



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)/заочна</i>
Рік підготовки, семестр	<i>4 курс, осінній / весняний семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>1 кредит ЄКТС/ 30 год. (9 лекц., 9 практ., 12 СРС)</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

Курс створено для ознайомлення з поняттям дизайн реклами, з особливостями рекламного маркетингу, художнього проектування рекламної кампанії та зі способами реалізації з використанням технологічних новітніх розробок для підготовки та виготовлення рекламної продукції.

В результаті засвоєння дисципліни студенти мають продемонструвати такі результати навчання:

знання:

- основних учасників рекламного процесу та цільової аудиторії;
- принципів поєднання різних гарнітур шрифтів, їх акциденція;
- знання історії рукописного та друкарського шрифту;
- основних композиційних рішень для рекламних оголошень односторінкових та багатосторінкових рекламних видань;
- обробка та стилізація предметного світу для досягнення символічності образу;
- основних методів і прийомів в організації, плануванні, розробці, виробництві та супроводі рекламної кампанії, враховуючи особливості фірмового стилю бренду;
- психології кольору в рекламі;
- онлайн та офлайн програмного забезпечення для створення рекламного матеріалу.

уміння:

- застосувати власні знання з основ композиції у організації простору рекламного оголошення;
- поєднати різну стилістику ілюстративних матеріалів в рекламному виданні;
- опрацьовувати маркетингові дослідження з подальшим їх використанням в побудові дизайнерських

рішень;

- застосовувати основні прийоми створення образу при розробці рекламних символів;
- використовувати при створенні візуалу для реклами метафору, символ, знак, метаморфозу, гіперболізацію тощо;
- працювати з сучасними дослідженнями психології споживача та залучати їх при розробці художнього образу.

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

Навчальна дисципліна викладається в 7-му семестрі 4-го курсу навчання з усіх освітніх програм першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Для опанування предмета потрібні базові навички роботи з комп'ютерними програмами та розуміння основ композиції видання. Курс залежить від інших навчальних дисциплін в структурно-логічній схемі освітньої програми.

3. Зміст навчальної дисципліни

Розділ 1. Поняття дизайну реклами сьогодні

- Тема 1. Сучасні виклики реклами.
- Тема 2. Дизайн, маркетинг та реклама.
- Тема 3. Види реклами.

Розділ 2. Основні інструменти дизайну, маркетингу та реклами

- Тема 4. Психологія кольору.
- Тема 5. Акциденція шрифтів, їх предметна стилізація. Слово-образ.
- Тема 6. Друкована реклама та її види.
- Тема 7. Віртуальна реклама, соціальні мережі.
- Тема 8. Айдентика.
- Тема 9. Особливості побудови рекламної кампанії.

4. Навчальні матеріали та ресурси

Базова література

1. Вайншенк Сьюзен М. 100 речей, які кожен дизайнер має знати про людей. Київ: ArtHuss, 2024, 256с.
2. Дизайн: словник-довідник / за ред. Яковлева М.І.; упоряд. Іванченко Ю. О. та ін. Київ: Фенікс, 2010, 384 с.
3. Даниленко В. Основи дизайну: Навч. посібник / Інститут змісту і методів навчання; Харківський художньо-промисловий ін-т. К., 1996. 92с., 116-124с.
4. Геллер С. Кваст С. Графічні стилі: від векторіанців до хіпстерів. Київ: ArtHuss, 2020, 296 с.
5. Естетика: навч. посібн. / М. П. Колесніков, О. В. Колеснікова, В. О. Лозовой та ін. - К. : Юрінком Інтер, 2005. 208 с.
6. Іттен Й. Мистецтво дизайну та форми: вступний курс, який я викладав у Баухаузіта інших школах. Київ: ArtHuss, 2021, 136 с.
7. Іттен Й. Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва. Київ: ArtHuss, 2022, 96 с.
8. Норман Дональд А. Опанувати складність. Київ: ArtHuss, 2019, 288 с.
9. Папанек В. Дизайн для реального світу. Київ: ArtHuss, 2020, 480 с.
10. Прищенко С. Дизайн і реклама: ілюстрований глосарій (основні терміни та поняття). 2-ге вид., випр. і доповн. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 208 с.
11. Яковлев М.І. Композиція + геометрія. К.: Каравела., 2007. 243 с.

