

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»  
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
**ОСНОВЫ ВИЗУАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ**

Направление подготовки *54.03.01 Дизайн*

Направленность *Графический дизайн*

Квалификация выпускника *бакалавр*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

Кострома  
2021

Рабочая программа дисциплины «*Основы визуального восприятия*» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом, утвержденным Приказом Минобрнауки РФ № 1015 от 13.08.2020 г.

Разработала: Рассадина С.П., доцент ДТМиЭПТ, к.т.н.  
Рецензент: Костюкова Ю.А., к.т.н., доцент каф. ДТМ и ЭПТ

#### ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 13 от 11.06.2021 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

#### ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 8 от 18.03.2022 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

#### ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 9 от 03.04.2023 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** развитие профессиональных компетенций, позволяющих учитывать особенности визуального восприятия графической информации в профессиональной деятельности дизайнера.

### **Задачи дисциплины:**

Изучение принципов визуального восприятия объектов графического дизайна, освоение приёмов создания эффективного информационного сообщения, понятного зрителям.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен освоить компетенции:

**ПК-2.** *Способен производить поиск, сбор, систематизацию и анализ информации, необходимой для разработки проектного задания на создание объектов графического дизайна и рекламы; предварительно прорабатывать и обоснованно презентовать заказчику свои дизайнерские решения.*

Код и содержание индикаторов компетенции:

ИПК 2.1. Производит поиск, сбор, систематизацию и анализ информации, необходимой для разработки проектного задания; знает основные вехи истории и закономерности развития графического дизайна и рекламы; выявляет современные тенденции в сфере дизайна; применяет полученные знания в своей профессиональной деятельности.

ИПК 2.2. Предварительно прорабатывает эскизы объекта проектирования и требования к техническим параметрам разработки дизайн-продукта; анализирует и определяет требования к дизайн-проекту, включая социальные, эстетические, функционально-технологические, эргономические и экономические требования.

*Знать:* современные тенденции в сфере информационного дизайна; принципы создания презентации своих проектных решений.

*Уметь:* предварительно прорабатывать эскизы объекта проектирования и определять требования к техническим параметрам разработки дизайн-продукта; анализировать и определять требования к дизайн-проекту; разрабатывать качественные презентации.

*Владеть:* навыками предварительной проработки и обоснованной презентации заказчику своих дизайнерских решений.

**ПК-3.** Способен выполнять художественно-техническую разработку дизайн-проектов в сфере графического дизайна.

Код и содержание индикаторов компетенции:

ИПК 3.1. Разрабатывает дизайн-концепцию проекта, определяет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта.

ИПК 3.4. Знает основы типографики и визуального восприятия, теорию и практику шрифта.

*Знать:* принципы визуального восприятия объектов информационного дизайна.

*Уметь:* эффективно организовать различные виды элементов в макетах информационного дизайна.

*Владеть:* навыками применения принципов эффективного визуального восприятия в своей профессиональной деятельности.

### **3. Место дисциплины в структуре ОП ВО**

Дисциплина относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, Блок 1. Изучается в 4-м семестре (очно), в 5-м семестре (очно-заочно) в соответствии с учебным планом.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: Шрифты и типографика, Проектирование, разработка и презентация дизайн-проекта.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: Художественно-техническое редактирование, Иллюстративная графика, Motion-дизайн и анимация, Графический дизайн интерфейсов, Web-дизайн, Проектно-технологическая практика, Преддипломная практика, ВКР.

### **4. Объем дисциплины**

#### **4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы**

Виды учебной работы	Очная форма, 2022 г.н.	Очно-заочная форма, 2021-2022 г.н.
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3	3
Общая трудоемкость в часах	108	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	64	24
Лекции	32	8
Практические занятия	32	16
Лабораторные занятия	-	-
Практическая подготовка	-	-
Самостоятельная работа в часах	5,65	45,65
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

## 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма, 2022 г.н.	Очно-заочная форма, 2021-2022 г.н.
Лекции	32	8
Практические занятия	32	16
Лабораторные занятия	-	-
Консультации	2	2
Зачет/зачеты	-	-
Экзамен/экзамены	0,35	0,35
Курсовые работы	-	-
Курсовые проекты	-	-
<b>Всего</b>	<b>66,35</b>	<b>26,35</b>

