

Тема: Дизайн масових заходів. Реклама, фірмовий стиль. Розроблення фірмового стилю сувенірної продукції за мотивами української народної пісні.

Мета: виховання в учнів емоційно-ціннісного ставлення до мистецтва та дійсності, розвиток мистецьких художніх інтересів, естетичних потреб; формування системи мистецької грамотності, яка відображає видову, жанрову, стильову специфіку і взаємодію мистецтв; розвиток умінь сприймання, інтерпретації та оцінювання творів мистецтва й художніх явищ; стимулювання здатності учнів до художньо-творчого самовираження в мистецькій діяльності, до здійснення мистецької комунікації; розвиток художніх мистецьких здібностей, креативного мислення, творчого потенціалу; формування потреби в естетизації середовища та готовності до участі в соціокультурному житті.

Опорний конспект уроку

1. Мотивація навчальної діяльності.

Прочитайте вислів.



2. Вивчення нового матеріалу.

Слово вчителя.



Розгляньте, дайте відповідь на запитання.

BCIM pptx

Розгляньте оголошення про заходи, присвячені Т. Г. Шевченку. Які елементи дизайну на запропонованих прикладах у підручнику вам даються естетично привабливими?



Слово вчителя.

BCIM pptx

Слово вчителя



Це потребує великої кількості дизайнерів, які здатні сформувати стиль шоу загалом та імідж естрадної зірки чи популярного телеведучого зокрема.

BCIM pptx

Слово вчителя



Сучасний шоу-бізнес пропонує чимало продукції для широкої аудиторії глядачів на телебаченні.

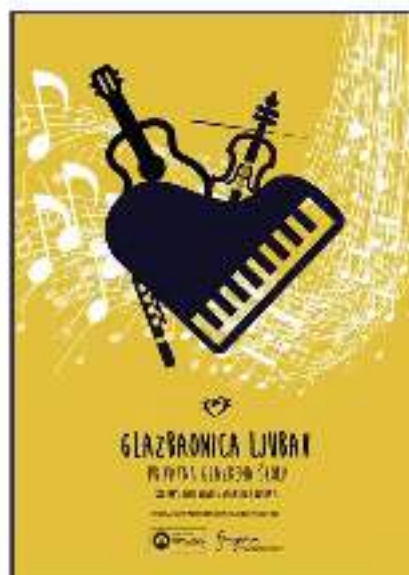
Телепрограми репрезентують багатожанрове розмаїття цієї індустрії: інформаційні, спортивні, розважальні, зокрема вікторини, ток-шоу, концерти зірок тощо. Вони успішно конкурують із показами художніх фільмів та серіалів.



Про більшість телепродуктів того чи іншого телеканалу ми дізнаємося з реклами.



Дизайнерів залучають до розроблення реклами різноманітних масових заходів, які сприяють популяризації шоу-індустрії.



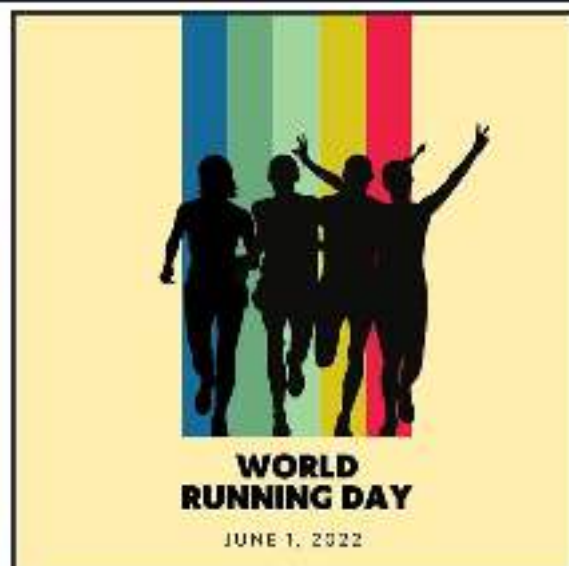
Існує безліч носіїв реклами:
 відео, аудіоролики,
 різноманітна поліграфічна
 продукція (афіші та
 оголошення, плакати,
 календарі, буклети,
 візитівки, листівки) тощо.



Надзвичайно потужну силу
 впливу має реклама на
 телебаченні та в Інтернеті.



Що ж визначає успішність будь-
 якої реклами? Ознаками її
 ефективності є творчі ідеї
 дизайнера, який художніми
 засобами здатний збуджувати
 цікавість споживачів.



Усі вони спрямовані на розвиток дитячо-юнацької творчості, підтримку талантів у різних галузях науки і техніки, спорту, культури та мистецтва.



Головна вебсторінка зазвичай містить тексти й ілюстрації, засоби комунікації тощо. Усі ці елементи дизайнер має майстерно поєднати в красиву композицію, зручну для користувачів.