Додаткова література

1. Білодід Ю. Основи дизайну: Навчальний посібник / Юрій Білодід, Олена Поліщук, - К. : Вид. ПАРАПАН, 2004. – 180-189с., 239 с.
2. Брюханова Г. Комп'ютерні дизайн-технології: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2018. 180 с.

3. Годін С. Маркетинг це. Київ: ArtHuss, 2024, 224 с.
4. Гомперц В. Думай як митець. Київ: ArtHuss, 2018, 176 с.
5. Гомперц В. Що це взагалі таке? 150 років сучасного мистецтва в одній пілюлі. Київ: ArtHuss, 2017, 486 с.
6. Даниленко В.Я. Дизайн [Текст]: підручник. - Харків: Видавництво ХДАДМ, 2003. - 320с.
7. Кириченко М.А. Основи композиції: Київ, 2004.
8. Костенко Т. В. Основи композиції та тримірного формоутворення : навч.-метод. посібн. / Т. В. Костенко. – Х. : ХДАДМ, 2003. – 256 с.
9. Кузнецова Н. В. Естетика товарів і дизайн [Текст] : навч. посіб. / Н. В. Кузнецова, М. В. Нечипорук. - Харків :ХАІ, 2011. - 122 с.
10. Легенький Ю.Г. Дизайн [Текст] : культурологія та естетика / Ю. Г. Легенький. - К. : КДУТД, 2000. - 272 с.
11. Литовченко І., Пилипчук В. Інтернет-маркетинг: навч. посіб.. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 184 с.
12. Ложкіна А. Перманентна революція. Мистецтво України ХХ – поч. ХХІ ст. Київ: ArtHuss, 2019, 544 с.
13. Михайленко В. Є., Прищенко С. В. Стилізація природних форм у графічному дизайні та рекламі: формотворчі аспекти. Електронний ресурс
14. Михайленко В. Є. Основи композиції (геометричні аспекти художнього формоутворення) [Текст] : навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / В. Є. Михайленко, М. І. Яковлев. - 2-ге вид. - К. : Каравела, 2008. - 304 с.
15. Пасічник О. Г., Пасічник О. В., Стеценко І. В. П-19 Основи веб-дизайну / К.: Вид. група ВНУ. 2009. 336 с.
16. Потрашкова Л. В. Основи композиції та дизайну : навч. посібн. Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 144 с.
17. Сазонов К.О., Косенко Д.Ю. Відповідність форми та кольору в дизайні інтер'єру. / Вісник КНУТД, №5 (т.3). Гол. ред. Волков О.І. – К.: КНУТД, 2010. – с. 176-181.
18. Склярєнко Н. В., Варич О. О. Історія формування змісту засобів візуальної навігації // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Харків: ХДАДМ, 2009. №6. 111-115 с.
19. Соловйов В. О. Комп'ютерні технології в дизайні [Текст] : навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / В. О. Соловйов. - К. : КНУТД, 2008. - 90 с.
20. Татіївський П. Витоки і розвиток технічної естетики в Україні // Мистецтво та освіта. - 2000. - № 3. - С. 7-10.
21. Чупріна Н.В., Струмінська Т.В. Сучасні технології дизайн-діяльності: навч. посіб. К. : КНУТД, 2017.
22. Шевченко В. Я. Композиція плаката: навч. посібник. Харків: Колорит, 2004. 122 с.
23. Шевченко В. Е. Характеристика шрифту як способу поліграфічного відтворення тексту: конспект лекцій для студентів відділення «Видавнича справа та редагування» з курсу «Шрифтознавство». Київ: Інститут журналістики, 2005. 106 с.
24. Шпільчак В. Дизайн в українській школі: проблеми та перспективи // Мистецтво та освіта. - 2000. - № 3. - С. 2-6
25. Шумєга С. Дизайн. Історія зародження та розвитку дизайну. Історія дизайну меблів та інтер'єра: навчальний посібник; М-во освіти і науки України, Прикарпатський ун-т ім. В. С. Стефаника, Ін-т культури і мистецтв. - К. : Центр навчальної літератури, 2004. - 298 с.