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

### 5.1. Тематический план учебной дисциплины очная форма

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1.	<b>Раздел 1. Визуальное восприятие объектов информационного дизайна.</b>	<b>25,65</b>	<b>12</b>	<b>12</b>		<b>1,65</b>
1.1.	Информация и объекты информационного дизайна. Типология объектов информационного дизайна.	2	2			
1.2.	Факторы, влияющие на восприятие визуальной информации: субъективные, объективные.	6	2	4		
1.3.	Визуальная масса объектов. Пространство и «воздух»	5,65	2			5,65
1.4.	Скорость восприятия информации.	6	2	4		
1.5.	Степень контрастности и траектория движения взгляда.	2	2			
1.6.	Кластеры, кортеж и ключ композиции	6	2	4		

2	<b>Раздел 2. Принципы организации элементов в макетах информационного дизайна.</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>4</b>		
2.1.	Принципы гештальтпсихологии		2	2		
2.2.	Модульное проектирование. Сетка, организация объектов в пространстве.		2			
2.3.	Приемы структурирования текстовой информации.		2	2		
3.	<b>Раздел 3. Особенности визуального восприятия печатной полиграфической продукции.</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>10</b>		
3.1.	Листовки и флаеры		2	4		
3.2.	Плакат, афиша		2	2		
3.3.	Календарь		2	4		
4.	<b>Раздел 4. Особенности визуального восприятия информационно-рекламных конструкций</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>		
4.1.	Информационные стенды. Мобильные рекламные конструкции.		2	2		
4.2.	Магистральные конструкции . Крупноформатная наружная реклама. (Баннер, биллборд)		2	2		
4.3.	Вывески.		2	2		
4.4.	Стелы, пилоны		2	2		
5.	<b>Раздел 5. Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			
5.1	Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.		2			
	ИКР	<b>0,35</b>				
	Экзамен	2+36				
	Итого:	<b>108</b>	<b>32</b>	<b>32</b>		<b>5,65</b>

очно-заочная форма

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1.	<b>Раздел 1. Визуальное восприятие объектов</b>	<b>23,65</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		<b>15,65</b>

	<b>информационного дизайна.</b>					
1.1.	Информация и объекты информационного дизайна. Типология объектов информационного дизайна.	2	2			
1.2.	Факторы, влияющие на восприятие визуальной информации: субъективные, объективные.	6	2			4
1.3.	Визуальная масса объектов. Пространство и «воздух»	3,65				3,65
1.4.	Скорость восприятия информации.	4		2		2
1.5.	Степень контрастности и траектория движения взгляда.	2				2
1.6.	Кластеры, кортеж и ключ композиции	6		2		4
2.	<b>Раздел 2. Принципы организации элементов в макетах информационного дизайна.</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		<b>8</b>
2.1.	Принципы гештальтпсихологии	4	2			2
2.2.	Модульное проектирование. Сетка, организация объектов в пространстве.	2				2
2.3.	Приемы структурирования текстовой информации.	6		2		4
3.	<b>Раздел 3. Особенности визуального восприятия печатной полиграфической продукции.</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>4</b>		<b>12</b>
3.1.	Листовки и флаеры	7	1	2		4
3.2.	Плакат, афиша	4				4
3.3.	Календарь	7	1	2		4
4.	<b>Раздел 4. Особенности визуального восприятия информационно-рекламных конструкций</b>	<b>14</b>		<b>6</b>		<b>8</b>
4.1.	Информационные стенды. Мобильные рекламные конструкции.	4		2		2
4.2.	Магистральные конструкции .	4		2		2

	Крупноформатная наружная реклама. (Баннер, биллборд)					
4.3.	Вывески.	2		2		
4.4.	Стелы, пилоны	4				4
5.	<b>Раздел 5. Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.</b>	<b>2</b>				<b>2</b>
5.1	Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.	2				2
	ИКР	<b>0,35</b>				
	Экзамен	2+36				
	Итого:	<b>108</b>	<b>8</b>	<b>16</b>		<b>45,65</b>

## 5.2. Содержание

### **Раздел 1. Визуальное восприятие объектов информационного дизайна.**

Информация и объекты информационного дизайна.

Типология объектов информационного дизайна.

Факторы, влияющие на восприятие визуальной информации: субъективные, объективные.

Визуальная масса объектов. Пространство и «воздух»

Скорость восприятия информации.

Степень контрастности и траектория движения взгляда.

Кластеры, кортеж и ключ композиции.

### **Раздел 2. Принципы организации элементов в макетах информационного дизайна.**

Принципы гештальтпсихологии

Модульное проектирование. Сетка, организация объектов в пространстве.

Приемы структурирования текстовой информации.

### **Раздел 3. Особенности визуального восприятия печатной полиграфической продукции.**

Листовки и флаеры

Плакат, афиша.

Календарь.

### **Раздел 4. Особенности визуального восприятия информационно-рекламных конструкций**

Информационные стенды. Мобильные рекламные конструкции.

