

Министерство образования и науки Пермского края
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Пермский колледж предпринимательства и сервиса»

*XVI Общероссийский фестиваль
педагогического мастерства
«Мастерство и вдохновение»*

**МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА
УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ**

ТЕМА

СОЗДАНИЕ ШРИФТОВОЙ КОМПОЗИЦИИ

Дисциплина
ОП.11 Типографика
профессия
54.01.20 Графический дизайнер

Автор:

Зырянова Евгения Павловна

Дата проведения: 10 декабря 2025 г.

Пермь, 2025

Методическая разработка учебного занятия по теме: «Создание шрифтовой композиции».

Автор: Зырянова Е.П. - преподаватель высшей квалификационной категории ГБПОУ «Пермский колледж предпринимательства и сервиса».

В методической разработке представлены материалы учебного занятия по ОП.11 Типографика по профессии 54.01.20 Графический дизайнер.

Разработка состоит из пояснительной записки, технологической карты учебного занятия, конспекта, перечня использованной литературы и приложений.

Рассмотрено на заседании ЦМК по УГС 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело, 54.00.00 Изобразительные и прикладные виды искусств, Протокол № 3 от 19.11.2025.

«Рекомендовано к участию в Фестивале педагогического мастерства «Мастерство и вдохновение»

Заместитель директора

Айзенштат Г.



Пояснительная записка

«В каждом человеке спит гений. И с каждым днем – все крепче и крепче».

М. М. Жванецкий

Актуальность. В век бурного роста научно-технического прогресса, быстрых изменений обществу необходимы люди, способные креативно мыслить в сложных жизненных ситуациях, видеть мир принципиально в другом свете, принимать нестандартные решения, находить новые пути использования различных вещей и ресурсов. В последнее время в деловой сфере чрезвычайно востребована креативность. Сейчас креативное мышление – залог успешного развития. Наша задача разбудить в студентах гения, сформировать творческое начало для успешной реализации себя в профессиональном мире графического дизайна.

Проблема. К сожалению, современная система образования еще сохраняет нетворческий подход к усвоению знаний. Часто обучение сводится к запоминанию и воспроизведению приемов действия, типовых способов решения заданий. Однообразное, шаблонное повторение одних и тех же действий убивает интерес к познанию.

Данная методическая разработка предназначена для проведения занятия по ОП 11 «Типографика» со студентами третьего курса профессии 54.01.20 «Графический дизайнер», которая составлена в соответствии с рабочей программой и календарно-тематическим планом. Данный урок направлен на освоение практических навыков создания шрифтовых композиций. Студенты развиваются свои навыки работы с методами и приемами типографики, улучшают свое эстетическое восприятие и овладевают способностью самостоятельно воплощать творческие задумки в дизайне макетов.

Цели занятия:

образовательная: закрепить и совершенствовать знания и умения выполнения шрифтовых композиций, освоить приемы выполнения художественных надписей, выполнить шрифтовую композицию по заданным условиям, выполнить анализ шрифтовой композиции

развивающая: развивать умение принимать решение в нестандартных ситуациях в рамках выполнения практического задания; развивать умение оценивать свою работу; развивать профессиональную культуру и дизайн-мышление;

воспитательная: формировать интерес к выбранной профессии, создавать условия для развития способностей обучающихся к творческой деятельности, навыка адекватной самооценки, организации собственной деятельности и работе в коллективе.

Тип учебного занятия: комбинированный

Образовательные технологии: технология практико-ориентированного обучения; технология развития креативного мышления, технология проектного обучения.

Формы организации деятельности студентов: индивидуальная, фронтальная.

Методы обучения: диалогический, проблемно-поисковый; проектный, практический, объяснительно-иллюстративный, рефлексивный.

Основные термины и понятия: композиция, психология шрифта.

Оснащение занятия: компьютер, проектор

Методические средства: раздаточный материал, презентация, виртуальная доска mts-link.ru.

