому. Однако встречаются проспекты и меньшего формата. Тираж проспекта обычно несколько тысяч, реже - десятки тысяч экземпляров. Распространяется на выставках, ярмарках, презентациях, посредством "директ мейл", реже через торговые и сервисные предприятия. На титульной странице проспекта помещается товарный знак и название фирмы (часто сокращенное). Если товарный знак всемирно известен, то указание названия фирмы не обязательно. На последней странице (реже на титульной странице внизу) указывается полное название фирмы и ее реквизиты: почтовый адрес, телефоны, факсы, телекс, электронная почта. Если фирма имеет филиалы, то их реквизиты также указываются на последней странице.

5.3.7. Графика - как один из основных элементов визуального языка. Специфика рекламного образа

Содержание: Рекламный образ - средство визуальной коммуникации, несущее через систему изобразительно-выразительных средств новую для потенциального покупателя информацию о продукте. Она образуется, главным образом, за счет стилистически окрашенной лексики и синтаксиса, позволяющих создать конкретно-чувственный образ рекламируемых объектов. Рекламный образ - это продукт рекламы, синтез визуальных, звуковых и текстовых форм, воплощенный в материальные объекты. Все эти требования находят свое воплощение в телевизионных роликах.

5.3.8. Рекламный заголовок, слоган. Правила создания рекламного объявления для печатного издания

Содержание: Прикладная графика вносит художественное начало в повседневную жизнь. Ее средств и методы находят применение в разработке фирменного стиля, создании эмблем, фирменных знаков, дизайне рекламы, декоративном оформлении печатной продукции.

К графическим нормативам, способным выразить фирменный стиль, относятся фирменные знаки - логотипы, которые должны отвечать определенным художественным требованиям. Художественно - выразительная форма знака предполагает полную взаимосвязь содержания и художественного воплощения.

Эклибрис – книжный знак, миниатюрная композиция, представляющая собой небольшой бумажный ярлык, который наклеивается владельцем библиотеки на внутреннюю сторону книжного переплета.

Монограммы – это каллиграфически выполненные и сплетенные в виде вензеля начальные буквы имени и фамилии владельца.

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Жарнама тілінің терминдер сөздігі. Құрастырушылар: С.Итеғұлова, С.Жайлау, О.Мақсұт, А.Қожахмет, А.Әлайдар, Т.Кенжебекұлы. Нұр-Сұлтан, 2020. – 101 бет.
2. Тозик В.Т., Корпан Л.М. Компьютерлік графика және дизайн: оқулық. — М.: «Академия» Баспа орталығы, 2015. — 208 б.
3. Айзенштейн К. Как рекламировать с успехом. Настольное руководство для деловых людей. – М.: Изд. В. Секачев, 2019. – 126 с.
4. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Основы рекламы: Учебник. – Москва: «Дашков и К», 2019. – 538 с.
5. Мудров, А.Н. Основы рекламы.: Учебник. - М.: Магистр, ИНФРА-М, 2018. - 416 с.
6. Luke Sullivan. The Classic Guide to Creating Great Ads. Wiley: 2016. -400 pages.
7. Adrian Shaughnessy. "How to Be a Graphic Designer Without Losing Your Soul". Princeton Architectural Press: 2015. -176 pages.

Дополнительная литература

1. Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). – М.: URSS, 2019. - 224 с.
2. Селезнева Л.В. Подготовка рекламного и pr-текста: учебное пособие для вузов / Л.В. Селезнева. – М.: Юрайт, 2019. – 159 с.
3. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 159 с.
4. Музыкант, В. Л. Реклама : учебное пособие. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 208 с.
5. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 391 с.
6. Васильев Г.А., Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции. - М.: Инфра-М, Вузовский учебник, 2018. - 272 с.
7. Садыкова Ж.М., Күсебай А.У. «Интернет жүйесіндегі жарнама». Инженерлік графика және кәсіби білім проблемалары. 2019, №4 (55). 68-73 б.б. <https://bulprengre.enu.kz/index.php/main/issue/view/30>.
8. Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Ерлан О. «Кәсіпорындағы жарнаманың мәні мен қажеттілігі». Журнал: Вестник Казахстанско-Американского Свободного Университета(KZ). Выпуск: №1, 2017. 12-15 б.б. <https://articlekz.com/kk/article/31077>.
9. Yue Zhang, Kyungmin Hong. Design and Production of Visual Image of Print Advertisement Based on Mobile Media. Published:31 Jul 2022. pp. 58–73. <https://www.hindawi.com/journals/misy/2022/4125623/>.

