



АКЦИДЕНТНА ПРОДУКЦІЯ ТА ДИЗАЙН РЕКЛАМИ

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський)</i>
Галузь знань	<i>02 Культура і мистецтво</i>
Спеціальність	<i>023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація</i>
Освітня програма	<i>Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація</i>
Статус дисципліни	<i>Нормативна</i>
Форма навчання	<i>очна (денна)</i>
Рік підготовки, семестр	<i>2 курс, осінній семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>4 кредити ЕКТС/ 120 год.</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>Залік</i>
Розклад занять	<i>Лекції (один раз на два тижні), Практичні заняття (один раз на два тижні)</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	<i>Лектор: викладач Кузіна Марія Борисівна, maria.kuzina.ua@gmail.com Практичні: викладач Кузіна Марія Борисівна, maria.kuzina.ua@gmail.com</i>

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Сучасний стиль життя використовує всі надбання технологічного прогресу задля просування серед різних верств населення різні види товарів та послуг. Поняття «акцидентна продукція» містить в собі широкий спектр різного роду друкованих видань малих форм. Найчастіше цей термін відносять до основних носіїв фірмового стилю: рекламна друкована продукція фірми, сувенірна реклама, цінні папери, щоденники, теки, запрошення, документи, препустки, візитівки, фірмові бланки і т. ін.

Для створення дизайну акцидентної продукції необхідне знання складного набору з використанням різних накреслень та поєднань гарнітур шрифтів. Характерним є використання лінійок, рамок, різного типу оздоблень, орнаментальних вставок.

В більшості випадків видання акцидентної продукції містять у собі невеликий об'єм інформації, який має бути представлений в стилістиці кампанії, що представляє його, бути виразним, влучним, видовищним і привертати увагу. Різноманітні типи об'єднує активна ієрархічність шрифтів, зрозумілість художніх образів, часте використання фотоматеріалів, стислість подачі текстових масивів за змістом та за об'ємом.

Для створення макетів для друку акцидентної продукції використовують як растрові графічні програми, так і векторні. Найпопулярнішими з них вважають: лінійку Adobe (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign) та CorelDRAW.

Мета опанування дисципліни – набуття професійних навичок у галузі дизайну акцидентної продукції в процесі підготовки студентів для роботи у галузі графічний дизайн.

Предметом навчальної дисципліни є акцидентна продукція.

Компетентності: здатність генерувати нові ідеї (креативність), аналізуючи надбання митців, формулювати та досягати цілі особистісного і професійного розвитку, враховуючи тенденції розвитку галузі професійної діяльності, етапів професійного зростання, застосовувати основи архітектоніки видань, володіти прийомами роботи з кольором, кольоровими композиціями, типографікою.

Програмні результати навчання:

- знання базових можливостей графічних програм для реалізації художнього задуму;
- знання основних технік для ілюстрування акцидентної продукції;
- вміння створювати композицію з дотриманням стилістичної єдності.
- вміння створювати якісний поліграфічний продукт;
- знання варіативностей дизайн-рішень, що відповідають потребам актуального ринку;
- вміння будувати дизайн-концепції для серійної акцидентної продукції.

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

Навчальна дисципліна викладається в 3-му семестрі 2-го курсу навчання освітньої програми Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Для опанування дисципліни потрібні базові знання шрифтів та композиції видання. Курс відноситься до навчальних дисциплін в структурно-логічній схемі освітньої програми, попередньо студенти мають вивчати дисципліни «Композиція видання. Частина 1. Дизайн дитячої літератури», «Основи композиції», «Історія розвитку мистецтва шрифту і орнаменту».

3. Зміст навчальної дисципліни

Розділ 1. Поняття «акцидентна продукція», її види

Тема 1.1. Розподіл продукції за типологічними ознаками.

Тема 1.2. Художньо-функціональне призначення, рекламно-інформативне, спеціальне та рекламні оголошення в медіа.

Розділ 2. Роль логотипу (товарного знаку) в дизайні

Тема 2.1. Принципи фірмового стилю.

