

**Негосударственное образовательное частное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»**

Форма обучения: заочная

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Профиль подготовки: Графический дизайн

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ
по дисциплине
«Проектирование в графическом дизайне»

**на тему: «Информационная графика. Разработка
инфографики, как вида коммуникации для
студенческого концерта»**

Выполнил
Студент 4 курса
Кутина Кристина Хайтбаевна
(подпись)
Научный руководитель
Шмалько Игорь Сергеевич
(подпись)

Москва 2021

Негосударственное образовательное частное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

Форма обучения заочная
Направление подготовки 54.03.01 Дизайн
Профиль подготовки: Графический дизайн

«УТВЕРЖДАЮ»

«__» _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ ПО ПОДГОТОВКЕ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Студента Кутина Кристина Хайтбаевна

1. Тема работы «Информационная графика. Разработка инфографики, как вида коммуникации для студенческого концерта»
2. Дата выполнения курсового проекта: «20» июня 2021 г.
3. Исходные данные: *все данные собраны в ходе изучения профильных дисциплин учебного плана, научная литература, методические материалы, нормативные акты.*
4. Содержание курсового проекта: *пояснительная записка на 22 стр., планшет 100x140 см, графический материал.*
5. Перечень графического материала: *полиграфическая продукция.*

«УТВЕРЖДАЮ» «__» _____ 20__ г. _____
/ _____ /
(дата) (подпись)

Руководитель _____
(подпись)

Задание принято к исполнению «__» _____ 20__ г.
(дата)

(подпись студента)

Содержание

Введение	3
1.Анализ исторических и современных прототипов, аналогов творческих источников.....	4
2.Анализ конструктивного и художественно-проектного решения проекта.....	9
3.Обоснование принятого творческого решения	15
4.Концепция проекта.....	16
5.Эскизный проект.....	18
Заключение.....	19
Список использованной литературы.....	21
Приложение.....	23

Введение

Для современного мира характерно постоянное увеличение и расширение информационного потока. Ежедневно растет количество средств коммуникации, с помощью которых информация поступает к человеку. Извлечение и переработка информации становится достаточно сложной задачей для потребителя. Порой данные коммуникации выстроены не самым грамотным образом из-за чего извлечение важных и полезных сведений становится достаточно сложной задачей. В результате чего преобразуются и способы работы с информацией.

Одним из методов коммуникации и презентации является инфографика или информационная графика. Это способ коммуникации с потребителем или читателем через разного рода диаграммы и схемы с четко выстроенной логической цепочкой, которая визуальнo упрощает донесение информации. Инфографика обладает обширным комплексом ресурсов, используемых в различных сферах массовых коммуникаций.

Инфографика (от лат. Information- разъяснение, осведомление, изложение; от др. греч. Γραφικός -письменный, пишу) – графический способ подачи информации, данных, цель которого является мгновенно преподнести информацию. Это одна из наиболее динамично развивающихся форм современной коммуникации, цель которой упростить донесение информации до читателя.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что, несмотря на широкий спектр применения инфографики, ей довольно часто пренебрегают или используют некорректно. В данной работе речь пойдет о системе коммуникации по средствам инфографики и ее области применения.

1. Анализ исторических и современных прототипов, аналогов творческих источников

Инфографика, как вид коммуникации существует с древних времен, и мы можем найти ее проявления в разных эпохах. Так, например, в далеком прошлом, первобытные люди использовали наскальные изображения, веруя, что эти рисунки помогут во время охоты, либо защитят от злых сил. Такая, казалось бы, примитивная инфографика помогла сохранить информацию для будущих поколений пусть и в упрощенном виде. Однако эти изображения представляли только сюжетные фрагменты (не всегда отражали действительность). С появлением первых письменных текстов обозначилось противоречие между читающими и разглядывающими. Предполагалось, что читающие способны мыслить логически, а разглядывающие наивно полагались на образное мышление и воспринимали сюжеты как реальные факты.

Начало явного развития одномерной инфографики связываю с появлением системы Кипу в эпоху инков, которую обнаружили в Перу в 1531 году. Данная система применялась для статистического учета и централизованного управления, однако данная система кипу не использовала письменных знаков и представляла собой совокупность толстых и тонких канатов, сплетенных из веревок (см.: рис. 1.1).

Размещение узлов в данной системе обозначало кол-во чего-либо в десятичной системе исчисления. Канаты сплетенный между собой окрашивались в различные цвета в зависимости от сферы применения. Таким образом система Кипу была универсальной визуальной системой для записи (учета) и воспроизведения количественных данных, а также использовалась в разных сферах жизни инков. Данная система — это один из примеров одномерной визуальной информационной коммуникативной системы, дошедшей до наших дней.

