



Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Самарской области  
«Колледж технического и художественного образования г. Тольятти»

**Профориентационная игра  
для обучающихся 8-9-х классов  
«Графическая Комбинация»**

Тольятти, 2024 г.

## Профориентационная игра для обучающихся 8-9-х классов

### «Графическая Комбинация»

**Цель** – формирование знаний среди обучающихся 8-9-х классов о профессиональных характеристиках графического дизайнера.

#### **Задачи:**

- стимулирование познавательной деятельности обучающихся к изучению профессии «Графический дизайнер»;
- организация познавательной деятельности посредством практических заданий;
- развитие процесса визуализации, коммуникативных навыков работы в группе и с заказчиком.

#### **Ход работы.**

##### Введение.

Инструкция ведущего. "Сегодня мы вам хотим предложить поучаствовать в игре, которая дает возможность узнать о профессии «Графический дизайнер». Познакомиться с профессиональными навыками графического дизайнера. Знакомство с профессией мы начнем с деления на команды по 4-5-ть человек. И так, задание.

Перед вами три колоды карт. В первой колоде находятся рисунки разных предприятий. Во второй колоде – животные. В третьей колоде находятся рисунки предметов.

Представьте, что вы графические дизайнеры. К вам обратился заказчик. Один участник из команды вытягивает одну карточку из каждой колоды. Карточка, которую вы выберете из первой колоды – это предприятие, для которого заказчику нужен логотип. Карточка из второй колоды – животное, которое он хочет видеть в своём логотипе как талисман. Карточка из третьей колоды – предмет, который он также хочет видеть в логотипе.

Вам нужно нарисовать логотип – иконку и название к предприятию, которое вы выбрали, используя в нём животное и предмет. Вы можете скомбинировать их в иконке, или же использовать предмет, например, для названия.

Перед началом работы над заданием, я предлагаю вам посетить наши станции. На станциях вы узнаете правила создания логотипа и попробуете упражнения, которые помогут вашей команде создать логотип по вашему выбранному заданию»

##### Выбор карточек.

Список предприятий для карточек: книжный магазин, кофейня, цветочный магазин, стоматология, магазин косметики, фитнес-клуб, гостиница, автомастерская, зоомагазин (приложение 1).

Список животных для карточек: кошка, ёж, лиса, лягушка, заяц и другие (приложение 2).

Список предметов для карточек: воздушный шарик, книга, бант, телефон, карандаш, стул, радуга, корзинка, облако, драгоценный камень, наушники, скотч, носки, чашка (приложение 3)

### **1 станция «Стилизация»**

Материалы: лист формата А-4, карандаш, ластик, картинки с животными (приложение 4)

Теоретическая часть.

Цель – развитие знаний обобщать и подчёркивать особенности формы предметов.

Принципы:

- упрощение формы (книга → прямоугольник)
- усложнение (из плоского в объём)
- применение цвета
- применение фактуры (имитация текстуры)
- добавление деталей (больше листочков у растения)

Практическая часть.

Участникам раздаются листы формата А4. Мы предлагаем вам выбрать по три животных и нарисовать их:

1. Используя только одну непрерывную линию.
2. Используя только геометрические фигуры (круг, квадрат, треугольник).
3. Используя пятно (закрашенная форма).

### **2 станция «Коммуникация»**

Цель — развитие знаний передачи информации и идей с помощью визуальных элементов, таких как изображения, цвета, формы, шрифты и композиция.

Теоретическая часть.

В команде дизайна над визуальной коммуникацией обычно работают графический и коммуникационный дизайнеры:

Графический дизайнер работает с цветами, формами, шрифтами и изображениями. Его задача — создать эстетически привлекательные и функциональные образы.

Коммуникационный дизайнер отвечает за то, как выстроить общение с клиентом и передать ему сообщение: как решить проблему, какой подобрать голос бренда, на каких особенностях аудитории сделать акцент. Он отвечает за реализацию бизнес-задач и смыслов.

Например, человек задаёт вопрос умной колонке. Она реагирует: издаёт специальный звуковой сигнал о том, что она работает и слушает голос, включает подсветку, отвечает.

