

Частное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Центр ИСТРА»
(ЧОУ ДПО «Центр ИСТРА»)

РАССМОТРЕНА

на Педагогическом совете

ЧОУ ДПО «Центр ИСТРА»

Протокол №2 от 15.01.2019

УТВЕРЖДАЮ

Директор ЧОУ ДПО «Центр ИСТРА»

Т.Г.Кудрейко

«15» января 2019 г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
(ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ)**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИЗАЙН КОМПЬЮТЕРНОЙ ГРАФИКИ

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа «дизайн компьютерной графики» является общеобразовательной (общеразвивающей) программой научно-технической направленности.

Программа разработана ЧОУ ДПО «Центр ИСТРА» с учетом типовых требований к дополнительным общеобразовательным программам и актуальных потребностей рынка труда, а также согласно нижеперечисленным нормативно-правовым документам:

Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в– Российской Федерации»;

Приказ Минпросвещения России от 09.11.2018 № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»

Актуальность программы обусловлена потребностью общества в развитии мотивации к познанию и творчеству, создание условий для социального и профессионального самоопределения, творческой самореализации личности.

Цель программы:

Целью реализации программы является удовлетворение индивидуальных потребностей обучающихся в понимании сути современной рекламы и способов её производства, в получении знаний, умений и навыков создание благоприятных условий для развития творческих способностей, профессиональных компетенций через занятия дизайном и проектированием, сформировать представление о специфике выразительных средств визуальной рекламы.

Основные задачи программы:

обучающие:

- знакомство с основами знаний в области компьютерной графики, цветопередачи, оформления;
- привитие обучающимся видения красоты окружающего мира на бумажных и электронных носителях.
- Обучение работе с ПК и с графическими программами.

развивающие:

- подготовка к системно-информационному восприятию мира, развитие стремления к самообразованию, обеспечение в дальнейшем социальной адаптации в информационном обществе.
- раскрытие способностей, подготовка к художественно-эстетическому восприятию окружающего мира.
- привитие интереса к полиграфическому искусству, дизайну, оформлению.
- развитие композиционного мышления, художественного вкуса.
- развитие способности к выражению в творческих работах своего отношения к окружающему миру.

воспитательные:

- Формирование информационной и полиграфической культуры обучающихся.
- Развитие мотивации личности к познанию и саморазвитию.
- Формирование нравственных качеств личности и культуры поведения в обществе.

Организация занятий и выбор методов опирается на современные психолого-педагогические рекомендации, новейшие методики. Программу отличает практическая направленность преподавания в сочетании с теоретической: творческий поиск, научный и современный подход, внедрение новых оригинальных методов и приемов обучения в сочетании с дифференцированным подходом обучения. Главным условием каждого занятия является эмоциональный настрой, расположенность к размышлениям и желание творить.

Практические занятия по программе связаны с использованием вычислительной техники. На занятиях обучающиеся знакомятся с манипулированием изображениями, созданием сложных композиций, редактирование их и получение на основе созданных композиций готовой печатной продукции.

Все образовательные блоки предусматривают не только усвоение теоретических знаний, но и формирование деятельно-практического опыта. Практические задания способствуют развитию у творческих способностей, умения создавать электронные графические проекты.

Освоение материала в основном происходит в процессе практической творческой деятельности. Прохождение каждой новой теоретической темы предполагает постоянное повторение пройденных тем, обращение к которым диктует практика.

Планируемые результаты:

К концу изучения программы учащиеся

должны знать:

- основные приемы работы, в программах GIMP, INSCAPE;
- элементы фирменного стиля;
- специфику визуального языка рекламы: особенности композиции, цвета, формы; - соотношение иллюстрации и текста в рекламе;
- методы кодирования в рекламе;
- выразительные особенности различных носителей рекламы.
- принципы построения растрового изображения
- методы описания цветов в компьютерной графике — цветовые модели и методы цветокоррекции

должны уметь:

- самостоятельно создавать композиции, коллажи, сюжеты;
- владеть основными приемами работы в графических программах;
- создавать оригинальный дизайн-проект рекламного обращения средствами компьютерных технологий.

Категория обучающихся

К освоению программы допускаются лица в возрасте восемнадцати и старше лет без предъявления требований к уровню образования. Программа рекомендована для слушателей, прошедших подготовку в области ИКТ на уровне общепользовательской ИКТ-компетентности.

Срок обучения

Трудоемкость обучения по данной программе – 144 часов, включая все виды аудиторной и самостоятельной учебной работы обучающихся. Общий срок обучения – 5 недель.

Форма обучения

Форма обучения – очная.

Формы занятий: групповая.

Режим занятий

Обучающиеся занимаются 6 академических часов в день, 5 раз в неделю (включая время самостоятельной работы обучающихся).

II. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ пп	Наименование раздела	Количество часов			Форма контроля
		Всего	В том числе		
			Теоретические занятия	практические занятия	
1.	ВЕКТОРНАЯ ГРАФИКА В ПРОГРАММЕ IN-SCAPE	36	18	18	промежу- точный
2.	РАСТРОВАЯ ГРАФИКА В ПРОГРАММЕ GIMP	48	24	24	промежу- точный
3.	ОСНОВЫ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА	54	27	27	-
4.	ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	6		6	итоговый
	Итого	144	69	75	

IV. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

РАЗДЕЛ 1. ВЕКТОРНАЯ ГРАФИКА

Тема 1.1. Виды компьютерной графики. Обзор графических редакторов
Рассматриваются растровая, векторная и фрактальная графика. Анализируются преимущества и недостатки. Приводятся основные графические форматы, их отличительные особенности
Анализируется необходимое для дизайнера аппаратное обеспечение

Тема 1.2. Интерфейс программы INKSCAPE. Векторные примитивы.
Изучается интерфейс программы. Разбираются инструменты по созданию простейших геометрических фигур
Рассматриваются операции копирования, перемещения, поворота, масштабирования, группировки, настроек простейших фигур.
Выполнение работы по рисованию с помощью простейших геометрических фигур и однородных заливок.

Тема 1.3. Построение и редактирование кривых.
Изучаются инструменты по созданию кривых, особенности работы с кривыми Безье. Редактирование кривых различными инструментами.
Выполняется практическая работа по рисованию с помощью кривых Безье.

Тема 1.4. Интерактивные эффекты
Рассматриваются инструменты по применению интерактивных эффектов и их настройки. Приводятся различные примеры применения данных инструментов.
Выполняется практическая работа по рисованию кривых и применению к ним эффектов

Тема 1.5. Эффекты линзы, перспектива, заливки
Изучаются различные эффекты линзы и приводятся примеры их применения. Рассматриваются типы заливок и их настройки.
Выполняется практическая работа на рисование векторных контуров с применением различных эффектов.

Тема 1.6. Логические операции
Изучаются операции объединения, вычитания и пересечения векторных контуров, а так же их комбинирование.
Выполняется практическая работа по ранее изученным темам.

Тема 1.7. Типы текста. Форматирование и редактирование текста.
Анализируются два вида текста: простой и фигурный. Изучаются настройки форматирования и способы редактирования текста, отличительные моменты.
Рассматриваются способы расположения текста относительно кривых, настройки.
Выполняется практическая работа по теме «Текст и интерактивные эффекты»

Тема 1.8. Вставка растровых изображений. Обрезка.
Импорт и экспорт растровых изображений. Трассировка. Цветовая маска битмапа. Способы обрезки.
Выполняется практическая работа на тему вставки растровых изображений.

Тема 1.9. Применение фильтров к растровому изображению.

Фильтры и эффекты, применяемые к растровому изображению. Практическая работа: растрирование векторных изображений.

Тема 1.10. . Контрольное тестирование

Самостоятельная работа.

РАЗДЕЛ 2. РАСТРОВАЯ ГРАФИКА

Тема 2.1. Теория цвета.

Восприятие человеком светового потока. Цвет и свет. Ахроматические, хроматические, монохроматические цвета. Кривые реакция глаза. Характеристики цвета. Светлота, насыщенность, тон. Основные цветовые модели: RGB, CMY, CMYK, HSV.

Тема 2.2. Интерфейс программы GIMP, работа со слоями.

Послойный метод построения изображения. Палитра Слои. Операции со слоями.

Практическая работа на монтаж нескольких изображений.

Тема 2.3. Эффекты слоя, режимы наложения слоев.

Изучаются эффекты слоя, прозрачность, режимы наложения слоев, методика применения, копирования и очистки эффектов. Палитра Стили.

Практическая работа на монтаж нескольких изображений с применением эффектов и режимов наложения.

Тема 2.4. Слои-маска

Определение и применение слой-маски. Примеры использования для создания виньеток, плавных переходов.

Практическая работа с использованием слой-маски.

Тема 2.5. Быстрая маска

Отличия быстрой маски от слой-маски. Недостатки и преимущества. Методика использования.

Практическая работа на тему работы с быстрой маской.

Тема 2.6. Фильтры

Изучение различных фильтров и их настроек.

Выполнение практической работы, обобщающей выше изученные темы.

Тема 2.7. Инструменты рисования.

Изучаются инструменты рисования и их настройки.

Выполняется практическая работа на рисование пейзажа.

Тема 2.8. Работа с векторными контурами.

Рассматриваются инструменты группы Перо, простейшие векторные фигуры. Анализируются режимы построения векторных фигур.

Практическая работа.

Тема 2.9 Работа с кистями.

Скачивание и загрузка кистей. Создание собственной кисти.

Практическая работа на тему работы с кистями.

Тема 2.10 Инструменты ретуши

Рассматриваются инструменты ретуши, их настройки и применение.

Практическая работа по реставрации испорченной фотографии.

Тема 2.11. Приемы ретуши

Изучается методика ретуши в стиле гляцевых журналов.

Выполняется самостоятельная работа по изученной теме.

Тема 2.12 Реставрация фотографий

Рассматриваются различные приемы реставрации фотографий.

Тема 2.14 Методы цветокоррекции изображения

Изучаются различные приемы цветокоррекции с помощью уровней, кривых, цветового баланса и т.д. Рассматривается метод поиска черной и белой точек для выполнения точной коррекции. Метод коррекции по числам.

Выполняются самостоятельные работы по цветокоррекции изображений.

Тема 2.15. Создание и редактирование текстового слоя, применение эффектов

Рассматривается создание текстового слоя, редактирование и форматирование. Анализируются сходства и отличия текстового слоя от обычного.

Выполняется практическая работа на тему создание и редактирование текстового слоя, применение эффектов.

Тема 2.16. Маска текста

Понятие маски текста. Примеры использования.

Практическая работа по выше изученным темам.

Контрольное тестирование

Раздел 3. Основы дизайна рекламного продукта.

Тема 3.1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Функции рекламы. Классификации рекламы.

Самостоятельная работа.

Тема 3.2. Реклама и теория коммуникации.

Реклама как смысловая коммуникация. Функции социальной коммуникации. Основные элементы схемы рекламной коммуникации: отправитель, кодирование, рекламное обращение, каналы коммуникации, получатель, обратная связь.

Самостоятельная работа.

Тема 3.3. Фирменный стиль.

Брендинг. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг), фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы.

Практическое занятие:

Разработка основных элементов фирменного стиля: логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг), фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов.

Тема 3.4. Товарный знак.

Требования к товарному знаку. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара». Правовые требования к товарному знаку. Рекламospособность товарного знака. Самостоятельная работа.

Тема 3.5. Шрифт в рекламе

Теория шрифтов. Структура и функции рекламного текста.

практическое занятие:

Подобрать к рекламному сообщению с учетом: 1) требования к шрифту: читаемость, ассоциативность, гармоничность, акцентированность; 2) межбуквенные промежутки; 3) стилей начертания шрифтов: латинские, рубленые, брусковые, наклонные, орнаментированные. 4) длиной строки; 5) ориентации строк в пространстве; 6) абзацем; 7) колонками; 8) выключкой; 9) кеглем и гарнитурой. Определить соотношение основных и второстепенных элементов в рекламном объявлении. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Самостоятельная работа.

Тема 3.6. Рекламное обращение.

Рекламный слоган.

Практическое занятие:

Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листовки/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Самостоятельная работа.

Тема 3.7. Иллюстрация.

Задачи иллюстрирования в рекламе. Место иллюстрации в объявлении.

Практическое занятие:

Разработать иллюстрацию к объявлению путём представления товара, типичных потребителей, выгод, знаменитостей, персонажей и т.д., с использованием визуальных эффектов, моционального фона, мимики и жестов персонажей. В задании учитывать соотношение иллюстрации и текста. Разработать объявление в соответствии с диагональю чтения, оптическим центром и рассмотреть возможные варианты расположения иллюстрации и текста. Самостоятельная работа.

Тема 3.8. Цвет и форма в рекламе.

Особенности восприятия цвета и различных геометрических форм, особенности сочетаемости различных цветов, геометрических форм.

Практическое занятие:

Разработать иллюстрацию с учётом особенности восприятия цвета и цветовых соотношений, отражательной способности цвета, холодных и теплых цветов, особенностей их восприятия, запоминаемости цветов, особенностей восприятия цвета и формы, сочетания цвета и текста. вибрации цветов. Самостоятельная работа.

Тема 3.9. Композиция в рекламе.

Сбалансированность: формальный и неформальный баланс; направленность взгляда; целостность; средства гармонизации: симметрия, асимметрия, пропорция, ритм, динамика и статика, контраст и нюанс.

Практическое занятие:

Разработать иллюстрацию, основанную на разных принципах композиции, учитывая: Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Самостоятельная работа.

V. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Квалификация педагогических кадров

Педагогические работники в части требований к образованию должны соответствовать требованиям профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 5 мая 2018 г. № 298н «Об утверждении профессионального стандарта "Педагог дополнительного образования детей и взрослых"»

УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

Материально-технические условия проведения программы курса:

Обучение проводится в специализированных аудиториях.

Материально-техническая база, обеспечивающая проведение программы курса:

Наименование специализированных аудиторий	Вид занятий	Наименование оборудования
Учебный класс	Лекции, практические занятия	Компьютеры или ноутбуки 5-10 шт, мультимедийный проектор или телевизор, доска

Учебно-методическое обеспечение дополнительной профессиональной программы (программы повышения квалификации):

По данной программе слушатели обеспечиваются:

-учебно-методическими материалами, разработанными преподавателями на бумажных носителях и (или) в форме электронных документов и т.д.;

-доступом к профильным сайтам в сети Интернет.

В процессе занятий слушателям предлагаются тематические тесты, задания, предусматривающие решение конкретных практических ситуаций.

Особенности реализации программы

Качество освоения программы определяется индивидуальным подходом к обучающимся, основанном на изучении ими конкретных вопросов и получении необходимых практических навыков в тематических рамках программы. В этой связи аудиторная учебная работа всех видов осуществляется в компьютерном классе.

В рамках одной темы осуществляется тезисная проработка лекционного материала и конкретизируются вопросы, требующие углубленного теоретического изучения. Любой из вопросов может рассматриваться с наглядным применением средств аппаратного и программного обеспечения, доступа к информационным сетевым ресурсам.

Практические занятия проводятся преподавателем с индивидуальным подходом к обучающимся. При выполнении задания конкретизируются вопросы, требующие проработки с каждым из обучающихся. После совместной работы с преподавателем выполнение задания осуществляется обучающимся самостоятельно.

Самостоятельная работа обучающегося включает в себя:

- обучающиеся получают от преподавателя групповые/индивидуальные задания на самостоятельную работу, которые заключаются: в проработке лекций; изучении советов практикующих специалистов; изучении основной и дополнительной литературы.
- доработка эскизов и заданий начатых на практических занятиях;
- работа над дизайн - проектом рекламы;
- просмотр образцов рекламы по теме занятий по рекламе в ИНТЕРНЕТ.

Оценка качества освоения программы

Оценка качества освоения дополнительных общеобразовательных программ проводится в форме внутреннего мониторинга и предусматривает промежуточный и итоговый контроль.

Промежуточный контроль проводится по окончании изучения разделов курса в форме зачета (тестирования).

Итоговая аттестация слушателей курса проводится по окончании занятий в форме дифференцированного зачета (тестирования).

Перечень вопросов, выносимых на зачет, приведен в приложении А.

Критерии оценки аттестационных тестов

Оцениваемый показатель	Кол. баллов, обеспечивающих получение			
	Зачета	Оценки за дифференцированный зачет		
		удовлетворительно	хорошо	отлично
Процент набранных баллов из 100% возможных	От 60% и выше	60% и более	75% и более	90% и более

Слушатель считается аттестованным, если имеет зачет по всем разделам программы.

Слушатели, успешно освоившие дополнительную программу и успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают Свидетельство об обучении.

Слушателям, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть дополнительной общеобразовательной программы и (или) отчисленным из организации, выдается справка об обучении.

Организация самостоятельной работы

Самостоятельная работа планируется исходя из установленной недельной нагрузки слушателей всеми видами учебных занятий.

Для повышения эффективности и качества самостоятельная работа слушателей должна быть тесно связана со всеми видами и формами учебной работы. Ее элементы включаются в методическое построение практических занятий, подготовку ко всем видам контроля знаний, используемых при подготовке специалистов.

Контроль за качеством выполнения заданий по самостоятельной работе осуществляют преподаватели. Анализ самостоятельной работы слушателей может осуществляться как методом тестирования, так и путем проверки реферата или сообщения на практических занятиях.

Периодичность проведения анализа самостоятельной работы осуществляется по усмотрению преподавателя.

VI. ЛИТЕРАТУРА, ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ ПРОГРАММЫ

1. Волкова Т. 101 спецэффект в Photoshop CS3. Полное руководство. - Издательство «Наука и техника», 2008. - 336 с: ил.
2. Скотт Келби. Adobe Photoshop CS5. Книга для фотографов. - Издательство: New Riders, 2015. - 409 с.: ил.
3. Е.М. Карчевский, И.Е. Филиппов. Photoshop CS5 в примерах. - Издательство: Казанский федеральный университет, 2016. – 81 с.: ил.
4. Залогова Л.А. Компьютерная графика. Практикум / Л.А. Залогова. – 2-е изд. – М.: Лаборатория базовых знаний, 2015. – 320 с.: ил.
5. Кэтрин Айсманн. Ретуширование и обработка изображений в Adobe Photoshop. - 2-е издание - Издательство Вильямс, 2006. - 496 с.: ил.
6. Романов А. А. Разработка рекламного продукта: Учеб.пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с.<http://www.znanium.com/bookread.php?book=189456>
7. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский государ. технич. универ. (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=429223>
8. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 239 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=390990>

Итоговая аттестация (примерные вопросы):

1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.
2. Функции рекламы. Закон РФ "О рекламе".
3. Коммуникационные характеристики рекламы. Классификации рекламы.
4. Реклама и теория коммуникации. Реклама как смысловая коммуникация. Функции социальной коммуникации.
5. Основные элементы схемы рекламной коммуникации: отправитель, кодирование, рекламное обращение, каналы коммуникации, получатель, декодирование, обратная связь, барьеры, помехи.
6. Кодирование с позиции семиотики. Символы, архетипы, стереотипы, методы НЛП в кодировании рекламы.
7. Посредник в коммуникации, тестимониум. Рекламная пирамида.
8. Медиапланирование. Физические, семантические и психологические помехи.
9. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг).
10. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы.
11. Товарный знак. Требования к товарному знаку. Закон РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара".
12. Правовые требования к товарному знаку. Рекламоспособность товарного знака.
13. Задачи иллюстрирования в рекламе. Функции иллюстрации в рекламе: привлекать внимание, представляющая, организующая, интерпретирующая, трансформирующая, декоративная.
14. Тип рекламы в зависимости от соотношения иллюстрации и текста.
15. Место иллюстрации в рекламе. Диагональ чтения. Оптический центр. Расположение иллюстрации и текста.
16. Размер иллюстрации в рекламе. Соотношение основных и второстепенных элементов.
17. Форма рекламного объявления. Особенности восприятия различных геометрических форм.
18. Особенности сочетаемости различных геометрических форм.
19. Формы связанные с содержанием рекламы по смыслу.

20. Виды иллюстраций. Фотография. Рисунок. Представление статистической информации: графики, диаграммы, гистограммы, таблицы.
21. Виды иллюстраций. Заголовок. Карты. Логотип. Символы. Коллаж.
22. Содержание рекламы. Мотивы, используемые в рекламе. Социальная реклама. Представление товара, типичных потребителей, выгод, знаменитостей, персонажей и т.д.
23. Визуальные эффекты. Этические и правовые нормы изображения в рекламе.
24. Эмоциональный фон. Мимика и жесты персонажей.
25. Цвет в рекламе. Функции цвета в рекламе. Особенности восприятия цвета и цветовых соотношений. Отражательная способность цвета. Холодные и теплые цвета, особенности их восприятия. Запоминаемость цветов.
26. Особенности восприятия цвета и формы. Сочетание цвета и текста. Вибрация цветов.
27. Принципы композиции в рекламе. Сбалансированность: формальный и неформальный баланс.
28. Направленность взгляда. Целостность.
29. Средства гармонизации: симметрия, асимметрия, пропорция, ритм, динамика и статика, контраст и нюанс.
30. Требования к шрифту: читаемость, ассоциативность, гармоничность, акцентированность.
31. Стили начертания шрифтов: латинские, рубленые, брусковые, наклонные, орнаментированные.
32. Межбуквенные промежутки. Длина строки. Ориентация строк в пространстве. Абзацы. Колонки. Выключка. Кегль и гарнитура.