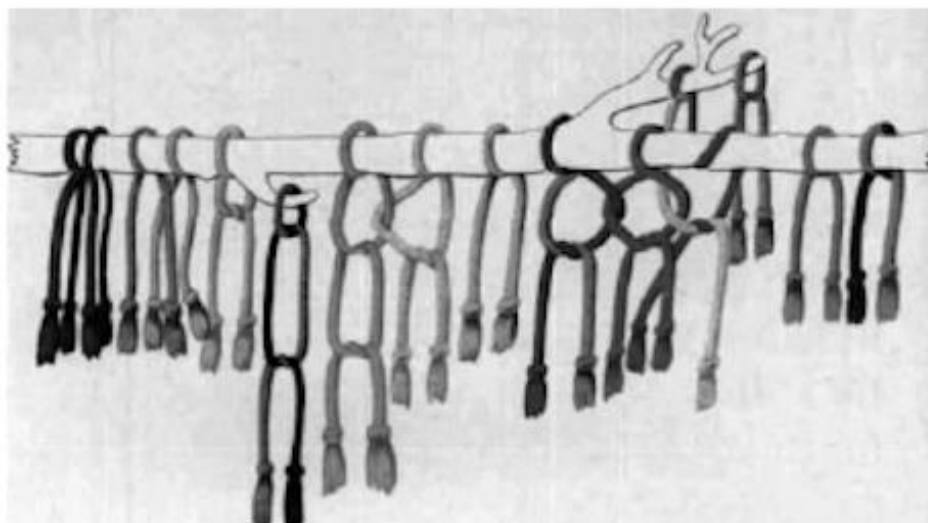


Рис. 1.1 – Кипу инков

Эпоха Возрождения в период ранней европейской картографии в систему навигации вошли описания движения объекта относительно долготы (времени) и широты (скорости), объединив с помощью графика географическое пространство с абстрактными физическими свойствами (температура, скорость, время и т.д.). В 1630 г. в европейской картографии произошел «великий перелом» благодаря визуализации табличных чисел и геометрических позиций в пространстве (см.: рис. 1.2).

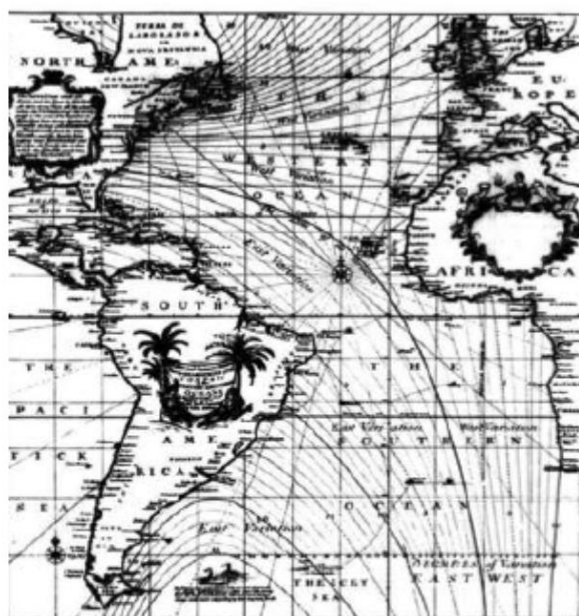


Рис. 1.2 – Наложение данных на географическую карту

Так же ярких примеров проникновения инфографики в средства массовой информации произошло в 1702 г., в результате информационной революции. С появлением вспомогательной инфографики в СМИ консервативно настроенная группа считала ее примером упрощения и неглубокой работы журналистов, другие оценили оригинальность и доходчивость такого представления информации, а издатели сразу же увидели уникальность и возможности инфографикой. Реализация в визуализации новостей в печатных изданиях привела к революционным изменениям, как издательского дела, так и журналистики, повысив требования к излагаемой информации.

В начале XIX в. инфографика стала постоянной составляющей криминальной хроники в газетах. Данные материалы сопровождалась гравюрами и реконструкцией событий в виде схемы, создаваемой на основе версий криминалистов и полиции. В создании схем участвовал журналист, художник и гравер. Издатели полностью поменяли подход к подаче информации до читателей и с помощью диаграмм и схем «уплотнили» визуальную материал. В середине XIX в. появился новый тип журнала, предлагающий новости исключительно в виде диаграмм и схем. Что послужило изменениям в печатной продукции. Первооткрывателями того времени стали журналы «The Illustrated London News» и «L'illustration».