Коммуникационный дизайнер придумал саму идею с анимацией, цветом и звуком. Графический — продумал, как это будет выглядеть.

#### Формы визуальной коммуникации

Чтобы передать сообщение от бренда клиенту, обычно используют следующие способы визуальной коммуникации: фотографии, графику, иконки, инфографику, анимацию.

Фотография используется, чтобы показать что-то реальное, в том виде, в котором предмет существует.

Графика и иллюстрации нужны, чтобы показывать как реальные, так и нереальные объекты и истории. Например, компьютерную графику используют, чтобы создать фантастический мир

Иконки чаще всего используют для навигации (стрелки, кнопки), чтобы можно было быстро считать информацию. Иногда они ложатся в основу брендинга — например, на основе иконок может быть построен логотип.

Инфографику задействуют, когда хотят представить много данных в легко считываемой форме или чтобы сравнить их между собой.

Анимацию выбирают, чтобы показать продукт в действии. Можно показывать как реальные события, так и вымышленные.

Графический дизайнер - это не только творческая профессия, но и профессия, требующая хороших коммуникативных навыков. Один из ключевых аспектов успешного взаимодействия с заказчиком - это умение понимать его потребности, желания и вкусы.

Первое и самое важное правило - слушать заказчика внимательно. Прежде чем начать работу над проектом, проведите детальное собеседование с заказчиком, задавая вопросы о его бизнесе, целях и целевой аудитории. Таким образом, вы сможете лучше понять его потребности и ожидания.

Далее, важно уметь задавать правильные вопросы. Например, спросите заказчика о его любимых цветах, стилях или конкурентах, чьи дизайны ему нравятся. Это поможет создать общую базу для работы и избежать недопониманий.

Не стесняйтесь использовать макеты диалогов в процессе общения с заказчиком. Например:

Дизайнер: "Какие цвета вам нравятся и ассоциируются с вашим брендом?"

Заказчик: "Мы предпочитаем сдержанные тона, такие как серый, белый и голубой."

Дизайнер: "Что для вас важнее - современный стиль или классический?"

Заказчик: "Хотелось бы современный стиль с элементами минимализма."

Благодаря таким диалогам вы сможете лучше понять заказчика и создать дизайн, который будет соответствовать его ожиданиям.

И наконец, не забывайте про обратную связь. После того, как вы представите заказчику первые варианты дизайна, важно получить его мнение и предложения по улучшению. Это

позволит сделать процесс работы более эффективным и результат более удовлетворительным для обеих сторон.

В заключение, понимание заказчика - это важный аспект успешной работы графического дизайнера. Слушайте его, задавайте правильные вопросы, используйте макеты диалогов и не забывайте про обратную связь. Только так вы сможете создавать дизайн, который будет соответствовать ожиданиям заказчика и приведет к успешному результату.

### **3 станция «Колорист»**

Материалы: цветной картон, разноцветные фигуры (приложение 5).

Цель: развитие у обучающихся знаний подбора цветовых решений для различных брендов и компаний, а также научиться видеть взаимосвязь между цветом и идеей бренда.

Теоретическая часть:

Цвет вызывает эмоциональный отклик, который связывает пользователей и потенциальных клиентов с брендом. Грамотно подобранные цветовые сочетания привлекают внимание посетителя и помогают ему быстрее и дольше запомнить бренд.

То же самое касается и рекламы. Если изображения и цветовые сочетания подобраны правильно, то реклама становится привлекательной. И не обязательно использовать «кричащие» оттенки. Главное – донести послание.

Практическая часть.

1 часть

Колода карт разных цветов кладется на стол. Каждый участник, подойдя, вытягивает карту и приводит ассоциацию в соответствии с ее цветом. Это могут быть как материальные, так и нематериальные вещи. Например, красный - победа, страсть, опасность, помидор, роза. Синий - небо, океан, свежесть, спокойствие и т.д.

2 часть

Вторая колода карт, уже с названиями различных предприятий так же кладется на стол. Участник, вытянув карту с названием и кратким описанием бренда, говорит какой цвет бы подошел к его тематике (например, кофейня – коричневый и бежевый, эко-отель – зелёный).

Вывод: Игра помогает участникам научиться подбирать подходящие цветовые решения для различных брендов и тематик, развивая их навыки в области дизайна и маркетинга. Это также способствует лучшему пониманию взаимосвязи между цветом и идеями, что может быть полезно при создании визуальных образов для рекламы или фирменного стиля.

#### 4 станция «Композиция»

Материалы: лист формата А-5, геометрические фигуры (приложение 6), клей.

Цель – развитие знаний правильного расположения элементов в рисунке, интерьере и дизайне, позволяющие как можно точнее передать идею произведения.

Теоретическая часть:

Одна из главных задач графического дизайнера – умение вместить в работу (например, рекламу или афишу) большое количество информации, но сделать её интуитивно понятной, зацепить глаз зрителя. Выделить ключевые элементы так, чтобы зритель в первую очередь обращал внимание именно на них.

Сегодня мы с вами работаем над созданием логотипа. В наше время большинство логотипов содержат иконку и название. Как думаете, что должно привлекать больше внимания и выделяться сильнее: иконка или название? Ответ: название. Оно гораздо важнее логотипа, ведь мы хотим, чтобы люди запомнили нашу компанию, смогли найти её и посоветовать.

Используя правила композиции, вы можете выделить название разными способами:

- 1.Размер. Это самый простой, но не стоит им пренебрегать. Нежелательно, чтобы иконка перевешивала название.
2. Выделение цветом – выделение элемента контрастным цветом.
3. Выделение светом – выделение элемента тоном (темнее, светлее)
4. Выделение формой - выделение элемента отличной от остальных фигур формы.

Практическая часть.

1. Раздать каждому лист А5. Выложить на столе заранее вырезанные из бумаги геометрические фигуры: квадраты, круги, треугольники разных размеров и цветов.
2. Сейчас вы попробуете создать свою композицию из простых фигур на листе бумаги. Вам нужно постараться выделить одну из них – она будет центром вашей композиции. Вы можете поместить её в любое место, но другие фигуры не должны привлекать больше внимания, чем она. Выделите её, используя правила композиции, которые мы обговорили выше (цвет, форма, размер и т.д.)
3. Выразить в своей композиции какую-то эмоцию (гнев, радость, грусть, удивление). Спокойствие – фигуры стоят статично. Если сильная эмоция, то фигуры идут в разброс.
4. После того, как вы нашли лучший вариант своей композиции, зафиксируйте фигуры с помощью клея.
5. Просмотр композиций всех учеников, совместное угадывание эмоций, обсуждение.
6. Использовать полученную информацию для выполнения заказа.

## Упражнение «Графическая комбинация»

Материалы: клей, формат А-3, карандаши, ластик.

Цель – создание логотипа.

После 4 станций команды возвращаются на свои места.

Теоретическая часть.

Комбинация в графическом дизайне – это способ создать что-то новое, уникальное и цепляющее глаз из разных вещей. Она следует за нами везде: соединить цвета в композиции, подобрать новую форму к предмету в стилизации. Графический дизайнер должен уметь сочетать любые предметы, животных и цвета между собой, чтобы сделать неповторимый стиль для бренда и угодить заказчику. Сейчас мы с вами попробуем создать логотип, скомбинировав в нём неожиданные характеристики.

Практическая часть.

Ведущий. После того, как вы прошли все станции можете приступить к созданию логотипа. Когда вы закончите, каждая группа должна представить получившийся проект. Демонстрация работ.

Рефлексия:

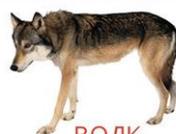
Какое у вас предприятие?

Как к вам пришла идея для иконки?

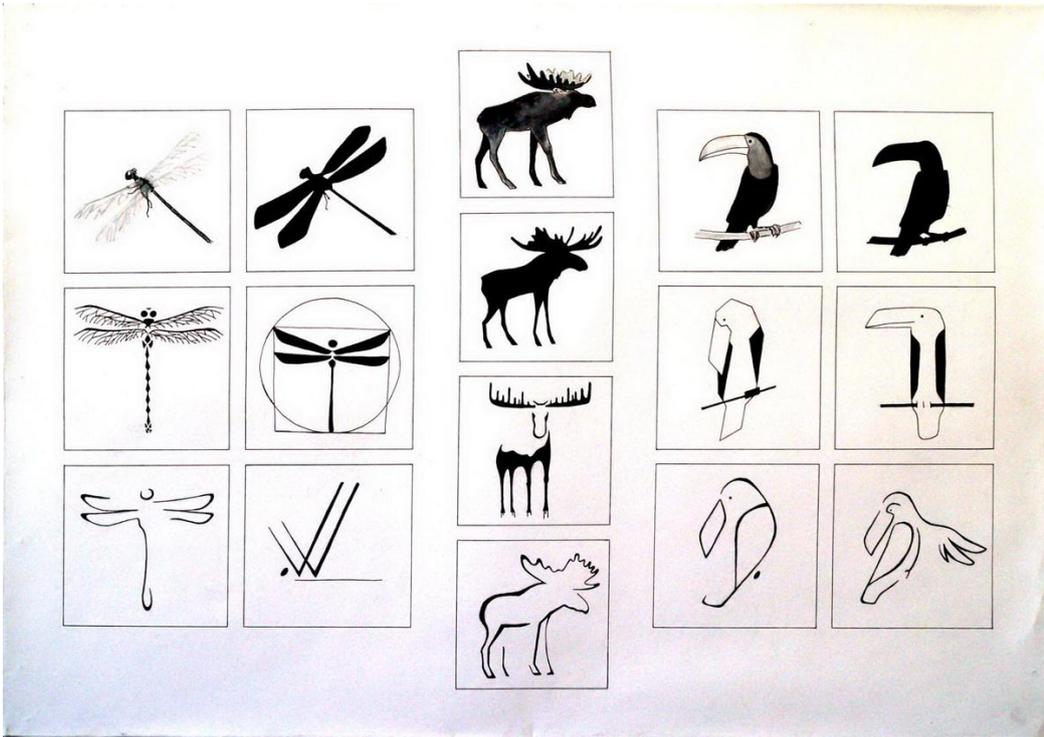
Почему выбрали такое название?

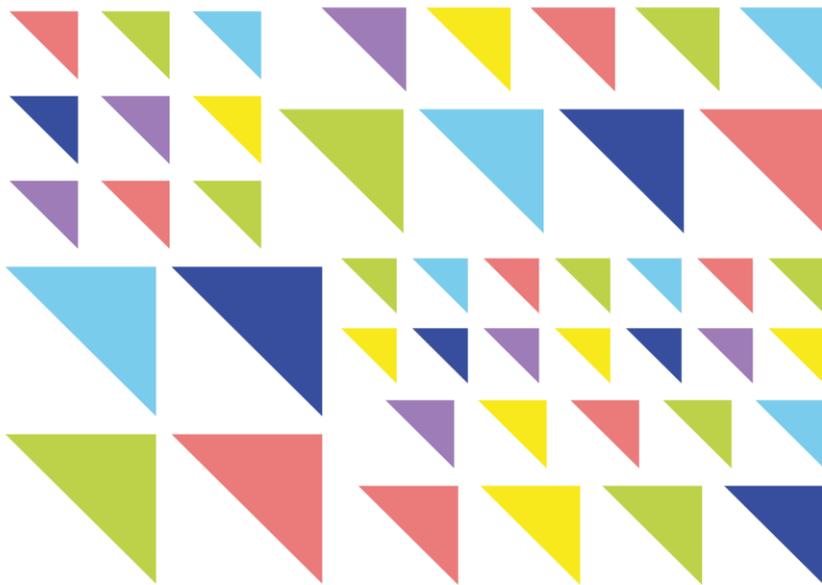
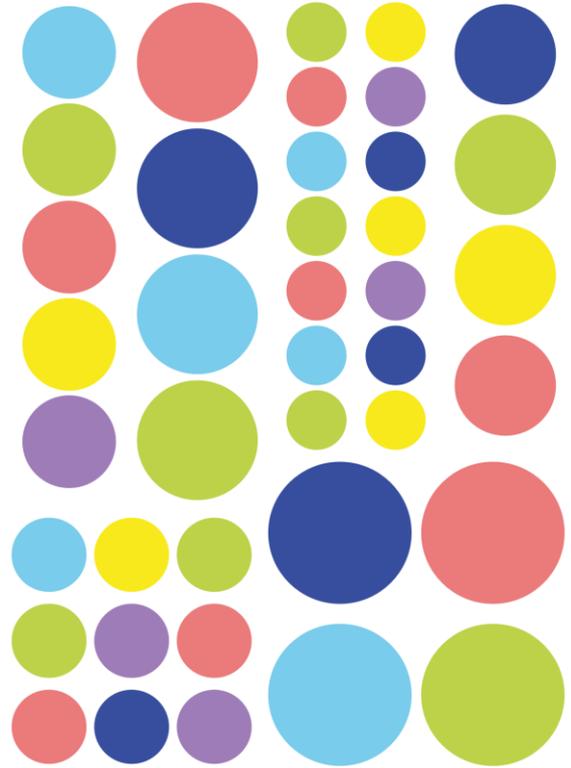
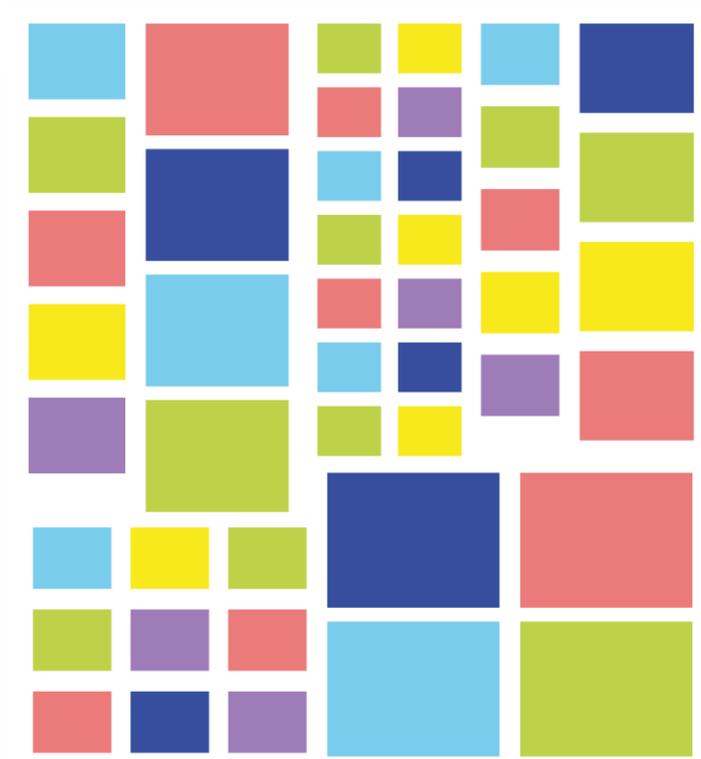
Какую работу можете отметить? Почему?

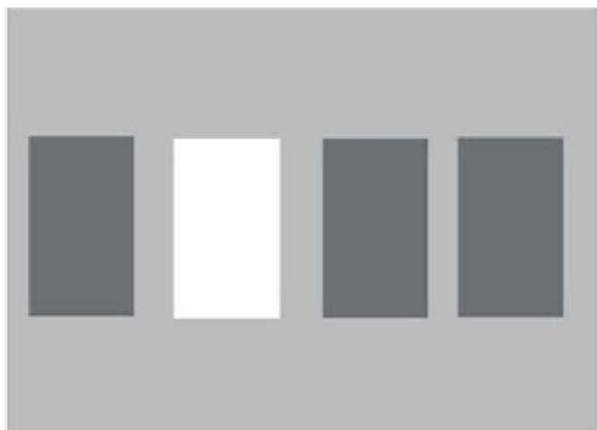
<b>книжный магазин</b>	<b>кофейня</b>
<b>цветочный магазин</b>	<b>стоматология</b>
<b>магазин косметики</b>	<b>фитнес-клуб</b>
<b>гостиница</b>	<b>автомастерская</b>
<b>зоомагазин</b>	<b>ресторан</b>

 <p>БЕГЕМОТ</p>	 <p>БЕЛКА</p>	 <p>ВЕРБЛЮД</p>	 <p>ВОЛК</p>	 <p>ВОРОНА</p>
 <p>ЕЖ</p>	 <p>ЖУК</p>	 <p>ЗАЯЦ</p>	 <p>ЗЕБРА</p>	 <p>ЗМЕЯ</p>
 <p>КОРОВА</p>	 <p>КОШКА</p>	 <p>КРОКОДИЛ</p>	 <p>МУРАВЕЙ</p>	 <p>ЛИСА</p>
 <p>ЛОШАДЬ</p>	 <p>ЛЯГУШКА</p>	 <p>МЕДВЕДЬ</p>	 <p>СОБАКА</p>	 <p>НОСОРОГ</p>
 <p>ОЛЕНЬ</p>	 <p>СВИНЬЯ</p>	 <p>МЫШЬ</p>	 <p>ТИГР</p>	 <p>ЛЕВ</p>
 <p>УТКА</p>	 <p>ГУСЬ</p>	 <p>ОБЕЗЬЯНА</p>	 <p>ЖИРАФ</p>	 <p>ПЕТУХ</p>

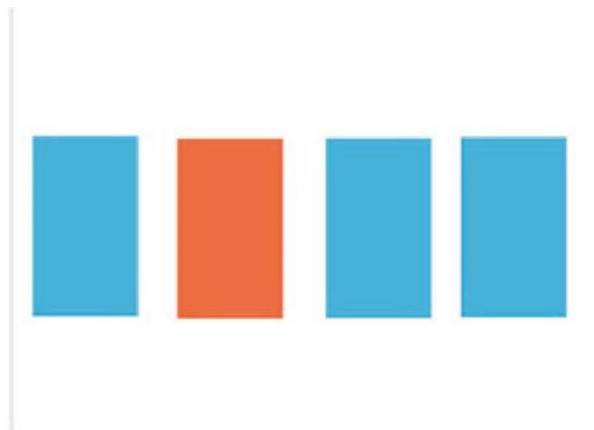




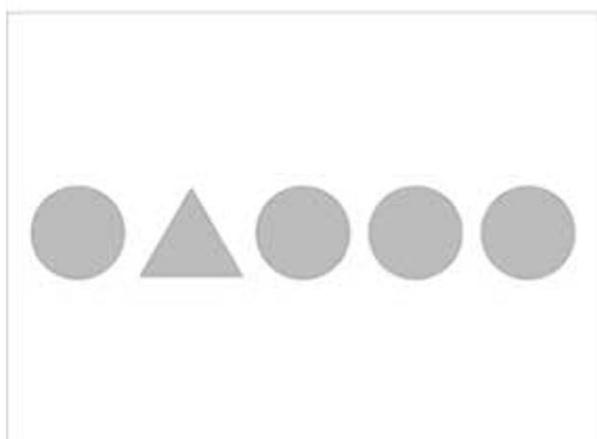




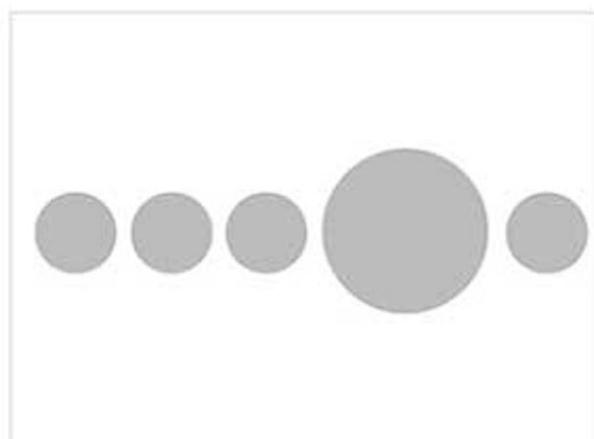
1. Выделение освещенностью



2. Выделение цветом



3. Выделение формой



4. Выделение размером