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Лекційні заняття

Розділ 1. ПОНЯТТЯ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМИ СЬОГОДНІ

ЛЕКЦІЯ 1. Тема: Сучасні виклики реклами. Кінематограф, музичні відео кліпи, блогерство. Класифікація основних елементів реклами. Поняття «прихована реклама», «піар».

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: проаналізувати український рекламний ринок, основні його види. Ознайомитися з правовими засадами рекламної кампанії, затвердженими законодавством України

[<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>].

ЛЕКЦІЯ 2. Тема: Дизайн, маркетинг та реклама. Ключові вимоги до побудови рекламної кампанії. Маркетинг як система, що вивчає поведінкові реакції людей, їх психологію та допомагає зростати й розширюватись бізнесу. Місце дизайнера в розробці рекламної кампанії. Активний та пасивний маркетинг у рекламі. Виправданість використання певної стилістики з точки зору реалізації задуму замовника.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з різним позиціонуванням подібних продуктів на ринку залежно від їх цінового сегменту. Охарактеризувати головні відмінності.

ЛЕКЦІЯ 3. Тема: Види реклами. Іміджева реклама, стимулююча реклама, політична реклама, комерційна реклама, суспільні ініціативи тощо. Роль соціальних мережу у рекламних комунікаціях сьогодні. Друковані та віртуальні рекламні носії. Піар технології

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з основними напрямками рекламних плакатів: передвиборчі, політичні, агітаційні, кіноафіші, театральні афіші, афіші до семінарів та благодійних заходів, соціальний плакат тощо.

Розділ 2. ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ ДИЗАЙНУ, МАРКЕТИНГУ ТА РЕКЛАМИ

ЛЕКЦІЯ 4. Тема: Психологія кольору. Особливості сприймання кольору в рекламних повідомленнях. Значення відтінків та символізм згідно маркетингових досліджень. Національні особливості по застосуванню певних кольорів, професійні стереотипи та їх значення при використанні в зображеннях. Як колір може привертати увагу покупців та спонукати їх до дії

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: проаналізувати які кольори найчастіше використовують в айденці. Як сфера використання впливає на вибір кольорової гами.

ЛЕКЦІЯ 5. Тема: Акциденція шрифтів, їх предметна стилізація. Слово-образ. Мистецтво оздоблення друкарського тексту. Підбір гарнітур та їх гармонізація в рекламному оголошенні. Шрифти для основного тексту та шрифти для заголовків, гасла. Доречність застосування історичних шрифтів. Віддзеркалення основних характеристик стилістики зображень у шрифтах. Основні прийоми акциденції шрифту.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з основними розробниками сучасних друкарських шрифтів в Україні.

ЛЕКЦІЯ 6. Тема: Друкована реклама та її види. Листівки, плакати, буклети, проспекти, каталоги. Сувенірна продукція. Реклама в друкованій періодиці. Зовнішня реклама: білборди, сітілайти, банери.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитись з видами реклами у метрополітені міста Києва.

ЛЕКЦІЯ 7. Тема: Віртуальна реклама. Соціальні мережі. Контекстна реклама в інтернеті, таргетинг, SEO, банерна реклама (статичні, анімовані, інтерактивні), e-mail-розсилка, тизерна реклама, відео (вірусні ролики, навчальні записи, іміджеві кліпи), нативна реклама, віртуальні дошки оголошень, спам.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: проаналізувати національні та інтернаціональні елементи в українській рекламі.

