

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ


Кафедра акторської
майстерності та дизайну

ЗВІТ


з навчальної (плернерної, обмірної) практики

Термін практики: з 03.06.2019 р. по 15.06.2019 р.

Виконав(ла)

студент(ка) гр. <u>6.0227-1</u>		<u>Демочка А. П.</u>
(шифр групи)	(підпис)	(прізвище, ініціали)
_____	_____	_____
(шифр групи)	(підпис)	(прізвище, ініціали)
_____	_____	_____
(шифр групи)	(підпис)	(прізвище, ініціали)

Керівник практики:

<u>тоучет</u>	<u>948.</u> 	<u>Деребенко Н В</u>
(посада)	(підпис)	(прізвище, ініціали)
_____	_____	_____
(посада)	(підпис)	(прізвище, ініціали)

м. Запоріжжя – 2019 рік

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

Навчання "література" облікова практика
(назва і назва практики)

Студента Димової Анастасії Петрівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

Факультет СПП

Напрямок підготовки (спеціальність) бухгалтер

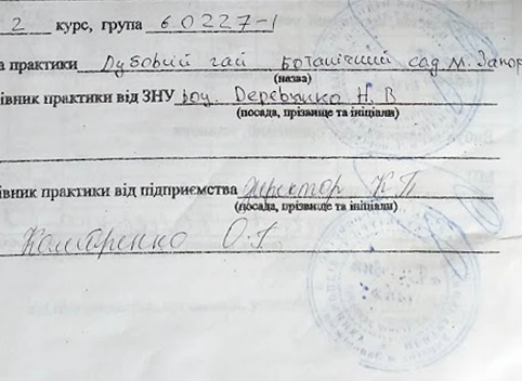
2 курс, група 60227-1

База практики Лубовий гай Ботаничний сад М.Даноріжана
(назва)

Керівник практики від ЗНУ Іоан. Дерев'яко Н.В.
(посада, прізвище та ініціали)

Керівник практики від підприємства директор Р.Т.
(посада, прізвище та ініціали)

Колесніченко О.Т.



Студент Димової Анастасії Петрівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

Направляється на Колесніченко практику
(назва практики)

на РТ "Центральні офіси контролю та відомчим "Лубовий Гай"
(назва підприємства)

Термін практики: з 3 серпня по 15 серпня 2019

Керівник практики від кафедри Іоан. Дерев'яко Н.В.
(посада, прізвище та ініціали)

МП Іоан. Дерев'яко Н.В.
(підпис, прізвище та ініціали)

Прибув на підприємство, організацію, установу

МП підприємства, організації, установи "ОБ" 06 20 19 року
Колесніченко О.Т.
(підпис, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Вибув з підприємства, організації, установи

МП підприємства, організації, установи "ОБ" 06 20 19 року
Колесніченко О.Т.
(підпис, прізвище та ініціали відповідальної особи)

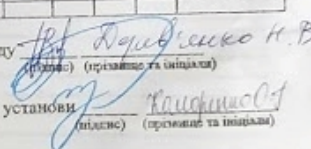


Календарний графік проходження практики

№ з/п	Назва робіт	Тижні проходження практики					Відмітки про виконання
		1	2	3	4	5	
01.06	Оформлення звітів та відомостей на підприємстві	✓					вик
04.06	Введення в роботу нових працівників	✓					вик
05.06	Введення в роботу нових працівників	✓					вик
06.06	Введення в роботу нових працівників	✓					вик
07.06	Введення в роботу нових працівників	✓					вик
08.06	Введення в роботу нових працівників		✓				вик
09.06	Введення в роботу нових працівників		✓				вик
10.06	Введення в роботу нових працівників		✓				вик
11.06	Введення в роботу нових працівників		✓				вик
12.06	Введення в роботу нових працівників		✓				вик

Керівники практики: Іоан. Дерев'яко Н.В.
від вищого навчального закладу (підпис) (прізвище та ініціали)

Колесніченко О.Т.
від підприємства, організації, установи (підпис) (прізвище та ініціали)



ЗМІСТ

Вступ.....	
Розділ 1. Постер у сучасному дизайні.....	
1.1 Загальні відомості про постер.....	
1.2 Поняття про рекламний та екологічний постер.....	
Розділ 2. Постер на тему екології та рекламного туризму.....	
2.1 Концепція ідеї рішення теми.....	
2.2 Розробка та виконання остаточного варіанту, хід та етапи виконання роботи.....	
2.3 Остаточний варіант постеру.....	
2.4 Технічне виконання проекту та макету постерів.....	
Висновок.....	
Перелік джерел посилання.....	