Тема 2.2. Застосування кольору в акцидентній продукції.

Тема 2.3. Особливості оздоблення та випуску сувенірної продукції.

Розділ 3. Шрифт як невід’ємна частина композиції

Тема 3.1. Важливість вибору гарнітури.

Тема 3.2. Різні види накреслень в побудові ієрархічної шрифтової композиції.

Тема 3.3. Акцидентні та набірні шрифти, принципи їх поєднання.

Тема 3.4. Підготовка макету до друку.

4. Навчальні матеріали та ресурси

Базова література

1. Беті, Патрік. Анатомія кольору. Київ: ArtHuss, 2023, 366 с.
2. Вайншенк, Сьюзен М. 100 речей, які кожен дизайнер повинен знати про людей. Київ: ArtHuss, 2023, 168 с.
3. Вайт, Алекс В. Основи графічного дизайну. Третє видання. Київ: ArtHuss, 2024, 244 с.
4. Валуєнко, Борис. Композиція видання: мистецтво зовнішнього оформлення книги. Київ: техніка, 1992, 138 с.
5. Василь Кричевський: орнаментні композиції: альбом / упоряд. О.О. Савчук. Харків: Видавець Олександр Савчук, 2023, 312 с.
6. Видання. Основні види. Терміни та визначення. ДСТУ 3017-95. Київ: Держстандарт України, 1995, 47 с.
7. Геллер, Стівен. Кваст, Сеймур. Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів. Київ: ArtHuss, 2019, 296 с.
8. Ейрі, Девід. Лого Дизайн Любов. Посібник зі створення довершеної айдентики бренду. Київ: ArtHuss, 2024, 230 с.
9. Іваненко, Тетяна. Оригінальність без меж: природа акцидентного шрифту (Монографія). Харків: ХДАДМ, 2020, 320 с.
10. Іттен, Йоганнес. Елементи образотворчого мистецтва: Навчальне видання щоденника. Київ: ArtHuss, 2023, 168 с.
11. Іттен, Йоганнес. Мистецтво кольору: Суб’єктивний досвід і об’єктивне пізнання як шлях до мистецтва. Київ: ArtHuss, 2022, 96 с.

12. Coles, Stephen. The Anatomy of Type: A Graphic Guide to 100 Typefaces. Harper, 2012, 256 p.
13. Lupton, Ellen. Thinking with type. Princeton Architectural Press, 2024, 256 p.

Додаткова література

1. Bartolo, Carolina de. Coles, Stephen. Spiekermann, Eric. Explorations in Typography. Digital Edition <https://explorationsintypography.com/>
2. Spiekermann, Eric. Stop stealing sheep, 4th edition. https://static.googleusercontent.com/media/fonts.google.com/ru//knowledge/stop_stealing_sheep.pdf
3. Farthing, Stephen. Art: The Whole Story. Thames&Hudson, 2018, 576 p.
4. Мітченко, Віталій. Естетика українського рукописного шрифту. Київ: Грамота, 2007, 208 с.

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Лекційні заняття

ЛЕКЦІЯ 1. Тема: Поняття «акцидентна продукція». [2, 6, 8].

Перелік основних питань:

1. Основні особливості дизайну друкованих медіа та сувенірної продукції.
2. Образність, інноваційність, архітектоніка в побудові, єдність.
3. Основні композиційні елементи акцидентних видань.
4. Мала поліграфічна продукція.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися поняттям «оптичні ілюзії» [2].

Дидактичні засоби:

Слайди за темою лекції.

ЛЕКЦІЯ 2. Тема: Види акцидентної продукції. [3, 4, 6, 7, 9].

Перелік основних питань:

1. Розподіл продукції за типологічними ознаками.
2. Художньо-функціональне, рекламно-інформативне та спеціальне призначення.
3. Рекламні оголошення в медіа.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з графічними стилями різних часів [7].

Дидактичні засоби:

Слайди за темою лекції

ЛЕКЦІЯ 3. Тема: Роль логотипу (товарного знаку) в дизайні [2, 3, 8, 9].