ЛЕКЦІЯ 8. Тема: Айдентика. Закони фірмового стилю. Психологія корпоративної символіки. Брендбук.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з особливостями фірмового стилю КПІ імені Ігоря Сікорського.

ЛЕКЦІЯ 9. Тема: Особливості побудови рекламної кампанії. Користування маркетинговими дослідженнями. Кодування інформації в символах. Дизайн знання. Прихована реклама. Етика та естетика в рекламі.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з темою проблеми захисту об'єктів авторського права.

Практичні заняття

практичні заняття мають на меті сприяти засвоєнню і закріпленню змісту дисципліни; сформувати у студентів вміння створювати дизайн-концепцію, розробляти дизайн рекламних оголошень, фірмовий стиль, користуючись отриманими знаннями з основ композиції та кольорознавства; аналізувати дизайн-проекти для створення концепції ребрендингу; працювати в команді, користуватись порадами маркетолога. Теми практичних занять надано в **додатку А** до силабусу, завдання вказані в **додатку Б**.

6. Самостійна робота студента

- 1) Підготовка до аудиторних занять: проаналізувати український рекламний ринок, основні його види. Ознайомитися з правовими засадами рекламної кампанії, затвердженими законодавством України [<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>]. (2 години)
- 2) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з різним позиціонуванням подібних продуктів на ринку залежно від їх цінового сегменту. Охарактеризувати головні відмінності. (2 години)
- 3) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з основними напрямками рекламних плакатів: передвиборчі, політичні, агітаційні, кіноафіші, театральні афіші, афіші до семінарів та благодійних заходів, соціальний плакат тощо. (1 година)
- 4) Підготовка до аудиторних занять: проаналізувати які кольори найчастіше використовують в айдентиці. Як сфера використання впливає на вибір кольорової гами. (1 година)
- 5) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з основними розробниками сучасних друкарських шрифтів в Україні. (1 година)
- 6) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитись з видами реклами у метрополітені міста Києва. (1 година)
- 7) Підготовка до аудиторних занять: проаналізувати національні та інтернаціональні елементи в українській рекламі. (1 година)
- 8) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з особливостями фірмового стилю КПІ імені Ігоря Сікорського. (1 година)
- 9) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з темою проблеми захисту об'єктів авторського права. (2 години)

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Опрацьовуючи навчальний матеріал дисципліни «Дизайн реклами» студенти на практичних заняттях демонструють підготовлені завдання, обговорюють проблемні питання, дають відповіді на запитання викладача.

Відвідуваність і виконання завдань

Для студентів, які бажають повноцінно засвоїти програму курсу й отримати відмінні результати навчання, необхідні 100% відвідування лекційних та практичних занять. Пропущені практичні заняття відпрацьовуються. Дедлайн відпрацювань – передостаннє практичне заняття. Для виконання завдань не рекомендується використовувати матеріали, знайдені в ненадійних джерелах, зокрема у блогах у мережі інтернет або публікаціях, що не мають автора, оскільки, як правило, вони мають низьку якість (окрім Вікіпедії) та роботу штучного інтелекту. У разі сумнівів слід проконсультуватися з викладачем.

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: виконання завдань на 9 практичних заняттях.

Семестровий контроль: залік.

Оцінювання та контрольні заходи

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

- роботу на 9 практичних заняттях;
- активність під час навчального процесу.

Робота студента:

- на практичних заняттях визначає 95% його рейтингу з дисципліни;
- активність під час навчального процесу визначають 5% його рейтингу з дисципліни.

Студент отримує найвищий рейтинг, якщо він:

- бере активну участь у роботі на практичних заняттях, виконує завдання в повному обсязі;
- активно співпрацює з викладачем під час лекційних занять.

Пропущені заняття, неповнота і помилки у виконанні практичних завдань спричиняють зниження рейтингу студента.