Доступные онлайн - ресурсы:

1. ТАУ электронды кітапханасының ресурстары (ТАУ сайты, E-Library бөлімін қараңыздар) - <http://it.mmcs.sfedu.ru/files?func=select&id=1206>.
2. Яшин, В. Н. Информационные технологии и оценка эффективности рекламы в сети Интернет [Электронный ресурс] : статья / В. Н. Яшин. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/25957/>.
3. «Adobe Photoshop для дизайна полиграфии и рекламы». <https://youtu.be/i7WnpLWTkYs>.

4. Уроки графического дизайна.
https://www.youtube.com/playlist?list=PL4vU6yKvGwFEm94C15DRtBOc_R10Qo4Qg.
5. «Создаем баннер в Illustrator».
https://youtu.be/ZOf8233V54Q?list=PL4vU6yKvGwFEm94C15DRtBOc_R10Qo4Qg.

Отечественные издания:

1. Eurasian Journal of Economic and Business Studies, EJEBS. ISSN: 2789-8253 (Print)/ 2789-8261 (Online) <https://ejebcs.com>.
2. Engineering Journal Of Satbayev University. eISSN 2959-2348.
<https://vestnik.satbayev.university/>.
3. «Qazaq Journal of Young Scientist» халықаралық ғылыми журналы. ISSN: 2959-1279.
<https://qazaqjournal.kz/>.
4. Қазақстан Педагогика Ғылымдары Академиясының Хабаршысы
<https://www.apnk.kz/kz/zhurnal-vestnik>.
5. «ҒЫЛЫМ». Ғылыми-өндірістік журналы. ISSN 1684-9310. <https://journal.kineu.kz/kk/>.

Международные издания:

1. Print Magazine. <https://www.printmag.com/>.
2. Graphis Inc. Publisher: B. Martin Pedersen; <https://www.graphis.com/>.
3. Creative Review. <https://www.creativereview.co.uk/>.
4. Juxtapoz Magazine. www.juxtapoz.com.
5. Computer Graphics World. www.cgw.com.

5.4 ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ ПРОФИЛЬНОГО ДИЗАЙНА

5.4.1 Виды современной дизайнерской деятельности

Современная дизайнерская деятельность охватывает разнообразные области и направления, отражающие потребности современного общества и технологические изменения

5.4.2. Веб-дизайн:

- Создание дизайна веб-сайтов, интерфейсов приложений и онлайн-сервисов - это процесс разработки визуального оформления и пользовательского опыта для онлайн-платформ. Он объединяет в себе эстетические, функциональные и психологические аспекты, с целью создания удобного, привлекательного и эффективного интерфейса для пользователей.

- Разработка пользовательского интерфейса (UI) и пользовательского опыта (UX) - это процесс создания удобного, эффективного и приятного взаимодействия пользователя с веб-сайтом, мобильным приложением или другим цифровым продуктом.

5.4.3. Графический дизайн - это процесс создания визуальных элементов и материалов для различных целей и медиа с целью привлечения внимания, передачи информации и формирования определенного образа.

- Разработка логотипов, брендбуков, упаковки продукции, рекламных материалов и печатной продукции.

- Иллюстрации для книг, журналов, анимации и других медиа.

Иллюстрации играют важную роль в коммуникации и передаче идей в различных медиа, добавляя визуальный интерес и обогащая пользовательский опыт. Они позволяют авторам и дизайнерам выразить свои идеи и замыслы, а также заинтересовать и вовлечь аудиторию.

5.4.4. Промышленный дизайн - это область дизайна, которая занимается созданием и разработкой функциональных и эстетически привлекательных

продуктов для массового производства. Он объединяет в себе эстетические, технические и коммерческие аспекты с целью создания инновационных и конкурентоспособных товаров. Промышленный дизайн является ключевым элементом в создании продуктов, которые сочетают в себе эстетику, функциональность и коммерческую привлекательность. Промышленные дизайнеры играют важную роль в инновационном развитии промышленности и улучшении качества жизни через создание новых и улучшенных продуктов.

- Проектирование промышленных товаров, мебели, бытовой техники и других предметов домашнего и общественного использования.
- Разработка концепт-дизайна и прототипирование.