Перелік основних питань:

1. Види товарних знаків.
2. Фірмовий стиль.
3. Етапи розробки товарних знаків та логотипів.
4. Цільова аудиторія та її вплив на дизайн.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитись з природою акцидентного шрифту [9].

Дидактичні засоби:

Слайди за темою лекції

ЛЕКЦІЯ 4. Тема: Застосування кольору в акцидентній продукції [1, 8, 11].

Перелік основних питань:

1. Одноколірність або багатоколіровість фірмового стилю.
2. Контрастність та нюансні рішення при виборі кольору в графічному дизайні.
3. Поєднання фотоматеріалів та інших видів ілюстративного матеріалу, їх гармонізація.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитись з поняттям «анатомія кольору» [1, 11].

Дидактичні засоби:

Слайди за темою лекції

ЛЕКЦІЯ 5. Тема: Особливості оздоблення і випуску сувенірної продукції. [9, 10].

Перелік основних питань:

1. Площинне рішення, рельєфні фактури.
 2. Лінійки, рамки, орнамент.
 3. Види друку, машинна висічка, ламінування, припресовка плівки, тиснення та інші поліграфічні процеси.
- Завдання на самостійну роботу:* ознайомитись поняттям «айдентика бренду» [8].

Дидактичні засоби:

Слайди за темою лекції.

ЛЕКЦІЯ 6. Тема: Шриффт як невід'ємна частина композиції.

Перелік основних питань:

1. Ритміка літер.
2. Класифікація шрифтів.
3. Типографіка.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитись з роботами майстрів типографіки.

Дидактичні засоби:

Слайди за темою лекції.

ЛЕКЦІЯ 7. Тема: Важливість вибору гарнітури [9, 12, 13].

Перелік основних питань:

1. Види гарнітур.
2. Гармонізація різних гарнітур.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитись з існуючими сімействами шрифтів [13].

Дидактичні засоби:

Слайди за темою лекції.

ЛЕКЦІЯ 8. Тема: Акцидентні та набірні шрифти. [9, 12, 13].

Перелік основних питань:

1. Види накреслень шрифту.
2. Ієрархічність шрифтової композиції.
3. Гармонійне поєднання акцидентних та набірних шрифтів.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитись з роботами майстрів світового мистецтва шрифту та орнаменту.

Дидактичні засоби:

Слайди за темою лекції.

ЛЕКЦІЯ 9. Тема: Підготовка макету до друку. [1, 2, 6, 8].

Перелік основних питань:

4. Графічні програми для створення макету.
5. Типи файлів для якісного видання.
6. Налаштування для коректного друку, висічки та інших друкарських процесів.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитись з ДСТУ [6].

Дидактичні засоби:

Слайди за темою лекції.

Практичні заняття

Практичні заняття мають на меті сприяти засвоєнню змісту дисципліни та отримати навички зі створення графічного дизайну для акцидентної продукції; сформуванню у студентів вміння аналізувати наробок майстрів світового мистецтва типографіки та дизайну, розвинути навички роботи з різними техніками та інструментами задля досягнення творчого задуму, орієнтуватися в особливостях різних графічних комп'ютерних програмах. Темі практичних занять надано в додатку А до силабусу.

№ з/п	Назва теми практичного заняття (посилання на інформаційні джерела)
1	Тема 1. Поняття «акцидентна продукція». <i>Вибір теми для марки та конверта</i>
2	Тема 2. Види акцидентної продукції. <i>Розробка ескізу аркуша марки та конверта</i>
3	Тема 3. Роль логотипу (товарного знаку) в дизайні.