Магистральные конструкции . Крупноформатная наружная реклама. (Баннер, биллборд)

Вывески.

Стелы, пилоны.

### **Раздел 5. Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.**

Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.



## 6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

### 6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

очно-заочная, очная\* форма

№	Название раздела, темы	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1.	<b>Раздел 1. Визуальное восприятие объектов информационного дизайна.</b>		<b>15,65</b>		
1.1.	Факторы, влияющие на восприятие визуальной информации: субъективные, объективные.	Подготовить конспект по теме подраздела	4		устный опрос просмотр работ
1.2.	Визуальная масса объектов. Пространство и «воздух»	Подготовить конспект по теме подраздела. Найти практические примеры по данной теме в объектах рекламы.	*5,65 3,65		устный опрос просмотр работ
1.3.	Скорость восприятия информации.	Подготовить конспект по теме подраздела. Найти практические примеры по данной теме в объектах рекламы.	2		устный опрос просмотр работ
1.4.	Степень контрастности и траектория движения взгляда.	Подготовить конспект по теме подраздела. Найти практические примеры по данной теме в объектах рекламы.	2		устный опрос просмотр работ
1.5.	Кластеры, кортеж и ключ композиции	Подготовить конспект по теме подраздела. Найти практические примеры по данной теме в объектах рекламы.	4		устный опрос просмотр работ
2.	<b>Раздел 2. Принципы организации элементов в макетах информационного дизайна.</b>		<b>8</b>		
2.1.	Принципы гештальтпсихологии	Подготовить конспект по теме подраздела	2		устный опрос просмотр работ
2.2.	Модульное проектирование. Сетка, организация объектов в пространстве.	Выполнить практическое задание по данной теме.	2	Анализ рекламной листовки	устный опрос просмотр работ
2.3.	Приемы структурирования текстовой информации.	Выполнить практическое задание по данной теме.	4	Анализ рекламной листовки	устный опрос просмотр работ

3.	<b>Раздел 3. Особенности визуального восприятия печатной полиграфической продукции.</b>		<b>12</b>		
3.1.	Листовки и флаеры	Выполнить практическое задание по данной теме.	4	Верстка рекламной листовки	устный опрос просмотр работ
3.2.	Плакат, афиша	Выполнить практическое задание по данной теме.	4	Верстка афиши	устный опрос просмотр работ
3.3.	Календарь	Выполнить практическое задание по данной теме.	4	Верстка карманного календарика	устный опрос просмотр работ
4.	<b>Раздел 4. Особенности визуального восприятия информационно-рекламных конструкций</b>		<b>8</b>		
4.1.	Информационные стенды. Мобильные рекламные конструкции.	Выполнить практическое задание по данной теме.	2	Анализ примеров в городской среде	устный опрос просмотр работ
4.2.	Магистральные конструкции . Крупноформатная наружная реклама. (Баннер, биллборд)	Выполнить практическое задание по данной теме.	2	Анализ примеров в городской среде	устный опрос просмотр работ
4.3.	Вывески.	Выполнить практическое задание по данной теме.	2	Анализ примеров в городской среде	устный опрос просмотр работ
4.4.	Стелы, пилоны	Выполнить практическое задание по данной теме.	2	Анализ примеров в городской среде	устный опрос просмотр работ
5.	<b>Раздел 5. Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.</b>		<b>2</b>		
5.1	Особенности визуального восприятия информации на электронных носителях.	Выполнить практическое задание по данной теме.	2	Анализ примеров электронных сообщений	устный опрос просмотр работ

## 6.2. Тематика и задания для практических занятий

### *очная форма*

1. Факторы, влияющие на восприятие визуальной информации: субъективные, объективные.
2. Скорость восприятия информации.
3. Кластеры, кортеж и ключ композиции.
4. Принципы гештальтпсихологии.
5. Приёмы структурирования текстовой информации.
6. Листовки и флаеры

7. Плакат, афиша
8. Календарь
9. Информационные стенды. Мобильные рекламные конструкции.
10. Магистральные конструкции . Крупноформатная наружная реклама. (Баннер, биллборд)
11. Вывески.
12. Стелы, пилоны

*очно-заочная форма*

1. Скорость восприятия информации.
2. Кластеры, кортеж и ключ композиции.
3. Приёмы структурирования текстовой информации.
4. Листовки и флаеры
5. Календарь
6. Информационные стенды. Мобильные рекламные конструкции.
7. Магистральные конструкции . Крупноформатная наружная реклама. (Баннер, биллборд)
8. Вывески.