5.4.5. Модный дизайн - это область дизайна, которая занимается созданием и разработкой одежды, аксессуаров, обуви и ювелирных изделий с учетом последних тенденций и требований моды. Он объединяет в себе творческие, эстетические и коммерческие аспекты с целью создания уникальных и стильных продуктов. Модный дизайн играет важную роль в индустрии моды, определяя текущие тенденции и влияя на образ жизни и самовыражение людей. Модные дизайнеры сочетают в себе творческий взгляд на мир с практическими знаниями о технологиях, материалах и производственных процессах, чтобы создавать уникальные и высококачественные продукты, которые востребованы на рынке моды.

- Создание модной одежды, аксессуаров, обуви и ювелирных изделий.
- Участие в создании коллекций для брендов или собственных модных линий.

5.4.6. Интерьерный дизайн - это область дизайна, которая занимается созданием функциональных, эстетически привлекательных и удобных интерьеров для различных типов помещений. Он включает в себя работу с пространством, цветом, светом, материалами и мебелью с целью создания гармоничного и комфортного окружения. Интерьерный дизайн играет важную роль в создании комфортной и функциональной среды для жизни, работы и отдыха. Он помогает улучшить качество жизни, повысить производительность, привлечь клиентов и создать позитивное впечатление о бренде или компании. Интерьерные дизайнеры объединяют креативные и технические навыки для создания уникальных и индивидуальных интерьеров, которые отражают личность клиента и соответствуют его потребностям и ожиданиям.

- Проектирование интерьеров для жилых, коммерческих и общественных помещений.
- Разработка концепции дизайна, выбор материалов, мебели и декора.

5.4.7. Архитектурный дизайн - это область дизайна, которая занимается созданием архитектурных проектов для зданий, сооружений и городской инфраструктуры. Этот процесс объединяет в себе не только архитектурное проектирование, но и включает аспекты дизайна экстерьера, интерьера и ландшафтного дизайна. Архитектурный дизайн объединяет креативные и технические навыки для создания уникальных и функциональных архитектурных объектов, которые отражают потребности, ценности и амбиции общества. Архитектурные дизайнеры играют ключевую роль в формировании городской среды и создании пространств, которые обеспечивают комфорт и благополучие для людей.

- Создание архитектурных проектов для зданий, сооружений и городской инфраструктуры.
- Включает в себя аспекты дизайна экстерьера, интерьера и ландшафтного дизайна.

5.4.8. Упаковочный дизайн - это процесс создания дизайна упаковки для товаров с учетом эстетики, удобства использования и маркетинговых целей. Он играет ключевую роль в привлечении внимания потребителей, защите товара и формировании образа бренда. Упаковочный дизайн играет важную роль в

маркетинге и продвижении товаров, помогая компаниям привлечь внимание потребителей, дифференцировать свои продукты на рынке и создать положительное впечатление о бренде. Упаковочные дизайнеры объединяют креативные и технические навыки для создания эффективных и стильных упаковочных решений, которые отвечают потребностям и ожиданиям современных потребителей.

- Разработка дизайна упаковки для товаров с учетом эстетики, удобства использования и маркетинговых целей.
- Создание уникальных и привлекательных упаковочных концепций.

5.4.9. Анимационный дизайн – это процесс создания анимированных изображений и видео с использованием различных техник анимации. Он применяется в различных сферах, включая создание анимированных персонажей, рекламных видеороликов, мультипликационных фильмов и анимационных рекламных материалов. Анимационный дизайн объединяет творческие и технические навыки для создания уникальных и захватывающих анимационных работ. Анимационные дизайнеры могут работать в различных отраслях, таких как мультфильмы, реклама, игровая индустрия, образование и другие, создавая анимацию, которая развлекает, обучает и вдохновляет зрителей.

- Создание анимированных персонажей, рекламных видеороликов, мультипликационных фильмов и анимационных рекламных материалов.
- Использование различных техник анимации, включая 2D, 3D, стоп-моушн и т. д.

5.5.10 Интерактивный дизайн - это область дизайна, которая занимается разработкой пользовательского опыта для интерактивных медиа, таких как игры, мультимедийные приложения, виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR). Этот вид дизайна ориентирован на создание взаимодействия между пользователем и технологическим продуктом, обеспечивая удобство использования, функциональность и эстетику. Интерактивный дизайн играет важную роль в разработке современных технологических продуктов, обеспечивая пользовательский опыт, который является удобным, функциональным и привлекательным. Интерактивные дизайнеры работают на стыке дизайна, технологий и психологии, чтобы создавать продукты, которые вдохновляют, развлекают и обогащают жизнь пользователей.