№ з/п	Назва теми практичного заняття (посилання на інформаційні джерела)
	Виконання дизайну малого аркуша марки
4	Тема 4. Застосування кольору в акцидентній продукції. Виконання дизайну конверта
5	Тема 5. Особливості оздоблення і випуску сувенірної продукції. Підбір продукції для пакування
6	Тема 6. Шрифт як невід’ємна частина композиції. Розробка ідеї конструкції та композиції для етикеток
7	Тема 7. Важливість вибору гарнітури. Пошук необхідних гарнітур та накреслень шрифту
8	Тема 8. Акцидентні та набірні шрифти. Виконання дизайну пакування з дотриманням фирмового стилю
9	Тема 9. Підготовка макету до друку. Фіналізація макетів, кольоропроба
9	Залік На заліку оголошується кінцева оцінка, яка ставиться у заліково-екзаменаційну відомість. Студенти, що не набрали 60 балів, а також, ті хто хочуть підвищити свою оцінку виконують залікову контрольну роботу. Студенти, що недопущені до заліку можуть здавати на занятті заборгованості. Якщо недопущений студент зміг протягом заняття отримати допуск та має більш ніж 60 балів, він отримує залікову оцінку на цьому ж занятті. Якщо студент допустився, але 60 балів не набрав, він також має право написати залікову роботу. Студенти, що отримали заздалегідь допуск та погоджуються зі своєю оцінкою, можуть не бути присутні на заліковому занятті.

6. Самостійна робота студента

№з/п	Вид самостійної роботи	Кількість годин СРС
1	Підготовка до аудиторних занять	48
2	Підготовка до заліку	6

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Опрацьовуючи навчальний матеріал навчальної дисципліни «Акцидентна продукція», студенти на практичних заняттях під керівництвом викладача виконують завдання та демонструють нароби самостійної роботи.

Завдання з практичних занять подаються у додатках до силабусу.

Відвідуваність і виконання завдань

Для студентів, які бажають повноцінно засвоїти програму курсу й отримати відмінні результати навчання, необхідні 100% відвідування лекційних і практичних занять. Пропущені практичні заняття відпрацьовуються. Дедлайн відпрацювань – передостаннє практичне заняття. За активну участь у практичному занятті студенту нараховується 1 бал додатково. Для виконання практичних завдань забороняється використовувати чужі роботи, викачані роботи з мережі та ШІ.

Політика університету:

Академічна доброчесність

Політика та принципи академічної доброчесності визначені у розділі 3 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Детальніше: <https://kpi.ua/code>.

Норми етичної поведінки

Норми етичної поведінки студентів і працівників визначені у розділі 2 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Детальніше: <https://kpi.ua/code>.

8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)

Поточний контроль: робота на 18 практичних заняттях у формі виконання заданих малюнків.

Календарний контроль: презентація виконаних практичних робіт, проводиться двічі на семестр.

Семестровий контроль: залік.

Оцінювання та контрольні заходи

Рейтинг студента з навчальної дисципліни складається з балів, що він отримує за:

- роботи на 18 практичних заняттях;
- додаткові бали за активність.

Робота студента:

- над двома завданнями визначає 95% його рейтингу з дисципліни;
- активність на практичних заняттях 5% його рейтингу з дисципліни.

Студент отримує найвищий рейтинг, якщо він:

- бере активну участь у роботі на практичних заняттях, креативно виконує зазначені завдання;
- своєчасно і належно виконує та демонструє завдання (завдання надано в *додатку А* до силабусу).

Пропущені заняття, неповнота виконання, несвоєчасність демонстрації спричиняють зниження рейтингу студента.

Очікується, що роботи на практичних заняттях студент виконує самостійно.

Викладач оцінює роботу студента на кожному практичному занятті. Успішність студент може відслідковувати в особистому кабінеті електронного кампусу.

Система рейтингових (вагових) балів та критерії оцінювання:

1) Робота на 18 практичних заняттях (до яких входить два завдання):

виконано весь обсяг (в межах одного завдання), присутні цікаві композиційні рішення	48
незавершена робота (в межах одного завдання, не менше 75%), з дотриманням серійності	40
Ескізи, початкова стадія підготовки макету (в межах одного завдання, не менше 50%)	30

2) За активну участь на практичному занятті студент отримує 1 бал.