### **6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий**

*(не предусмотрено)*

### **6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ/проектов**

*(не предусмотрено)*

## **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

*а) основная*

1. Шаповал А.В. Теория формальной композиции: учебное пособие для вузов / А.В. Шаповал.– Казань: «Дизайн-квартал», 2016. –175 с.: ил.
2. Элам Кимберли. Графический дизайн. Принцип сетки. СанктПетербург [и др.]: Питер, 2014.
3. Голомбински Ким, Хаген Р. Добавь воздуха! Основы визуального дизайна для графики, веб и мультимедиа. Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2013. – с. 275.
4. Луптон Эллен. Графический дизайн от идеи до воплощения. /СанктПетербург [и др.]: Питер, 2014 – с. 185.
5. Тарасова, О.П. Организация проектной деятельности дизайнера: учебное пособие / О.П. Тарасова; Министерство образования и науки Р Ф, ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет». Оренбург: Изд. ОГУ, 2013. – 133 с

*б) дополнительная*

1. Архитектурно-художественная концепция внешнего облика улиц, магистралей и территорий города Москвы, выполненная в пилотном режиме (в части размещения информационных конструкций) [Электронный ресурс]: Студия Артемия Лебедева. – Москва, 2013. – режим доступа: <http://img.artlebedev.ru/everything/moscow/design-code/documents/mka-design-code-00-general-guides.pdf>
2. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: введение в философию дизайна. Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2001. –228 с.
3. Веселова Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат / Веселова Ю.В., Семенов О.Г. Новосиб.:НГТУ, 2012. – 104 с.
4. Головки С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама»/ Головки С.Б.– Электрон. текстовые данные.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.– 423 с.
5. Дергилёва Е.Н. Дизайн рекламно-информационных листовок и листовочных брошюр / Диссертация на соискание ученой степени кандидата искусствоведения . - Москва, 2016.
6. К. Кнорре. Наружная реклама. М.: Бератор-Пресс, 2002. - 192 с.
7. Лимонад М. Ю., Цыганов А. И. Живые поля архитектуры: Учебное пособие.– Обнинск: Титул, 1997.– 208 с.:ил.
8. Наружная реклама Москвы. История, типология, документы / А.В. Сазиков, Т.Б. Виноградова. - М.: Русский Мирь, 2013. - 400 с.: ил. - Большая Московская Библиотека (БМБ)). - ISBN 978-5-89577-140-2.
9. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования : учебное пособие / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 239 с. : ил.
10. Ян В. Уайт. Редактируем дизайном: практическое руководство/ М.: Университетская книга, 2008. – 244 с.

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Информация о курсе дисциплины в СДО:

Элемент «Лекции»;

Элемент «Лабораторные занятия»;

Элемент «Самостоятельная работа»;

Элемент «Список рекомендуемой литературы»;

Элемент «Промежуточная аттестация»;

Элемент «Обратная связь с обучающимися».

*Информационно-образовательные ресурсы:*

1. Библиотека ГОСТов. Все ГОСТы, [Электронный ресурс], URL:<http://vsegost.com/>

*Электронные библиотечные системы:*

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

## 9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p style="text-align: center;">Аудитория компьютерных технологий Гл. корп. ауд. 211</p>	<p>Число посадочных мест-8, компьютерные столы - 8 шт., стол для переговоров. Телевизор Philips диагональ 81 см/32`` модель 393AD3208E/60; Доска передвижная поворотная ДП-12; ПК (для преподавателя) AcerP236H +с/блок; Intel(R)Core(TM)i3CPU 540-процессор двухядерныйSocket 1156-1 комплект. ПК (учебные): Acer V193 black+ с/блок R-Style Proxima MC 852 (HD4670)-7 комплектов.; <u>планшет графический</u> Wacom Bamboo Fun Medium A5 Wide USB-7 шт.; <u>сканер</u> MustekA3 1200S (CIS, A3, 1200*1200 dpi, USB 2.0)</p>	<p>OpenOffice Apache License 2.0, свободный пакет офисных приложений; Adobe Acrobat Reader, проприетарная, бесплатная программа для просмотра документов в формате PDF; Adobe In Design, проприетарная, лиц. №1407-1002-9880-5029-9449-0662 (бессрочная); Autodesk 3ds MAX, бесплатно для учебных заведений, лиц. № 560-36208034 (бессрочная); Inkscape GNU GPL v2, свободно распространяемый векторный графический редактор; GIMP GNU GPL v3, свободно распространяемый растровый графический редактор Autodesk Fusion 360 бесплатная программf для 3 D моделирования</p>

*Лекционные занятия проводятся в аудиториях с требуемым числом посадочных мест, оборудованные мультимедиа.*

*Практические занятия проводятся в компьютерных классах (ауд. 211).*