Викладач оцінює роботу студента на кожному практичному занятті. Рейтинг студента відображається в особистому кабінеті електронного кампусу.

Система рейтингових (вагових) балів та критерії оцінювання:

Виконання завдання 1. Розвиток власного бренду. Розробка власного факсиміле/логотипу:

робота виконана відповідно до вимог, студент володіє знаннями з теми	24
робота виконана відповідно до вимог, але студент допускає незначні похибки	20
робота виконана відповідно до вимог, але мають місце певні недоліки	15

Виконання завдання 2. Розвиток власного бренду. Розробка афіші для персональної виставки / креативна візитівка з оригінальною конструкцією:

робота виконана відповідно до вимог, студент володіє знаннями з теми	24
робота виконана відповідно до вимог, але студент допускає незначні похибки	20
робота виконана відповідно до вимог, але мають місце певні недоліки	15

Виконання завдання 3. Розвиток власного бренду. Буклет портфолію:

робота виконана відповідно до вимог, студент володіє знаннями з теми	48
робота виконана відповідно до вимог, але студент допускає незначні похибки	40
робота виконана відповідно до вимог, але мають місце певні недоліки	30

За креативність дизайну виконаних завдань студент додатково отримує 1 бал за кожен виконану роботу.

За активність під час навчального семестру студент отримує додатково 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	26-45 балів	26-45 балів

Умови допуску до семестрового контролю: семестровий рейтинг не менше 50 балів.

Семестровий контроль:

Здобувачі, 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 залікову контрольну роботу. У цьому разі сума балів за залікову контрольну роботу переводиться до підсумкової оцінки згідно з таблицею.

Студент, який у семестрі отримав більше 60 балів, але бажає підвищити свій результат, може взяти участь у заліковій контрольній роботі. У цьому разі остаточний результат складається із балів, що отримані на заліковій контрольній роботі.

Відповідь на заліку оцінюється у 100 балів та складається з демонстрації виконаних трьох завдань:

виконані завдання (не менше за 90% потрібної інформації)	90-96
не повністю виконані завдання (не менше за 75% потрібної інформації)	78-85
частково виконані завдання (не менше за 60% потрібної інформації)	60-74

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)

Перелік завдань надано в **додатку Б** до силабусу.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено: викладач Кузіна Марія Борисівна

Ухвалено кафедрою графіки (протокол № 13 від 20.06.2024)

Погоджено Методичною радою університету (протокол № 5 від 24.06.2024 р.)

Теми практичних занять**Практичне заняття 1**

- Програмне забезпечення у створенні реклами

Практичне заняття 2.

- Застосування маркетингових досліджень при створенні художнього образу

Практичне заняття 3.

- Композиційні рішення в рекламі

Практичне заняття 4.

- Психологія кольору

Практичне заняття 5.

- Маніпуляції зі шрифтами

Практичне заняття 6.

- Формат та масштаб в розробці оригінал-макету

Практичне заняття 7.

- Виразність, слідування трендам, креатив у рекламі

Практичне заняття 8.

- Правила корпоративної айдентики в різних проявах

Практичне заняття 9.

- Комплексне мислення в дизайні реклами

Практичні завдання

- 1) Розвиток власного бренду: розробка власного факсіміле / логотипу (завдання виконується в будь-якій графічній програмі, або будь-яким графічним способом)
- 2) Розвиток власного бренду: розробка афіши для персональної виставки, інсталяції, участі в ярмарку / креативної візитівки з оригінальною конструкцією: висічка, ламінування, тиснення, футляр тощо (завдання виконується в будь-якій графічній програмі, або будь-яким графічним, живописним способом, колажним мистецтвом)
- 3) Розвиток власного бренду: розробка буклету-портфоліо (завдання виконується в будь-якій графічній програмі, має мати вигляд брошури, містити мінімум 4 розгортки, наявність обкладинки обов'язкова)