В 30-х гг. XX в. активно стала развиваться иллюстрированная информационная графика, родоначальником которой стал Герри Бек, который в 1931 году предложил карту-схему Лондонского метрополитена. Однако считается что в современном виде инфографика появилась в 1982г., когда начала издаваться газета «USA Today». Редактор Лори Демо использовал правило: «Если история начинается непонятно и трудна для восприятия, то лучше использовать графику», так же ему приписывается еще одна фраза: «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Данное выражение ушло в народ и идеально подходит в качестве емкого описания для направления, как информационная графика. Благодаря принципу Лори Демо и его широких

взглядов газета «USA Today» под его редакцией вошла в пятерку самых читаемых газет страны.

В 2000 гг. появляется интерактивная и динамическая инфографика благодаря технологиям данные диаграммы и схемы теперь можно размещать на одном носителе-компьютере или смартфоне, использовать мультимедийные баннеры и всевозможные носители для передачи информационной графики.

Взаимодействие с 3D графикой позволяет воспроизводить диаграммы с параллельной координацией, благодаря чему донесение информации становится более впечатляющим (см.: рис. 1.3).

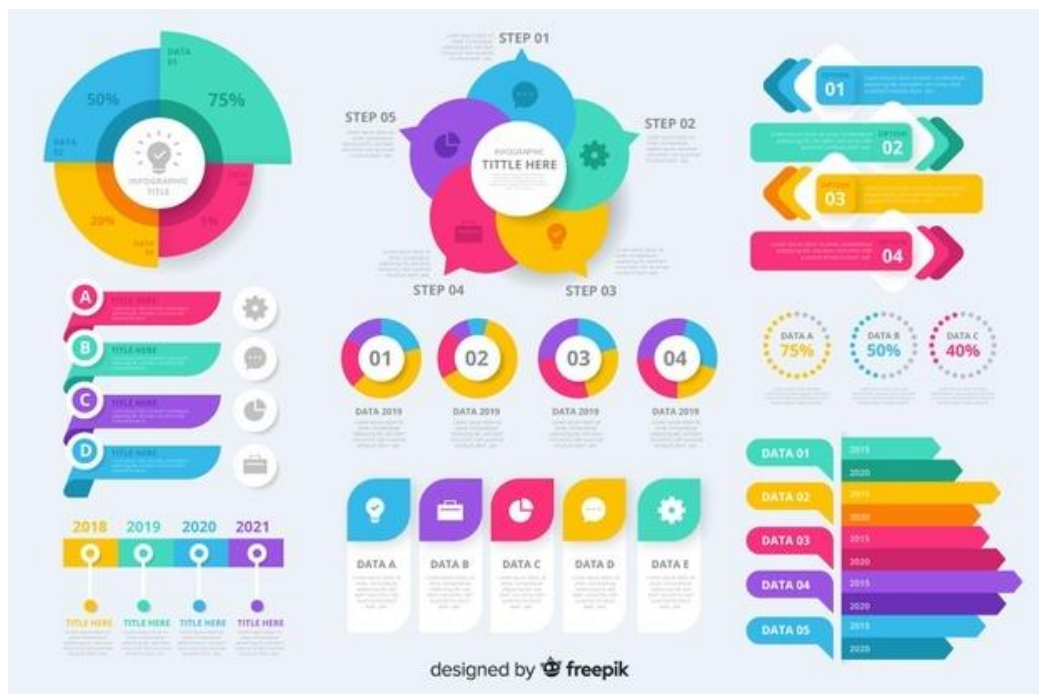


Рис. 1.3 – Пример информационной графики

Но основная цель остается неизменной - модернизация процесса восприятия информации, помощь в восприятии труднообъяснимой информации в простых образах, кроме того, донесение данных в лаконичном и вызывающем у человека интерес сообщении. Создание информационной графики заключается в работе с текстом, шрифтом, анализом и сбором данных, обработка и грамотное донесение информации до читателя.

Основным импульсом в развитии информационной графики способствовало развитие компьютерных технологий, расширив диапазон применения и варианты представления.

А секрет успеха инфографики заключается в характере нашей эпохи, как это видно на примере исторических фактов, приведенных выше. С развитием цивилизации и культуры в целом можно проследить как развивалась система информационной графики от примитивного изображения до сложных схем и диаграмм. Грамотная инфографика имеет многослойный характер и подвижную когнитивную структуру, превращая потребителя-читателя в соавтора новой информации.

С развитием информационных технологий инфографика перешла на новую ступень, теперь мы можем ее встретить на разных информационных носителях, так как инфографика стала самым простым и понятным способом донесения информации до массового потребителя.

Грамотно разработанная инфографика помогает найти контакт совершенно с любой ЦА и в кратчайшие сроки донести информацию до своего слушателя. Так как основной задачей информационной графики является: завладеть вниманием зрителя быстро передать суть рассматриваемой темы и отпечататься в сознании.