ВСТУП

Постер - художньо оформлений плакат, який використовується для рекламних або декоративних цілей. Плакат – це особливий вид графічного мистецтва. Та його глядачами стають люди, навіть байдужі до культурно - мистецького життя. На вулицях біля кінотеатрів та спортивних комплексів, у приміщеннях офісів та закладах освіти – звідусіль плакат звертається до нас, привертає до себе увагу.

1.1 Загальні відомості про постр

Постер (англ. Poster - «афіша, оголошення, плакат»):

Постер - художньо оформлений плакат, який використовується для рекламних або декоративних цілей (частіше з зображенням актора, музиканта, спортсмена)

Плакат (нім. *Plakat*, фр. *placard* — оголошення, афіша, від *plaquer* — наклеїти, лат. *placatum* — повідомлення, свідоцтво) — різновид графіки.

Історичними попередниками сучасного плакату вважають гравюри Німеччини початку 16 ст. великого розміру в добу Селянської війни. Їх називали тоді «летючі аркуші», бо вони виконували агітаційну роль.

З розвитком театрального мистецтва в Західній Європі поширення отримала театральна афіша (театральний різновид плакату), що мав зазвичай текст оголошення про майбутню виставу. Афіша набула значного поширення у 19 столітті, коли до її створення залучили літографію. Поряд з текстами почали з'являтися і зображення, що підвищувало візуальні і впливові характеристики плакатів.

Загальна характеристика

Витвір мистецтва, різновид тиражованої графіки. Лаконічне, помітне, найчастіше кольорове зображення з коротким текстом, виконане, як правило на великому аркуші паперу, виготовляється з рекламною, інформаційною, навчальною метою. Сучасний плакат — це найчастіше поліграфічне виконання художнього оригіналу. Основні вимоги до плакату такі: плакат повинен сприйматися з великої відстані, бути помітним на фоні інших засобів візуальної інформації. Плакат — барвисте рекламне видання великого формату.

Види плакатів

- соціальний плакат — плакат, який пропагує базові соціальні цінності. В соціальному плакаті відображені соціальні прояви особистості, специфіка соціальних взаємовідносин в суспільстві, значущі соціальні проблеми, загрози та лиха
- Авторський — це виставковий варіант; ближчий до мистецтва, він глибший та суб'єктивніший
- масовий — безособовий, безіменний; носить спонтанний характер, має тимчасовий епізодичний контакт з глядачем.

1.2 Поняття про рекламний та екологічний постер

Рекламний постер є одним з найпоширеніших видів зовнішньої реклами через свою дешевизну і універсальність. Як правило, він є плоским екраном із статичним зображенням, але останнім часом з'явилися динамічні постери, картинки на яких міняються залежно від точки зору.

Мінімальний стандарт постера має розміри 50x70 см, а максимальний - 200x300 см. Традиційні рекламні постери - це повнокольорові плакати, які друкуються на папері, бекліте або плівці, а потім наклеюються на жорстку основу. За технологією виготовлення постери діляться на кашировані та обтяжні. Основою кашированого постеру служить картон великої товщини, на який наклеюється папір із зображенням (лайнер). Такі рекламні постери можуть мати довільну конфігурацію. Для обтяжних постерів можлива тільки прямокутна форма. Часто плакати заключають в алюмінієвий або пластиковий профіль, а для продовження терміну експлуатації ламінують. Існують і повністю пластикові постери, зображення на яких наноситься методом фотодруку. В порівнянні з паперовими, такі конструкції довговічніші.

Як правило, рекламні постери вішаються на стіну (іноді кріпляться до стелі) і служать рекламою, яку добре видно з відстані 10-15 м. Найбільш поширеною сферою застосування цієї рекламної площини є рекламування товару в магазинах. У супермаркетах вони часто виставляються прямо на стелажі з продукцією. Окрім цього, рекламні постери застосовуються скрізь, де потрібна недорога, але ефектна реклама - в барах і ресторанах, міському транспорті і речових ринках, виставкових центрах і навіть в ліфтах.

Незаперечний плюс цих рекламних носіїв - можливість гармонійного поєднання графічної і текстової інформації. Яскрава цікава картинка привертає споживача на першому етапі. Зацікавившись, клієнт знайомиться з текстовою складовою, яка несе головне смислове навантаження. Втім, можна зустріти постери, направлені виключно на іміджеве просування товару або навпаки, більшою мірою орієнтовані на текст. Можна з упевненістю сказати, що рекламні постери, якщо не найпрестижніші, то напевно найбільш універсальні і масові серед всіх представників зовнішньої реклами.