Це здійснюють дизайнерські й рекламні агентства. Вони забезпечують єдиний візуальний образ конкретного масового заходу, творчого колективу чи телепрограми, що сприяє кращому запам'ятовуванню інформації про них, здатність відрізнити їх від інших.



Фірмовий стиль виявляється у повторенні основних елементів дизайну:

фірмового напису (логотипа);

фірмових шрифтів;

талісмана

(символ, знак, персонаж чи яскравий образ);

фірмового гасла, слогана (оригінального девізу);

корпоративних (фірмових) кольорів.



Розгляньте зразки елементів фірмового стилю Євробачення-2017 в Україні. Елементи якого декоративного розпису покладено в основу цього стилю дизайну Євробачення?



Слово вчителя.

До основних носіїв фірмового стилю належать друкована реклама (плакати, листівки, оголошення, каталоги, буклети, візитівки, запрошення, квитки, дипломи тощо), а також диски, подарункові сувеніри і призи (статуетки, кубки, вимпели, прапорці) тощо.





Елементи фірмового стилю є обов'язковими в оформленні екстер'єру та інтер'єру будь-якого розважального шоу, а саме: на настінному панно, банерах, емблемі, що розміщуються в концертній залі, у фое, перед входом у приміщення, де відбувається захід.



Під час створення фірмового стилю необхідно пам'ятати про те, що він в ідеалі має добре виглядати як на маленькій візитівці, так і на рекламному щиті, як у кольорі, так і в чорно-білому варіанті.

Фізкультхвилинка.

<https://youtu.be/5U1AstUIPQE>

3. Практична діяльність учнів

Пригадайте правила безпеки на уроці.

Сьогодні		Сьогодні	
Правила безпеки на уроці образотворчого мистецтва		Правила безпеки на уроці образотворчого мистецтва	
Роботу розпочинати лише з дозволу вчителя.	Використовувати інструмент тільки за призначенням.	Користуватися прийомом роботи з інструментами, як показав учитель.	Тримати своє робоче місце у належному порядку.

Корисні поради.



Розробіть фірмовий стиль сувенірної продукції за мотивами української народної пісні. (За можливості використайте програму Microsoft Paint.)



- Виберіть мотив народної пісні для декоративного малюнка, який стане основою фірмового стилю.
- Намалюйте обриси зображення та стилізуйте його.
- Намагайтеся, щоб декоративний малюнок був оригінальним, лаконічним, виразним і привабливим.
- Шрифт добирайте таким чином, щоб він легко читався і гармонійно узгоджувався з декоративним малюнком.



Розробіть фірмовий стиль сувенірної продукції за мотивами української народної пісні. (За можливості використайте програму Microsoft Paint.)



- Шрифт добирайте таким чином, щоб він легко читався і гармонійно узгоджувався з декоративним малюнком.
- Приділіть належну увагу добору кольорової гами, скористайтесь правилами контрасту та гармонії кольорів.
- Текстові та ілюстраційні матеріали мають бути врівноваженими.

Послідовність виконання.

Перегляньте відео за посиланням.

<https://youtu.be/UZ2gObId-l0>



Послідовність виконання

- 
- 
- 
- 
- 
- 



4. Закріплення вивченого.

Мистецька скарбничка.



Мистецька скарбничка





Дизайн реклами — це дизайнерське проектування, спрямоване на створення рекламної продукції.



Мистецька скарбничка



Фірмовий (корпоративний) стиль — це об'єднання за певною ідеєю візуальних ознак та інформаційних (текстових) елементів, за допомогою яких створюється образ, що легко впізнається.



Мистецька скарбничка



Шоу-бізнес — сфера комерційної діяльності в галузі художньої творчості, естради, кіно, музичної індустрії.

5. Підсумок.

Узагальнюємо знання.



Узагальнюємо, аргументуємо, систематизуємо



Як ви розумієте поняття «шоу» і «шоу-бізнес»?



Опишіть свої враження від дизайну сучасних масових заходів на конкретних прикладах.

Які розважальні шоу-програми є на українському телебаченні? Розробіть пропозиції щодо їх розвитку з огляду на потреби дітей та юнацтва.

Які художні засоби формують єдність усіх елементів фірмового стилю?

6. Рефлексія.

Оцініть роботу.



Рефлексія «Яблучний настрій». Обери емотикон, який відповідає твоєму настрою в кінці уроку


Я з усім справився




Все було легко та просто




Мене урок розлютив




Більше сміху ніж навчання



Бувало складно та нічого не зрозуміло



Чекую наступний урок



Виконані роботи можна надіслати:

1. На освітню платформу для дистанційного навчання **HUMAN**.

Не забувайте вказати своє прізвище та ім'я, клас, дату проведення уроку.

Бажаю плідної праці!