- Разработка дизайна для интерактивных медиа, таких как игры, мультимедийные приложения, виртуальная реальность и дополненная реальность.

5.4.11. Экспериментальный дизайн - это исследовательская деятельность в области дизайна, направленная на создание новаторских и нестандартных концепций и решений. Этот вид дизайна ориентирован на эксперименты, инновации и открытия, и его целью является развитие новых идей и подходов к дизайну. Экспериментальный дизайн играет важную роль в развитии современного дизайна, поскольку он способствует инновациям, творчеству и разнообразию в области дизайна. Экспериментальные дизайнеры помогают расширить границы существующих практик и открывают новые возможности для создания уникальных и вдохновляющих дизайнерских решений.

- Исследовательская деятельность в области дизайна, направленная на создание новаторских и нестандартных концепций и решений.

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Шокорова Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация. — М.: Юрайт, 2020. — 111 с.
2. Алексеев А. Г. Дизайн-проектирование. — М.: Юрайт, 2020. — 91 с.

3. Кудашов В.И., Рябоконт А.И. Использование товарных знаков и брендов для продвижения на рынок новых разработок, товаров и услуг. Белоруссия, 2018, серия 5, № 1, - с.231.
4. Нарта В. И., Суиндиков Е. Т. Основы конструирования объектов дизайна. Учебное пособие. — М.: Инфра-Инженерия, 2019. — 264 с.
5. 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.
6. Наука и методология науки дизайна (Основные области теоретического исследования дизайна) <http://www.fondgp.ru/gp/biblio/rus/58>.

Дополнительная литература

1. Адашкин, А.М. Материаловедение и технология металлических, неметаллических и композиционных материалов: Учебник. - М.: Форум, 2018г. – с.400.
2. Горелов, Н. А. Методология научных исследований: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры, студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по всем направлениям, [аспирантов и докторантов] / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Кораблева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2018. - 364 с.
3. Лаврентьев А. Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика. — М.: Юрайт, 2020. — 209 с.
4. Павловская Е. Э. Основы дизайна и композиции: современные концепции. — М.: Юрайт, 2020. — 120 с.

Доступные онлайн - ресурсы:

1. ТАУ электронды кітапханасының ресурстары (ТАУ сайты, E-Library бөлімін қараңыздар) - <http://it.mmcs.sfedu.ru/files?func=select&id=1206>.
2. Яшин, В. Н. Информационные технологии и оценка эффективности рекламы в сети Интернет [Электронный ресурс] : статья / В. Н. Яшин. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/25957/>.
3. «Adobe Photoshop для дизайна полиграфии и рекламы». <https://youtu.be/i7WnpLWTkYs>.
4. Уроки графического дизайна. https://www.youtube.com/playlist?list=PL4vU6yKvGwFEm94C15DRtBOc_R10Qo4Qg.
5. «Создаем баннер в Illustrator». https://youtu.be/ZOf8233V54Q?list=PL4vU6yKvGwFEm94C15DRtBOc_R10Qo4Qg.

Отечественные издания:

1. Eurasian Journal of Economic and Business Studies, EJESB. ISSN: 2789-8253 (Print)/ 2789-8261 (Online) <https://ejesb.com>.
2. Engineering Journal Of Satbayev University. eISSN 2959-2348. <https://vestnik.satbayev.university/>.
3. «Qazaq Journal of Young Scientist» халықаралық ғылыми журналы. ISSN: 2959-1279. <https://qazaqjournal.kz/>.
4. Қазақстан Педагогика Ғылымдары Академиясының Хабаршысы <https://www.apnk.kz/kz/zhurnal-vestnik>.
5. «Ғылым». Ғылыми-өндірістік журналы. ISSN 1684-9310. <https://journal.kineu.kz/kk/>.

Международные издания:

1. Print Magazine. <https://www.printmag.com/>.
2. Graphis Inc. Publisher: B. Martin Pedersen; <https://www.graphis.com/>.
3. Creative Review. <https://www.creativereview.co.uk/>.
4. Juxtapoz Magazine. www.juxtapoz.com.