Прогнозируемый результат:

обучающиеся будут уметь:

выполнять шрифтовые композиции,

применять приемы и методы типографики в создании вывески

обучающиеся будут знать:

выразительные приемы и методы типографики.

7. Междисциплинарные и внутри дисциплинарные связи: Дизайн - проектирование, Рисунок, ПМ.01 Разработка технического задания на продукт графического дизайна, ПМ.02 Создание графических дизайн-макетов.

8. Формируемые компетенции:

ПК 2.5. Осуществлять комплектацию и контроль готовности необходимых составляющих дизайн-макета для формирования дизайн-продукта.

ОК: ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

Источники

1. Андреев В. Шрифты и типографика: творческий практикум, Москва: КомпасГид, 2023.
2. Гущин Д. Полный гайд по типографике и шрифту, Москва: Питер, 2021.
3. Клег Б., Бич П. Интенсивный курс по развитию творческого мышления. М., 2004.
4. Морозов А. В., Чернилевский Д. В. Креативная педагогика и психология. М., 2004
5. Омельченко Идеи в шрифте: От буквы до композиции, Москва: АСТ, 2020.
6. Смирнов А. Современная типографика: теория и практика, Москва: Hobby Games, 2022.
7. Гришин И. Основы композиции в типографике, Москва: Арт-Родник, 2020.
8. Костылёва А. Типографика XXI века: новые горизонты дизайна, Санкт-Петербург: Питер, 2021.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ

Этап занятия	Время	Задачи, решаемые на этапе Методы и приемы работы	ФО УД*	Деятельность педагога	Деятельность обучающихся
I. Организационный	1	1. Приветствует студентов. 2. Выясняет готовность к уроку <i>объяснительно-иллюстративный</i>	Ф	1. Приветствует обучающихся. 2. Психологически настраивает на урок.	1.Оценивают готовность к уроку. 2. Настраиваются на учебную деятельность. 3.
II. Мотивация учебной деятельности студентов.	5	1. Обеспечение мотивации обучения студентов к изучению темы <i>Диалогический, проблемно-поисковый</i>	И	1. Предлагает просмотреть отрывок и мультфильма «Трям! Здравствуйте» 2. Задает вопросы по просмотренному фрагменту 3. Предлагает пофантазировать «А что, если бы лошади летали...» 4. Задает вопрос «Нужна ли графическому дизайнеру фантазия?» Приводит примеры 5. Задает вопрос, а может ли типографика реализовать идеи? Приводит примеры постеров для анализа и ответа на вопрос.	1. Смотрят отрывок 2. Отвечают на вопросы 3. Предлагают свои варианты ответа 4. Участвуют в диалоге с преподавателем, анализируют постеры
III.Этап усвоения новых знаний Актуализация знаний	8	Обеспечение усвоения приемов и методов типографики <i>Беседа, объяснительно-иллюстративный</i>	Ф	1.Демонстрирует приемы и методы типографики	1. Работают с раздаточным материалом 2. Участвуют в диалоге с преподавателем.
IV.Первичное закрепление знаний	15	Закрепление пройденного материала, применение знаний в новой ситуации	И	1. Выдает задание практической работы, предлагает группе определить тему и цель и задачи урока	1. Знакомятся с заданием. Определяют тему и цель занятия 2. Реализуют создание выски

		<i>практическая работа проблемно-поисковый, проектный частично-поисковый</i>		2. Обсуждает критерии оценивания работы 3. Контролирует и консультирует выполнение работы.	3. Организуют при необходимости помочь друг другу. 4. Выкладывают работы 5. Вносят в лист самооценки результаты, согласно критериям
V. Завершающий этап. Рефлексия	15	Представление результатов деятельности <i>аналитический, рефлексивный</i>	Ф И	1. Принимает результаты деятельности, организует процесс обсуждения результатов. 2. Организует рефлексию обучающихся по поводу их, деятельности на уроке, эмоционального состояния. 3. Объявляет оценки за урок.	1. Представляют созданные мини-проекты по заданной теме. 2. Делят выводы, выбирают лучший проект 3. Оценивают деятельность других на уроке 4. Отвечают на вопросы
VI. Домашнее задание	1	<i>объяснительно- илюстративный</i>	Ф	Информирует о домашнем задании, поясняет особенности выполнения	Фиксируют домашнее задание.

* **ФОУД** – форма организации учебной деятельности обучающихся (Ф – фронтальная, И – индивидуальная, П – парная, Г – групповая)

КОНСПЕКТ УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ

Организационный этап: Приветствие студентов, проверка готовности к уроку.

Слайд 1



Добрый день, уважаемые студенты!

Мотивация учебной деятельности студентов

Сегодня новый день, встреча с новым преподавателем и новыми событиями. Надеюсь, что каждый из нас в этот день обязательно приобретет что-то новое, а может вспомнит забытое. Предлагаю настроится на урок и посмотреть отрывок из мультфильма "Трям! Здравствуйте!"

Какие ощущения возникли при просмотре мультфильма? (возврат в детство, легкость, полет) Существует ли такая страна? (нет, фантазия)

Что произойдёт, если вдруг в небе появятся белокрылые лошадки?

Вопросы для размышления:

Как изменится мир?

Какие новые возможности откроются перед людьми?

Как повлияют полёты лошадей на транспортировку грузов, туризм, спорт?

Ну вот мы сегодня немного пофантазировали.

Слайд 2

Фантазия + идея = продукт

Фантазия — это умение необычно сочетать уже существующие идеи, создавая новые смыслы и образы в дизайне

В процессе проектирования фантазия превращает базовые концепции в уникальные и запоминающиеся продукты, усиливая визуальное воздействие.

Объединение идеи с визуальным решением через фантазию позволяет дизайну выделяться и подкреплять бренд.



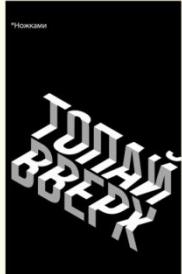
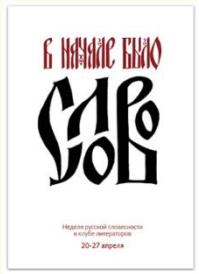
Скажите, а графическому дизайнеру нужна фантазия? Для чего? (фантазия дает возможность находить разные пути решения, рассказывать и подать интересно историю). На фотографиях вы видите, как произошло слияние идеи и фантазии, мечты людей о полете.

Этап усвоения новых знаний

Актуализация знаний

Слайд 3

Типографика — не просто выбор шрифта, а выразительный способ рассказать историю



С помощью шрифта мы можем воплотить свои идеи и фантазии? Посмотрите на этот слайд, о чем говорят эти постеры? (предлагают анализ постеров). Какие приемы типографики используются для воздействия на человека, какие помогают сформировать нарратив.

Слайд 4

тема: Разработка шрифтовой композиции



Сегодня Тема урока Разработка шрифтовой композиции

Слайд 5

Психология шрифтов: влияние на эмоциональное восприятие

Виды шрифтов

Толщина шрифтов

Стили начертания

Влияние цветовой палитры

Давайте подведем итоги нашей с вами беседы и еще раз посмотрим что помогает оказывать воздействие на целевую аудиторию при работе с шрифтами. На столах у вас лежат рабочие тетради. Ваша задача в задании 1 заполнить пропуски (приложение1)

Первичное закрепление знаний

Слайд 10

История одного кафе



Перейдем к заданию 2. Вам предлагается рассказать людям историю одного кафе

Слайд 11

тема: Разработка шрифтовой композиции

Задача: применить знания о психологии шрифта при создании шрифтовой композиции – вывески для кафе «Облака»

Самооценка и оценка

Критерий	Количество баллов
соответствует целевой аудитории	8-7 баллов-оценка 5
подобран вид шрифта	6-5 баллов - оценка 4
подобран цвет шрифта	4-3 балла-оценка 3
Подобрана толщина шрифта	Задание не выполнено-0 баллов
Подобран стиль начертания шрифта	
Итого	

Удачно подобран 2 балла

Не совсем удачно-1 балл

Не удачно-0

Задача: применить знания о психологии шрифта при создании шрифтовой композиции – вывески для кафе «Облака»

Выполнение практической работы (индивидуально)

Студентам оглашаются критерии оценки, выдаются карточки с описанием целевой аудитории Инструменты: Карандаши, фломастеры, ножницы

-После выполнения сфотографируйте свои работы и вышлите по ссылке

Слайд12

Анализ концепций - историй

Какими средствами разработчик передает идею?

Что мешает?

Что можно убрать без потери смысла?

Целевая аудитория

Активные молодые люди
18-25 лет
интересующиеся образованием, карьерой, новыми технологиями и молодежными развлечениями

Любители путешествий и приключений
ценят свободу передвижения, любят активный отдых, экстрем и культурное обогащение.

Геймеры и геймерская аудитория
Молодежь, играющая в компьютерные игры, участвующая в киберспортивных соревнованиях

Самооценка и оценка

Критерий	Количество баллов
соответствует целевой аудитории	8-7 баллов-оценка 5
подобран вид шрифта	6-5 баллов - оценка 4
подобран цвет шрифта	4-3 балла-оценка 3
Подобрана толщина шрифта	Задание не выполнено-0 баллов
Подобран стиль начертания шрифта	
Итого	

Удачно подобран -2 балла

Не совсем удачно -1 балл

Не удачно-0



Демонстрация работ студентов и оценка

3 вопроса для каждого макета:

1. Какими средствами разработчик передает идею?
2. Что мешает?
3. Что можно убрать без потери смысла?

Оценка за работу выставляется после обсуждения

Итак, сегодня мы увидели несколько концепций вывески для каждой целевой аудитории, так работают в рекламных агентствах, на первом этапе заказчику несколько вариантов для выбора, он выбирает один для дальнейшей работы.

РЕФЛЕКСИЯ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Слайд 13

Итоги урока

Было просто...

Было сложно...

Было трудно...

Какие инструменты использовали
для решения поставленной задачи...

Что понравилось...



А теперь я хочу, чтобы каждый из вас выбрал фразу и закончил ее

Было просто...

Было сложно...

Было трудно...

Какие инструменты использовали
для решения поставленной задачи...

Что понравилось...

Слайд 9

Домашнее задание шрифтовая композиция «История обо мне»

Рабочая тетрадь графического дизайнера

Психология шрифта

Задание 1

Виды шрифтов

_____ — шрифты с засечками, придающими букве выразительность и традиционный вид. Идеальны для создания атмосферы надёжности и элегантности.

Создают индивидуальность и творческую атмосферу _____ шрифты

_____ шрифты акцентируют оригинальность, делая бренд заметным и запоминающимся

Шрифты без засечек, воспринимаются как чистые и доступные-_____. Используются для современных, лаконичных вывесок, подчёркивая открытость бренда

Толщина шрифтов

воспринимаются как деликатные и элегантные _____ линии

_____ линии создают ощущение надёжности и решительности, подчёркивая устойчивость бренда и его выразительность

Стили начертания

1. Стиль _____

Психологический эффект:

Чувственность и деликатность.

Имитация человеческого почерка, подчёркивающая личное отношение автора к содержанию.

Может передавать лёгкую неуверенность или вежливую дистанцированность.

2. Стиль _____

3. Психологический эффект:

4. Нейтральность и объективность.

5. Создает ощущение уравновешенности и точности.

6. Предназначено для комфорtnого и быстрого прочтения большого объема информации.

3. Стиль _____

Психологический эффект:

Силу и решительность.

Проявляет уверенность и доминирование.

Сообщение кажется более убедительным и надёжным.

Цвет

_____ цвет вызывает у людей ощущения доверия, спокойствия и стабильности

Цвет символизирует радость, позитив, тепло и оптимизм_____

_____ цвет ассоциируется с природой и свежестью, придаёт ощущение гармонии и здоровья

Символизирует энергию и страсть, привлекает внимание _____

Задание 2

Разработайте дизайн вывески для кафе « Облака»

Задача: при создании шрифтовой композиции применить знания о психологии шрифта

Целевая аудитория (вписать)_____

Концепция_____

Оцените свою работу

Критерий	Количество баллов
соответствует целевой аудитории	
подобран вид шрифта	
подобран цвет шрифта	
Подобрана толщина шрифта	
Подобран стиль начертания шрифта	
Итого	

8-7 баллов-оценка 5

6-5 баллов - оценка 4

4-3 балла- оценка 3

Удачно подобран 2
балла

**Задание не
выполнено-0 баллов**

Не совсем удачно-1
балл

Не удачно-0

Психология шрифта(теоретический блок)

Психология шрифта изучает влияние выбора гарнитуры и начертания текста на восприятие сообщений аудиторией. Вот наиболее важные психологические приёмы и закономерности восприятия шрифтов:

Основные типы шрифтов и психология восприятия

1. Серифы («антеква»)

Это классические шрифты с засечками, придающими букве завершенность. Примеры: Times New Roman, Georgia, Baskerville. **Приёмы:** Такие шрифты ассоциируются с традиционностью, надёжностью, серьёзностью и классичностью. Идеально подходят для академической среды, официальных документов, публикаций и презентаций, где важна солидность и доверие.

2. Без засечек («готика»)

Современные шрифты без засечек. К ним относятся Arial, Helvetica, Roboto. **Приёмы:** Эти шрифты воспринимаются современными, простыми, чистыми и доступными. Используются там, где важен минимализм, лёгкость чтения и ясность подачи информации. Например, в интерфейсах гаджетов, логотипах брендов и сайтах.

3. Рукописные шрифты

Создают ощущение личного письма, индивидуальности и творчества. Например, Brush Script MT, Comic Sans MS. **Приёмы:** Это отличный выбор для креативных решений, маркетинговых материалов и объявлений. Однако важно помнить, что чрезмерное использование рукописных шрифтов снижает читаемость и воспринимается менее профессионально.

4. Декоративные шрифты

Эксклюзивные стилизованные шрифты, подчёркивающие оригинальность бренда. Примеры: Impact, Pacifico, Lobster. **Приёмы:** Применяются редко, чаще всего в дизайне упаковки продуктов, оформлении вывесок, фирменных стилях. Их задача — выделяться среди конкурентов и вызывать эмоциональный отклик.

Психологические особенности восприятия шрифтов:

Размер шрифта:

Большие буквы привлекают внимание быстрее, однако мелкие размеры могут создать впечатление элегантности и утончённости.

Стиль начертания:

Толщина линий влияет на эмоции читателей. Тонкий шрифт кажется деликатным и изысканным, толстый же — сильным и решительным. Закругленные формы кажутся дружелюбнее и приятнее глазу, тогда как строгие геометрические линии придают официальность и силу.

Цветовая гамма:

Цвет также оказывает воздействие на восприятие текста. Чёрный текст на белом фоне воспринимается традиционно и легко читаем. Конtrасты цвета помогают привлечь внимание к важным деталям.

Расстояние между символами (кернинг и трекинг):

Малое расстояние создаёт эффект плотности и тесноты, большое — свободу и простор. Грамотное распределение символов улучшает читабельность.

Светлость и контраст:

Контраст помогает чётче воспринимать символы. Высокий контраст привлекает больше внимания, низкий даёт комфорт при длительном чтении

Цвет играет важную роль в восприятии текста и способен значительно влиять на эмоциональное состояние читателя. Рассмотрим подробнее, как каждый оттенок воздействует на психику и каким образом его лучше использовать в сочетании с выбранным шрифтом.

Психологическое значение цветов

1. Красный

Красный цвет вызывает сильные чувства: страсть, возбуждение, энергию, агрессию. Его используют для привлечения внимания, срочности и стимуляции действий. Важно учитывать этот аспект при выборе сочетания красного с текстом.

Подходят смелые и яркие шрифты, крупные заголовки, броские рекламные объявления.

Избегайте красный фон большого объёма текста — чтение становится утомительным.

2. Зелёный

Ассоциируется с природой, свежестью, гармонией и здоровьем. Зеленый создает расслабляющую атмосферу и чувство стабильности.

Хорошо сочетается с округлыми шрифтами, подчеркивая природную эстетичность и экологичность продукта.

Если зелёный использован неуместно, он может казаться тусклым и недостаточно выразительным.

3. Жёлтый

Яркий жёлтый цвет символизирует радость, позитив, тепло и оптимизм. Используется для привлечения внимания и передачи энергии.

Отлично подходит для детских игрушек, рекламных акций, оформления развлекательных мероприятий. Но будьте осторожны с насыщенностью оттенка, иначе желтый быстро утомляет глаза.

Лучше избегать длинных блоков текста на ярко-жёлтом фоне.

4. Синий

Синий ассоциируется с доверием, надежностью, стабильностью и профессионализмом. Этот цвет выбирают бренды, ориентированные на стабильность и уверенность потребителя.

Подходит для корпоративного стиля, банковской сферы, медицинских учреждений, образовательных ресурсов. Особенно хорошо смотрится с крупными, четкими шрифтами вроде готесков.

Переизбыток синего может вызвать холодность и отдаленность.

5. Фиолетовый

Фиолетовый цвет олицетворяет роскошь, богатство, магию и творчество. Обычно используется для премиальной продукции, эксклюзивной косметики, предметов искусства и ювелирных изделий.

Выигрышно выглядит с декоративными и фантазийными шрифтами, создающими впечатление уникальности и экстравагантности.

Перегруженный фиолетовым дизайн может выглядеть старомодным и излишне женственным.

6. Розовый

Символизирует нежность, романтику, молодость и чувственность. Часто применяется в женской косметике, товарах для девочек-подростков и свадебной тематике.

Прекрасно работает с мягкими округлыми шрифтами, создавая игривую и легкую атмосферу. Может показаться инфантильным и поверхностным, если неправильно подобран.

7. Серый

Серый является символом нейтралитета, консерватизма и рациональности. Подходит для деловой документации, технических инструкций и корпоративных писем.

Чаще всего комбинируют с тонкими аккуратными шрифтами, такими как Open Sans или Montserrat. Чрезмерное количество серого создает унылую атмосферу, поэтому лучше разбавлять яркими акцентами.

8. Белый и чёрный

Белый — цвет чистоты, простоты и порядка. Чёрный — моши, престижа и формальности. Оба используются повсеместно благодаря своей универсальности.

Хорошо сочетаются практически с любыми шрифтами, особенно жирными рублеными начертаниями. Белым цветом выделяется важная информация на тёмном фоне, чёрным — основной текст на светлом фоне.

Правила подбора цвета шрифта:

- Страйтесь подбирать цветовую гамму, соответствующую стилю вашего ресурса или продукта.
- Для больших объёмов текста выбирайте высококонтрастные комбинации (например, черный текст на белом фоне).
- Обратите внимание на культурные ассоциации цвета, поскольку восприятие может различаться в зависимости от региона.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Раздаточный материал №1 Целевая аудитория

1. Любители путешествий и приключений
2. Активные молодые люди 18-25 лет, интересующиеся образованием, карьерой, новыми технологиями и молодежными развлечениями.
3. Геймеры и геймерская аудитория Молодёжь, играющая в компьютерные игры, участвующая в киберспортивных соревнованиях, покупающая игровые консоли, аксессуары и программное обеспечение.