Замовляючи постер, замовник зазвичай вже знає, в якому місці розмістити рекламний носій. При цьому мається на увазі, що споживач матиме безпосередній і достатньо тривалий контакт з представленою там інформацією. В зв'язку з цим, дуже важливу роль грає спосіб її подачі і графічного виконання плаката. Сучасний споживач звик до великої кількості рекламних картинок, тому найважливішою якістю результативного постера є креативність його виконання. Іншими словами, рекламні постери повинні не тільки інформувати, але ще і дивувати. З цієї причини особлива увага приділяється дизайнерському виконанню реклами. Тьмяний плакат із заїждженою композицією і сюжетом,

навряд приверне увагу потенційного споживача, а значить, не буде сприйнята і текстова інформація.

Принципи дизайну соціального плаката

- Однозначність образу. Все зайве, що не має значення, має бути відкинуто.
- Лаконічність. Графіка повинна красномовно доносити думку плаката.
- Синхронність. Плакат повинен відповідати актуальності сприйняття сучасного користувача.

Види соціальних плакатів

1. У центрі плаката - зображення, тобто текстова складова майже відсутня.
2. Текст і графіка доповнюють один одного, будучи невід'ємними компонентами.
3. Домінування тексту і повна відсутність картинки.

Особливості створення соціального плаката. Плакат повинен легко сприйматися на значній відстані і відразу привертати увагу. Сенс всієї композиції повинен бути простий і зрозумілий, а узагальнені форми повинні добре запам'ятовуватися. Величезну роль у створенні соціальних плакатів грають кадровані зображення і силуети. Локальні кольорові плями можуть стати ключовим фактором при створенні плаката соціальної спрямованості. Вибираючи шрифт, звертають увагу на ритм і стильова єдність, зміст тексту.

Розділ 2. Постер на тему екології та рекламного туризму

2.1 Концепція ідеї рішення теми

Плакат – це особливий вид графічного мистецтва. Та його глядачами стають люди, навіть байдужі до культурно - мистецького життя. На вулицях біля кінотеатрів та спортивних комплексів, у приміщеннях офісів та закладах освіти – звідусіль плакат звертається до нас, привертає до себе увагу.

Головна тема мого екологічного плакату: «Вони зникають, а ти не помічаєш». Ідея цього постеру полягає у зверненні уваги людей до значного скорочення популяції метеликів нашого регіону.

Темою туристичного плакату стала : «Надихаюче Запоріжжя».

2.2 Розробка та виконання остаточного варіанту, хід та етапи виконання роботи

Розглядаючи композицію плаката через призму досягнення цілісності твору, необхідно поділити загальний процес на окремі складові. Відомо, що роботі над плакатом передують підготовчий етап. Це стосується, перш за все, вивчення теми та збирання потрібної інформації. Накопичення інформації йде у двох напрямках: вивчення літературних джерел, безпосередньо пов'язаних з темою та збирання натурального матеріалу у вигляді малюнків, начерків, фотографій тощо.

Паралельно розглядаються аналоги, слабкі та сильні сторони їх композиційних рішень.

Ретельне та глибоке вивчення зібраного матеріалу на підготовчому етапі, породжує перші уявлення про майбутній твір. Виникає творчий задум.

Важливим етапом роботи над плакатом є пошук образотворчих засобів, втілення ідеї шляхом виконання ескізів (Рис.1) (Рис. 2) (Рис.3) (Рис. 4) (Рис.5).



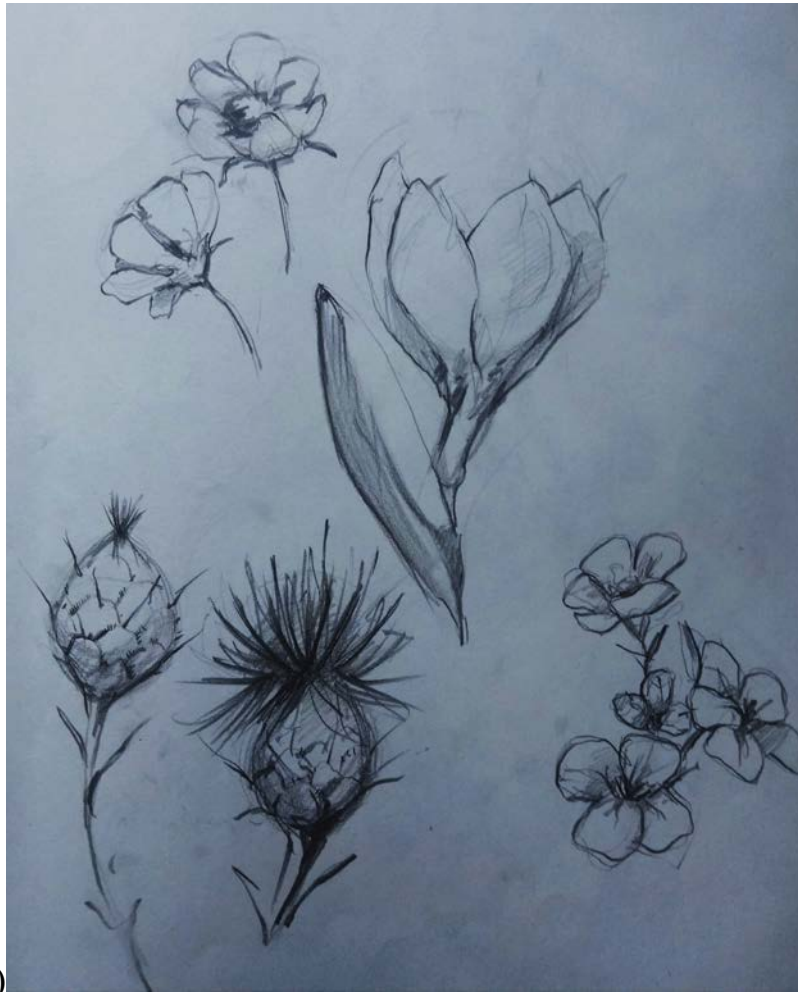
(Рис.1)



(Рис. 2)



(Рис.3)



(Рис.4)

(Рис.5)

Виконання ескізів дає змогу випробувати різні варіанти втілення ідеї, дослідити різноманітні образотворчі засоби композиції щодо їх ефективного застосування при створенні художнього образу.

Наступним етапом роботи стала розробка плакату та редагування фото, для подальшого використання в постері.

2.3 Остаточний варіант постеру



ЧИСЕЛЬНІСТЬ ДЕЯКИХ ВИДІВ МЕТЕЛИКІВ СКОРОТИЛАСЯ ОСОБЛИВО СИЛЬНО. НАПРИКЛАД,
ПОПУЛЯЦІЯ МЕТЕЛИКІВ ВИДУ МАХАЛОН СКОРОТИЛАСЯ НА 78% В МІСЬКИХ РАЙОНАХ,
В СІЛЬСЬКИХ - НА 17%. ПОПУЛЯЦІЯ ПОДОЛЯРІЯ СКОРОТИЛАСЯ НА 75%
В МІСЬКИХ РАЙОНАХ, НА 23% - В СІЛЬСЬКИХ.





2.4 Технічне виконання проекту та макету постерів

Макети постерів були виконані за допомогою графічного планшету. Для створення зображення була використана растрова графіка. Вся робота виконана у Adobe Photoshop.

ВИСНОВОК

Плакат як суспільне явище завжди був і буде віддзеркаленням нашої історії, проблем и потреб.

Світ плакатів відображає загальні закони й норми соціального життя, тому він потребує простих і яскравих образів, коротких виразних фраз, що мають добре запам'ятовуватись. Як ефективний засіб візуальної комунікації, він постійно привертає увагу дослідників, мистецтвознавців, графіків, рекламистів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Шевченко В.Я. Композиція плаката: Навч. посіб. – 2 вид., доп. / В.Я.Шевченко. – Х.: Колорит, 2007. – 133 с.: іл.
2. Українська графіка XI– початкуXXст.:Альбом/ Авт.-упоряд. А.О. В’юник.– К.: Мистецтво, 1994. – 328 с.
3. Дизайн:Словник-довідник/Ред. М.І. Яковлєва; Ін-тпроблем сучасного мистецтва НАМ України/ Укл. Ю.Іванченко, О.Ваврик, О.Бросалінатаін.;
4. Вікіпедія//Вільнаенциклопедія– Режим доступу: <http://www.uk.wikipedia.org>

НАДИХАЄ
ЦЕ ВАШЕ
ЗАПОРІЖЖЯ





ВОНИ

ЗНИКАЮТЬ

А ТИ НЕ ПОМІЧАЄШ



ЧИСЕЛЬНІСТЬ ДЕЯКИХ ВИДІВ МЕТЕЛИКІВ СКОРОТИЛАСЯ ОСОБЛИВО СИЛЬНО. НАПРИКЛАД,
ПОПУЛЯЦІЯ МЕТЕЛИКІВ ВИДУ МАХАОН СКОРОТИЛАСЯ НА 78% В МІСЬКИХ РАЙОНАХ,
В СІЛЬСЬКИХ - НА 17%. ПОПУЛЯЦІЯ ПОДОЛЯРІА СКОРОТИЛАСЯ НА 75%
В МІСЬКИХ РАЙОНАХ, НА 23% - В СІЛЬСЬКИХ.