5. Computer Graphics World. www.cgw.com.

5.4 ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

по дисциплине Проектирование объектов профильного дизайна

Практическое задание по проектированию объектов профильного дизайна может включать следующие требования:

ТРЕБОВАНИЯ К СОЗДАНИЮ ЛОГОТИПА:

1. **Уникальность и оригинальность:**
 - Логотип должен быть уникальным и отличаться от других логотипов, чтобы обеспечить его узнаваемость и запоминаемость.
2. **Простота и читаемость:**
 - Логотип должен быть простым и легко читаемым в различных масштабах и на различных носителях (от веб-сайтов до вывесок).
3. **Соответствие бренду и целям:**
 - Логотип должен отражать ценности, цели и идентичность бренда или компании.
4. **Цветовая решение:**
 - Логотип должен быть эффективным как в цветной, так и в черно-белой версии, чтобы обеспечить его использование в различных контекстах и условиях.
5. **Закономерность с брендовой идентичностью:**
 - Логотип должен быть согласован с другими элементами брендовой идентичности, такими как шрифты, цвета и стилистика, чтобы создать единый и целостный образ бренда.
6. **Пригодность для различных носителей:**
 - Учитывайте, что логотип будет использоваться на различных материалах, включая веб-сайты, упаковку, рекламные материалы и т.д. Логотип должен быть адаптивным и универсальным для различных носителей.

ТРЕБОВАНИЯ К СОЗДАНИЮ ОБЛОЖКИ КНИГИ

Обложка книги играет важную роль в привлечении внимания читателей и передаче общего настроения и содержания книги:

1. **Соответствие содержанию книги:**
 - Обложка должна передавать общую тему, настроение и содержание книги.
2. **Привлекательный дизайн:**
 - Обложка должна быть привлекательной и вызывающей интерес у целевой аудитории.
3. **Читаемость и понятность:**
 - Текст на обложке должен быть читаемым и легко воспринимаемым.
4. **Привлекательные изображения:**
 - Использование качественных и привлекательных изображений или иллюстраций, которые отражают тему или атмосферу книги.
5. **Цветовое решение:**
 - Выбор подходящей цветовой палитры, которая соответствует общему настроению книги и привлекает внимание читателей.
 - Цвета должны быть гармоничными и привлекательными, но при этом не отвлекать от основного содержания обложки.
6. **Брендинг и идентичность:**

- Если книга является частью серии или имеет ассоциацию с определенным брендом, обложка должна соответствовать брендовой идентичности и иметь общий стиль с другими книгами этой серии.

7. Уникальность и оригинальность:

- Обложка должна быть уникальной и оригинальной, чтобы привлечь внимание и выделиться среди множества других книг.

8. Простота и минимализм:

- Простая, минималистичная обложка может быть также эффективной, как и более сложные дизайны, особенно если она соответствует стилю и содержанию книги.

ТРЕБОВАНИЯ К СОЗДАНИЮ ОБЛОЖКИ ЖУРНАЛА:

Обложка журнала играет ключевую роль в привлечении внимания потенциальных читателей и передаче общего стиля и содержания выпуска:

1. Яркость и выразительность:

- Обложка должна быть яркой и привлекательной, чтобы привлечь внимание читателей среди множества других изданий на полке или в интернете.

2. Соответствие тематике выпуска:

- Обложка должна передавать общую тему или основную тематику выпуска журнала.

3. Привлекательные изображения и иллюстрации:

- Изображения на обложке должны быть яркими, четкими и привлекательными, чтобы привлечь внимание читателей.

4. Заголовки и шрифты:

- Заголовки должны быть краткими, информативными и легко воспринимаемыми на первый взгляд.

5. Уникальность и оригинальность:

- Обложка должна быть уникальной и оригинальной, чтобы привлечь внимание и выделиться среди других изданий.

6. Брендинг и идентичность:

- Использование логотипа и корпоративных цветов может помочь узнаваемости бренда на обложке.

7. Простота и понятность:

- Избегайте излишней сложности и перегруженности информацией на обложке.

8. Качественное исполнение:

- Обложка должна выглядеть привлекательно, иметь хорошую цветопередачу.

ТРЕБОВАНИЯ К СОЗДАНИЮ ПЛАКАТА:

1. Четкое и понятное сообщение:

- Плакат должен передавать ясное и понятное сообщение по выбранной теме.

2. Сильные и эмоциональные изображения:

- Использование сильных и эмоционально изображений, которые заставляют задуматься и вызывают симпатию или сожаление у зрителей.

3. Привлекательный дизайн:

- Плакат должен быть привлекательным и вызывающим интерес.

4. Простота и ясность:

- Минимум текста, понятные шрифты для легкости восприятия.

5. Вызов к действию:

- Плакат должен содержать явный призыв к действию.

6. Оригинальность и креативность: