

ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ
ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПРАВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ І ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

**Силабус навчальної дисципліни
«ОСНОВИ РЕКЛАМНОГО ДИЗАЙНУ»**

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
Викладач	Прищенко Світлана Валеріївна, др. мистецтвознавства, професор, к.т.н. (з техн. естетики)
E-mail	akademiki@ukr.net
Офіційна назва освітньої програми	Дизайн середовища
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	02 Культура і мистецтво
Спеціальність	022 Дизайн
Курс, семестр	4 курс, 7 і 8 семестри
Обсяг дисципліни в кредитах ECTS	6 кред. (180 год.)
Мова викладання	Українська
Статус дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Вибіркова навчальна дисципліна
Мета вивчення дисципліни	Мета курсу – знайомство з методами проектування рекламної продукції та аналізу великих масивів рекламної інформації і принципів її презентації на сучасному комунікативному рівні. Візуальне мислення є головним у системі дизайн-освіти та розраховано на підготовку спеціалістів широкого профілю
Чому це цікаво/ треба вивчати	Величезний діапазон від традиційних до нових цифрових медіа, усвідомлення прийомів реалізації змістового та емоційно-естетичного факторів у рекламі з урахуванням цільової аудиторії, як в Україні, так і за кордоном
Спеціальні (фахові) компетентності	Набуті та сформовані фахові компетенції під час вивчення цієї дисципліни можуть бути використані в подальшому для розробки засобів рекламного інформування, а саме: <ul style="list-style-type: none"> - навички стилізації і формалізації природних форм; - знання стилів українського і зарубіжного мистецтва та їхнього впливу на рекламну графіку; - оволодіння сучасним програмним забезпеченням; - здійснення привабливого колористичного вирішення об'єкта рекламування
ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ	
<p>Тема 1. Роль та функції реклами у суспільстві. Види реклами.</p> <p>Тема 2. Основні етапи розвитку реклами.</p> <p>Тема 3. Вплив мистецьких стилів на рекламну творчість.</p> <p>Тема 4. Засоби рекламного інформування.</p> <p>Тема 5. Соціальна мода і психологія рекламного впливу.</p> <p>Тема 6. Методика проектування рекламної продукції.</p> <p>Тема 7. Стилїстика рекламної графіки.</p>	

Тема 8. Бренд, брендинг, ребрендинг.			
Тема 9. Принципи розробки функціональних, естетичних і комунікативних складових рекламного звернення.			
Тема 10. Дизайн рекламної продукції, іміджева реклама.			
Тема 11. Дизайн-маркетингові дослідження.			
Тема 12. Оцінка естетичної якості рекламної продукції.			
Програмні результати навчання		<ul style="list-style-type: none">- володіти різноманітними засобами візуалізації (традиційними графічними матеріалами і техніками, сучасними комп'ютерними програмами);- застосовувати основні принципи композиційного формоутворення, самостійно формувати мету й обирати творчі підходи до розв'язання завдання рекламодавців, здійснювати оптимальний вибір кольорографічних засобів;- професійно користуватися законами, прийомами і засобами візуалізації для вирішення конкретних проєктних завдань	
Локація та матеріально-технічне забезпечення		Комп'ютерний клас, мультимедійний екран	
Форми поточного та підсумкового контролю		Модульний контроль, підсумковий контроль (диференційний залік)	
Умови допуску до підсумкового контролю		Виконання практичних і самостійних завдань	
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ			
Поточний контроль – 50 балів (І модуль)			
Проміжний контроль – 30 балів (ІІ модуль)			
Підсумковий контроль (диф. залік) – 20 балів			
ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS			
Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно («зараховано»)	A	«Відмінно» – теоретичний/практичний зміст курсу освоєний цілком , необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконані в повному обсязі; відмінна робота без помилок або з однією незначною помилкою
80-89	Добре («зараховано»)	B	«Дуже добре» – теоретичний/практичний зміст курсу освоєний цілком , необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані , всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконані , якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального ; робота з двома – трьома незначними помилками
75-79		C	«Добре» – теоретичний/практичний зміст курсу освоєний цілком , практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконані , якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані

			з декількома незначними помилками, або з однією – двома значними помилками
65-74	Задовільно («зараховано»)	D	« Задовільно » – теоретичний/практичний зміст курсу освоєний не повністю , але прогалини не несуть істотного характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано , деякі з виконаних завдань, містять помилки ; робота з трьома значними помилками
60-64		E	« Достатньо » – теоретичний/практичний зміст курсу освоєний частково , деякі практичні навички роботи не сформовані , частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані , або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального ; робота задовольняє мінімум критеріїв оцінки
21-59	Незадовільно («не зараховано»)	FX	« Умовно незадовільно » – теоретичний/практичний зміст курсу освоєний частково , необхідні практичні навички роботи не сформовані , більшість передбачених програм навчання, навчальних завдань не виконано , або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального ; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання); робота потребує доопрацювання
1-20		F	« Безумовно незадовільно » – теоретичний/практичний зміст курсу не освоєно , необхідні практичні навички роботи не сформовані , всі виконані навчальні завдання містять грубі помилки , додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не призведе до значимого підвищення якості виконання завдань; робота потребує повної переробки

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Прищенко С. Основи рекламного дизайну: підручник. Київ: Кондор, 2019. 400 с.
2. Дегтярев А. Изобразительные средства рекламы: слово, композиция, стиль, цвет. Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2006. 256 с.
3. Дейан А. Реклама; пер. с фр. Санкт-Петербург: Изд. Дом «Нева», 2004. 126 с.
4. Дурняк Б. Розробка і дизайн рекламних видань: навч. посібник. Львів: Українська академія друкарства, 2006. 315 с.
5. Репьев А. Рекламодателю о рекламе. Москва: Мир рекламы, 2007. 240 с.
6. Элвуд А. Основы брендинга. 100 приемов повышения ценности товарной марки. Москва: Гранд, Фаир пресс, 2003. 336 с.
7. Шарков Ф., Гостенина В. Технологии рекламы. Москва: РИП-холдинг, 2007. 216 с.
8. Рожков И. Бренды и имиджи. Москва: РИП-холдинг, 2005. 255 с.
9. Куприянов Н. Рисуем на компьютере: Word, Photoshop, CorelDRAW, Flash. Санкт-Петербург: Питер, 2009. 650 с.
10. Ли К. Компьютерная графика: Photoshop CS, CorelDRAW 12, Illustrator CS+CD. Киев: ДиаСофт, 2010. 680 с.
11. Малова Р. Компьютерная графика для Интернета. Москва: Феникс, 2009. 320 с.
12. Тозик В. Компьютерная графика и дизайн. Изд-во «Academia», 2013. 208 с.

13. Блинова Т. Компьютерная графика. Изд-ва: Юниор, Корона-Принт, Век +, 2006. 520 с.
14. Дунаев В. Основы WEB-дизайна: самоучитель. БХВ-Петербург, 2007. 512 с.
15. Леонтьев Б. Энциклопедия дизайна и графики на ПК. Новый изд. дом, 2004. 1040 с.
16. Миронов Д. Компьютерная графика в дизайне. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 224 с.
17. Мюррей Дж., Райпер У. Энциклопедия форматов графических файлов. 2001. 672 с.
18. Порев В. Компьютерная графика: учеб. пособ. БХВ-Петербург, 2004. 432 с.
19. Тимофеев С. Новейшая энциклопедия компьютерной графики. 2009. 512 с.
20. Хейфец А. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама +CD. БХВ-Петербург, 2010. 312 с.
21. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. БХВ-Петербург, 2004. 240 с.
22. Типомания: Слова. Шрифты. Типографика. Режим доступа: <http://typo.mania.ru>
23. Шрифты. Типографика. Дизайн [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fontz.ru>
24. Пономаренко С. Пиксель и вектор. Принципы цифровой графики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.computerbooks.ru>

Гарант освітньої програми

С.В.Прищенко

Розробник

С.В.Прищенко