2. Анализ конструктивного и художественно-проектного решения проекта

Инфографика или информационный дизайн включает в себя основы технических, психологических и художественных аспектов.

Комплекс информационной графики как вида коммуникации состоит из:

- Семиотика – достигается при сочетании оригинальности и привлекательности инфографики, наглядности и емкости визуальных данных, графической акцентуальной информации;
- Цветовое кодирование – цветовое кодирование и работа с бессознательным;
- Когнитивно ориентированное формирование – проявляется в систематизации и структурировании информации; связи абстрактного и образного, целостности восприятия;
- Коммуникативная - выполняется в инструкции к действию, визуальном указании, маркировке значимости фрагментов, визуальной рекомендации;

Все компоненты общей системы при создании знаков коммуникации используются в комплексе, позволяя создать целостную систему информационной графики, которая визуально упрощает донесение информации.

Все три аспекта тесно связаны общей целью: создать баланс между визуальной составляющей и информационной структурой по средствам графического исполнения.

2.1. Семиотика

В культуре общества наиболее распространенными и информативными системами являются визуальные знаки и наглядные образы, преимущественно состоящие из геометрических форм. Благодаря им обеспечивается максимальное поступление информации в сознание человека. Это объясняет и тот факт, что различные воздействия на сознание совершаются на основе визуальных графических данных. Наглядный пример мы можем встретить в различных сферах, где присутствует инфографика (СМИ, газеты, журналы, интернет-реклама и т.д.).

Визуальные символы-коды, диаграммы могут присутствовать в разной информационной форме от знака и сигнала до копии и модели.

Высокая значимость визуальному составляющему объясняет тот факт, что семиотика возникла из искусства, а не из экономики или другой науки, так как визуальная образность нуждалась в системах визуальной коммуникации. Объясним и тот факт, что дизайн как мировое явление культуры начинается с формирования визуально-образной, линейно-графической парадигмы.

Индустриальная и постиндустриальная эпоха вынуждает создавать всё более технически оснащенные средства информационной графики в современном обществе. Но какой бы не был прогресс средств коммуникации и их цифровые системы связи, единым приемом связи являются органы чувств человека, которые в первую очередь собирают информацию через примитивные формы и цвета. Так как визуальное восприятие человека превышает 82% всей информации, получаемой по каналам органов чувств. Совокупность всех средств визуальной информации создает систему визуальной коммуникации, которая включает в себя графические, световые, цветовое, объёмно-пластические, декоративно-орнаментальное и знаковое, как социально семиотическое образование, обладающие различным значением и функциями.

Понятие семиотика или теория знаков и знаковых систем состоит из пять основных элементов:

- знак;
- сигнал;
- символ;
- модель;
- копия или тираж.

Первое понятие знак - абстрактный, аморфный или материальный объект, репрезентирующий в человеческом сознании и деятельности другой объект или явление. Информация, закодированная в знаке для понимания которой необходимо знать код.

Второе понятие в системе — это сигнал – конкретизируемый знак, обращённый к тому, то знает код для прочтения.

Третье понятие это символ он представляет собой объект, который обозначает не внешний, а внутренний смысл, символическое содержание. Так, например сфинкс обозначает символ духовного и физического могущества в форме мистического существа с головой человека и туловищем льва. В символе считывается подсказка кода, что облегчает его восприятие по сравнению с сигналом.

Четвертое понятие – модель. Модель более понятна, чем символ и близка к образу натурального объекта. Модель воспроизводит отдельные свойства природы, такие как структурные, цветовые: модель поезда, модель самолета, модель тела человека. Модель не является копией природы, она отражает не все, а лишь некоторые свойства объекта.

Пятое понятие- копия или муляж. Муляж воспроизводит все основные свойства природы в условиях тиражирования. И требует четкого исполнения от первостепенного образца. Но это же ограничение усиливает требования к индустриальному дизайну, который в условиях стандартизации должен создавать оригинальное, выразительное информационно графическое

произведение. Таким образом можно выстроить связь визуальных знаков от «абстрактного» до «приближенного» к объекту или натуре.

Подводя итоги, можно смело говорить о том, что знаково - символические образы имеют наибольшую массовость в коммуникационной системе общества. Это связано с визуальным восприятием человека. Визуальные образы обладают мощнейшим потенциалом воздействия на подсознание людей и формируют визуально-культурную среду. Данная среда образуется путем материализации символов и значений в знаковой системе, которая подразделяется на три типа носителей: предметно-вещественная, социально- институциональное, символа-языковое.

2.2. Цветовое кодирование

Благодаря анализу по использованию цвета в инфографике позволяет сделать следующие выводы.

С точки зрения обеспечения коммуникационной функции цвет— это визуальный инструмент для бессознательной, мгновенной эмоциональной реакции зрителя. Цветовые комбинации в дизайне можно объединить в три группы: эмоционально-психологические, объемно-пространственные и культурно-социальные. Использование контрастных цветовых пар позволяет установить на бессознательном уровне связь с потребителем и просигнализировать о необходимости обратить внимание на тот или иной объект. Так же цветовое кодирование помогает установить различие между знаковыми системами, это позволяет достаточно легко считать информацию и прочитать код данного сигнала.

Важным аспектом в работе с цветом является чистота и сочетание выбранного цвета. Цвет должен не только привлекать внимание, но и находиться в диалоге со зрителем, делать из читателя соавтора вовлеченного в процесс восприятия информации.

Цветовой код несет в себе эмоции и чувства, такие как: интерес, удивление, согласие или несогласие, причастность или возбуждение, основная задача не вызвать страха или агрессии, если не стоит основной целью такая задача.

Говоря об анализе инфографики необходимо отметить соблюдение требований к целостности, наличию доминанты, насыщенности цвета, уравновешенность элементов, их оптимальное количество и размер. В большинстве исследуемых образцов, аналогов данного исследования активно используются диаграммы и всевозможные геометрические формы, выкрашенные по цветовой палитре, простейшие фигуры, выкрашенные в основные цвета. А также использование динамичных приемов: асимметрия, диагональ и движение цветовых объектов.

Подводя итоги, необходимо отметить, что цветковое кодирование одно из самых простейших, но эффективных форм донесения информации до зрителя. Инфографика, как один из приемов коммуникации с читателем упрощает во многом донесение информации до потребителя, читателя, а использование цветкового кода позволяет прогнозировать эффективность воздействия на аудиторию в условиях оптимального сочетания этих приемов в конкретной области.

2.3. Когнитивно ориентированное формирование

Данный аспект относится к приему метадизайна и ориентирован на формирование текстовых блоков для обеспечения более полного, эргономичного и адекватного восприятия информации. Так же следует отметить, что когнитивно ориентированное формирование состоит из трех разделов:

- Структурообразующее- использование текстовой информации- иерархии заголовков, списки определений, отступы или выступы блоков текста. Данные приемы помогают мгновенно «схватить» ключевые моменты;
- Логическое – идентификация назначения и тем информации (комментарий, основной текст, закон, методическое указание);
- Визуальное – привлечение внимания, переключаемость и пропускная способность, избирательность. Объединение или разъединение информационных блоков;

2.4. Коммуникативная функция

К коммуникативной функции относятся следующие аспекты:

- Маркировка значений фрагментов – визуальное указание на необходимость переключения внимания или фиксации на объекте;
- Методическое руководство – визуализация связей между блоками, диаграммами, рекомендации по изучению разделов;
- Вовлечение в соавторство – вытекает из характеристики инфографики, использование механизмов аналитического или критического мышления. Привлекательный вид инфографики не зависит от вида ресурса в котором оно применяется, а является побочным продуктом правильно структурированной информации, вызывая положительную реакцию в процессе работы, обучения и изучения.
- Инструкции к действию или визуальный образ – используется при выполнении практических работ;
- Визуальная рекомендация – пиктограммы с указанием на объект и обратной связью; работа с настоящим и будущим, движение по цепочке.

Очевидно, что инфографика выполняет функцию невербальной коммуникации разработчика с читателем-пользователем. Что диктует при

работе в данном ключе аналитического, психологического и художественного взаимодействия с потребителем.

3. Обоснование принятого творческого решения

Творческое решение по разработке информационной графики было основано на анализе исторических и современных источников. Таким образом мной было выбрано разработать инфографику для студенческого концерта. Основная идея при разработке данного проекта заключалась в том, чтобы привычные схемы и диаграммы преподнести в игровой форме, тем самым увеличить интерес читателя и завладеть его вниманием.

Так же завершённости идеи мной было принято решение объединить два задания: «Проектирование в графическом дизайне», «Основы производственного мастерства в графическом дизайне» данное решение было принято для демонстрации одной идеи в разных формах и разных визуальных стилизациях.

Дизайн проект отвечает всем основным требованиям и подходит в качестве информационной графики для студенческого концерта.

4. Концепция проекта

Работа над проектом начинается всегда со сбора информации по теме, в моем случае это:

- Исторические и современные аналоги;
- Современные компоненты информационной графики;
- Семиотическое кодирование и воздействие;
- Культурно-историческое развитие информационной графики.

Специфика и визуальный вид информационной графики базируется на работе и изучении многих видов наук, тем и течений, рассмотренных ранее.

Разработанные информационные блоки для студенческого концерта включают в себя все необходимые требования инфографики.

Визуальная и информационная составляющая данного носителя в моем случае это информационная афиша имеет все необходимые рычаги управления для привлечения внимания читателя. Разработанные мной блоки навигации и информации в афише могут быть использованы как совместно с уже имеющимися средствами коммуникации в пространстве предстоящего концерта, так и применяться самостоятельно.

Разработанная мной инфографика для студенческого концерта имеет пошаговую последовательность и взаимодействует с читателем по средствам игры внутри данного графического объекта.

Цвета подобраны с учетом тематики концерта и отвечают всем требованиям графического решения.

Поскольку данный концерт не рассчитан на какую-то определенную возрастную группу, и мы не продаем продукт, а продаем эмоции, то и дизайн использованный в инфографике, должен четко охарактеризовать предлагаемые эмоции. В данном конкретном случае инфографика выступает в роли рекламы.

4.1. Информационная графика. Инфографика, как вид коммуникации

Информационная графика предполагает визуализацию данных, где важную роль играет не только графическое исполнение, но и фактическая информация. Разбор и анализ современных тенденций в сфере информационной графики позволяет проанализировать закономерности и процессы дизайна в данной отрасли. Воздействие через визуальные эстетические и информационные каналы во многом зависит от грамотности выбранных средств дизайна. Следует так же учитывать эстетические требования к содержанию, психологические особенности и современные тенденции. Совокупность всех учтенных выше требований к разработке, приводит к грамотному, целостному дизайну.

Среди современных течений в инфографике стоит отметить минимализм, детализацию, композиционное и цветовое акцентирование.

Цветовое кодирование.

При создании инфографики для студенческого концерта были выбраны открытые, яркие цвета, как главный акцент для привлечения внимания.

Дополнительным цветом в данном случае (фиолетовый) является цвет фона, который подчеркивает и выдвигает на первый план основные цвета (красны, желтый, зеленый, голубой, белый и т.д.)

Яркие открытые цвета создают ощущение праздника, веселья и одинаково воспринимаются разными группами, возраст в этом случае не играет роли.

Основной задачей в данной работе стояло решение трех пунктов при создании качественной инфографики: привлечение внимания по средствам цвета, грамотная передача информации по средствам схем и быстрая считываемость эмоционального окраса.

Все поставленные задачи были выполнены и отвечают современным тенденциям в области информационной графики.

Заключение

В рамках данной работы была поставлена цель - создать инфографику для студенческого концерта.

Инфографика является объектом информационного назначения, основной целью которого является донести информацию максимально упрощенным способом.

Данная работа проводилась с целью изучения влияния инфографики как средства коммуникации с пользователем-читателем.

С развитием цивилизаций и в дальнейшем модернизации, общество создавало упрощённую формы общения, которая работает на бессознательном уровне на каждого без исключения, данная форма общения показывает нам, что совершенно любую информацию можно обернуть в привлекательную форму и донести до массового потребления.

Исторический опыт показывает, что информационная графика появилась за долго до индустриализации и является универсальным для всеобщего понимания и прочтения.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно подвести итог, что инфографика - проявление визуальной коммуникации. Знание теоретических основ визуальной коммуникации поможет установить связь с читателем, а также донести абсолютно любую информацию и скрытые смыслы.

На основании полученных знаний была достигнута поставленная цель – разработка инфографики для студенческого концерта. Данный проект может быть использован как пример информационной графики или же как реклама для студенческого концерта. Работа над проектом велась с учетом концепции концерта, учитывались так же предпочтения заказчика, а также анализ ЦА данного региона.

Дизайн-проект проработан и детализирован с учетом всех возможных требований и задач. Для создания макета и графических иллюстраций использовались современные программы. Особое внимание было уделено

визуальному восприятию и эмоциональному послы. Все разработанные элементы соподчинены и взаимосвязаны.

Выполненная работа соответствует техническому и графическому требованию в разработке инфографики.

Основной вектор творческого поиска – вдохновение композитором М. Мусорским и его музыкальным циклом «Детская». Все элементы дизайна были разработаны с учетом современных особенностей и правил рекламы.

Список использованной литературы

1. Бокарева, Ю.С. «Инфографика как современное средство коммуникации» 2014. С. 10-16.
2. Баранова Е.А. «Инфографика в медийном и учебном текстах», - Новгород: Вестник, 2010 г.
3. Горяйнова А. В. «Инфографика-современный подход к визуализации журналистских материалов», - Челябинск, 2010.
4. Джин Ж. «Говори на языке диаграмм», М., Издательство: Икси, Манн, Иванов и Фербер, 2011 г.
5. Даниленко В. Я. «Академия классической дизайнерско-художественного образования. Техническая эстетика и дизайн». - Киев, 2002 г.
6. Кенинг Т. «Психология рекламы.» : Учебник для вузов.-2017.
7. Лаптев В.В. «Изобразительная статистика. Введение в инфографику». – СПб.: Эйдос, 2012 г. С. 27.
8. Поленко Л. «Реклама», Издательство «Студия Артемия Лебедева», 2019 г.
9. Симакова С. И. «Инфографика: визуализация цифрового контента». - Тольяти, 2012 г.
10. Симакова С. И. «Инфографика как способ передачи экономической информации в СМИ». - Вестник., 2014 г.
11. Tifte E. «Envisioning Information», ». - Graphics Press., 1990. P. 120
12. Vestergard T., Schroder K., The language of Advertising. Oxford, New York, 1985.
13. www.wikipedia.ru [Электронный ресурс] - когнитивная система, когнитивная структура.
14. www.piktochrt.com [Электронный ресурс] – иллюстрации, статьи, примеры инфографики.
15. www.cyberleninka.ru [Электронный ресурс] - научная электронная библиотека.

16. www.eliktop.ru [Электронный ресурс] - электронный ресурс книг.
17. www.dissercat.com [Электронный ресурс] - электронная библиотека.
18. www.texterra.ru. [Электронный ресурс] - статьи на тему инфографика.
19. www.infographer.ru. [Электронный ресурс] - электронная библиотека.
20. www.infogra.ru. [Электронный ресурс] – электронная библиотека.
21. www.elib.bsu.by [Электронный ресурс] – pdf файл; история развития инфографики.

Приложение

Приложение 1. Визуализация дизайн проекта «Дизайн инфографики, для студенческого концерта»



Московский экономический институт

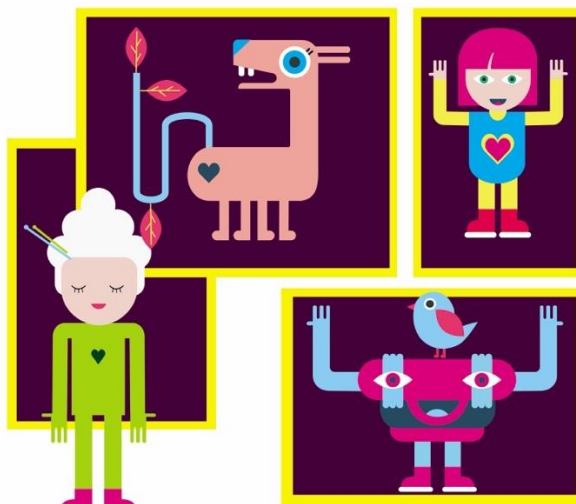
РАЗРАБОТКА ИНФОГРАФИКИ ДЛЯ МУЗЫКАЛЬНОГО СПЕКТАКЛЯ

Автор проекта – Кутина Кристина Хайтбаевна, 4 курс, кафедра «Художественное проектирование предметно-пространственной среды»
Руководитель – Шмалько Игорь Сергеевич



PHOSPHATE SOLID

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890@#\$%^&*()



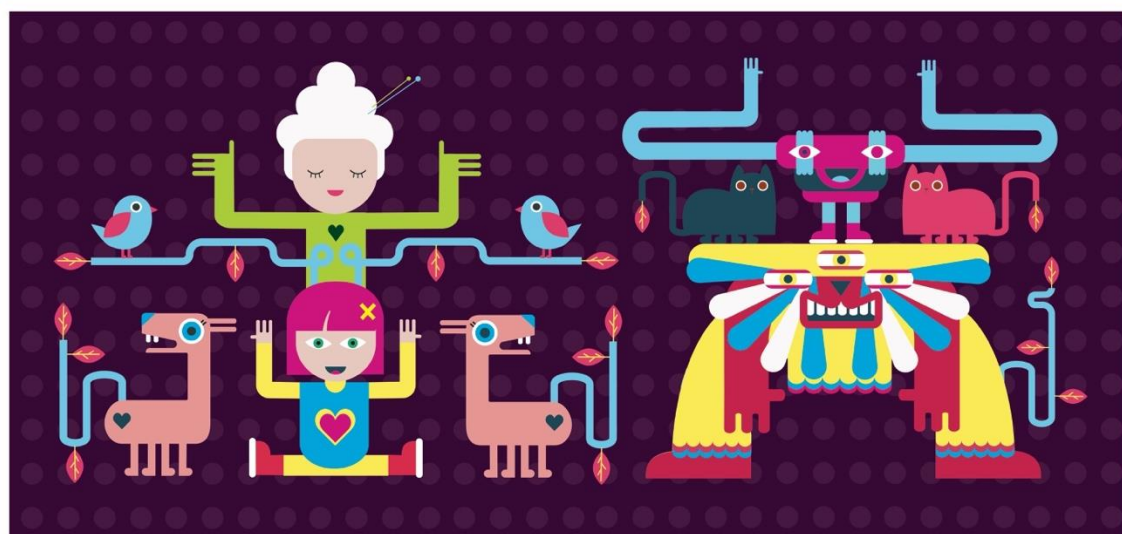
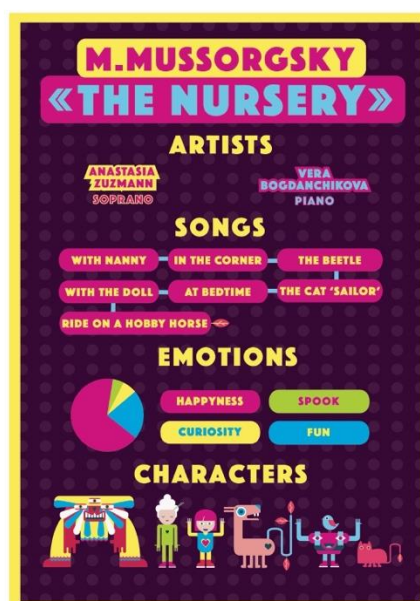
Продолжение Приложение 1. Визуализация дизайн проекта «Дизайн инфографики, для студенческого концерта»



Московский экономический институт

РАЗРАБОТКА ИНФОГРАФИКИ ДЛЯ МУЗЫКАЛЬНОГО СПЕКТАКЛЯ

Автор проекта – Кутина Кристина Хайтбаевна, 4 курс, кафедра «Художественное проектирование предметно-пространственной среды»
Руководитель – Шмалько Игорь Сергеевич



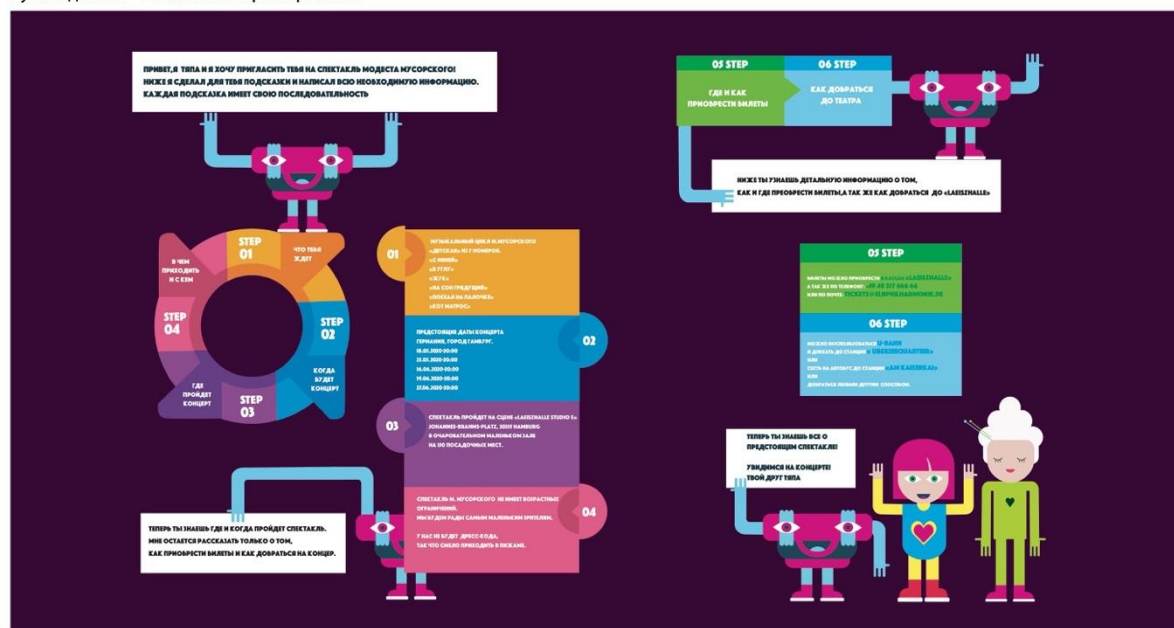
Продолжение Приложение 1. Визуализация дизайн проекта «Дизайн инфографики, для студенческого концерта»



Московский экономический институт

РАЗРАБОТКА ИНФОГРАФИКИ ДЛЯ МУЗЫКАЛЬНОГО СПЕКТАКЛЯ

Автор проекта – Кутина Кристина Хайтбаевна, 4 курс, кафедра «Художественное проектирование предметно-пространственной среды»
Руководитель – Шмалько Игорь Сергеевич



Курсовой проект выполнен мной самостоятельно. Используемые в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Экземпляр текста и его электронный вариант сданы.

«20» июня 2021г.

(подпись)