Календарний контроль:

Календарний контроль проводиться двічі на семестр. Метою проведення календарного контролю є підвищення якості навчання студентів та моніторинг виконання графіка освітнього процесу студентами.

Умови отримання позитивного календарного контролю	Перший календарний контроль (тиждень 8)	Другий календарний контроль (тиждень 14)
Поточний рейтинг	≥ 18 балів	≥ 36 балів

Умови допуску до семестрового контролю: семестровий рейтинг не менше 40 балів.

Семестровий контроль:

Студенти, які виконали всі умови допуску до заліку та мають рейтингову оцінку 60 і більше балів, отримують відповідну до набраного рейтингу оцінку без додаткових випробувань. Сума рейтингових балів, отриманих студентом протягом семестру, переводиться до підсумкової оцінки згідно з таблицею.

Якщо сума балів менша за 60 та виконані умови допуску, студент виконує контрольну роботу. За підсумком набраних балів виставляється рейтингова оцінка.

Здобувач, який у семестрі отримав більше 60 балів, але бажає підвищити свій результат, може взяти участь у контрольній роботі. Якщо оцінка за контрольну роботу менша ніж за рейтингом, здобувач отримує більшу з оцінок, що отримані за результатами контрольної роботи або за рейтингом.

Контрольна робота оцінюється у 100 балів. Завдання до заліку складається із виконання постановки людської постати в інтер'єрі, що виконується в межах декоративної стилістики. На виконання завдання дається 4 академічні години.

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

<i>Кількість балів</i>	<i>Оцінка</i>
100–95	Відмінно
94–85	Дуже добре
84–75	Добре
74–65	Задовільно
64–60	Достатньо
Менше, ніж 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

9. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

За наявності у студента документів, які підтверджують його участь у художніх виставках (міських, міжміських, всеукраїнських тощо) за темою практичних занять ці завдання можуть зараховуватись за відповідною тематикою та відповідними балами РСО.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено викладачем Марією Кузіною

Ухвалено кафедрою графіки (протокол № 5 від 22 січня 2024)

Погоджено Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського (протокол № 5 від 29 лютого 2024 року)

Теми практичних занять

Практичне заняття 1. Поняття «акцидентна продукція»

- Вибір теми для марки та конверта з переліку: Україна наукова, мистецька, туристична, індустриальна, аграрна, студентська, технологічна, спортивна.
- Пошук та аналіз тематичної інформації.
- Вибір стилістики ілюстрування.

Практичне заняття 2. Види акцидентної продукції

- Розробка ескізу аркуша марки (182x115 мм).
- Розробка ескізу конверта (114x162 мм).

Практичне заняття 3-4. Роль логотипу (товарного знаку) в дизайні

- Побудова композиції малого аркуша.
- Виконання візуальної частини.
- Набір шрифтової композиції та її гармонізація.

Практичне заняття 5. Особливості оздоблення та випуску сувенірної продукції

- Побудова композиції конверта.
- Дотримання єдиної стилістики з маркою.
- Вирішення шрифтової композиції та її фіналізація.

Практичне заняття 6. Шрифт як невід'ємна частина композиції

- Пошук продукції для виконання завдання.
- Аналіз існуючих графічних рішень пакувань такого типу продукції.
- Вибір стилістики для презентації бренду.

Практичне заняття 7. Важливість вибору гарнітури

- Робота з логотипом.
- Фірмові кольори.

Практичне заняття 8-9. Акцидентні та набірні шрифти

- Підбір шрифту чи поєднання декількох.
- Використання різних накреслень, дотримання ієрархічності текстових масивів.

Практичне заняття 10-11. Дизайн акцидентної продукції

- Виконання ілюстративного матеріалу або обробка фотоматеріалів.
- Реалізація обраних символів графічними інструментами.
- Робота над поєднанням зображення з текстовою частиною.

Практичне заняття 12-18. Підготовка макету до друку

- Фіналізація усіх попередніх процесів.
- Вибір необхідних налаштувань в графічній програмі.
- Створення превью для коректної реалізації задуманого.