



ДИЗАЙН В РЕКЛАМІ ТА PR

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський)</i>
Галузь знань	<i>для всіх</i>
Спеціальність	<i>для всіх</i>
Освітня програма	<i>для всіх спеціальностей</i>
Статус дисципліни	<i>Нормативна</i>
Форма навчання	<i>очна (денна)/заочна</i>
Рік підготовки, семестр	<i>3 курс, осінній / весняний семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>4 кредити ЄКТС/ 120 год. (30 лекц., 30 лаб., 60 СРС)</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>залік, експрес-опитування</i>
Розклад занять	<i>Лекції (один раз на тиждень), Лабораторні заняття (один раз на тиждень)</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	<i>Лектор: старший викладач, Кузіна Ольга Юріївна, olgakuzina.ua@gmail.com Практичні: старший викладач, Кузіна Ольга Юріївна, olgakuzina.ua@gmail.com</i>

Програма навчальної дисципліни

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

Курс створено для ознайомлення з поняттям естетика реклами, дизайну реклами, художнього конструювання та їх застосування у технологічному процесі підготовки та виготовлення рекламної продукції.

В результаті засвоєння дисципліни студенти мають продемонструвати такі результати навчання:

знання:

- основних засад та принципів сучасної художньої діяльності в царині образотворчого мистецтва;
- базові навички побудови шрифтів, їх елементів;
- знання історії латинського та кириличного шрифту, виконання шрифтових композицій акцидентним та текстовим шрифтом;
- основних принципів вибору композиції шрифтового оформлення зовнішніх та внутрішніх елементів оформлення буклетів та інших видів акцидентної рекламної продукції;
- обробка та стилізація предметного світу з натури, з пам'яті, з уяви;
- основних методів і підходів щодо організації, планування, керування та контролю робіт з художньо-технічного проєктування, розробки та виробництва різних видів рекламних видань;
- онлайн та офлайн програмного забезпечення для створення графічного дизайну.

уміння:

- застосувати у власній творчості основні закони та правила композиційної організації простору, а також застосувати різні засоби та стилістики формотворення;
- застосувати різні види ілюстративних матеріалів в рекламному повідомленні;
- ставити технічні завдання дизайнеру;

- володіти основними прийомами створення образу у сфері візуальних комунікацій;
- вільно застосовувати у графічних проєктах такі засоби як візуальна метафора, символ, знак, метаморфоза, гіперболізація тощо;
- працювати з сучасними технологіями в професійній діяльності для отримання потрібного та доцільного маркетингового ефекту.

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

Навчальна дисципліна викладається в 5-му семестрі 3-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 побудови рекламної кампанії. Курс залежить від інших навчальних дисциплін в структурно-логічній схемі освітньої програми.

3. Зміст навчальної дисципліни

Розділ 1. Теоретичні засади та сучасне поняття дизайну реклами

Тема 1. Сучасні завдання реклами.

Тема 2. Дизайн та маркетинг.

Тема 3. Види дизайну реклами.

Розділ 2. Побудова рекламної продукції

Тема 4. Види рекламної продукції.

Тема 5. Друкована реклама та її елементи.

Тема 6. Віртуальна реклама і її особливості.

Тема 7. Фірмовий стиль, його носії, позначення, корпоративна символіка.

Тема 8. Колір як засіб композиції.

Тема 9. Типографіка.

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. 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. - Київ: Юрінком Інтер, 2005. 208 с.
6. Іттен Й. Мистецтво дизайну та форми: вступний курс, який я викладав у Баухаузі та 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. Київ: Каравела., 2007. 243 с.

Додаткова література

1. Білодід Ю. Основи дизайну: Навчальний посібник / Юрій Білодід, Олена Поліщук,. - Київ: 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. – Харків: 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. - Київ: 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. Стилзація 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. - Київ: Каравела, 2008. - 304 с.
15. Пасічник О. Г., Пасічник О. В., Стеценко І. В. П-19 Основи веб-дизайну / Київ: Вид. група ВНУ. 2009. 336 с.
16. Потрашкова Л. В. Основи композиції та дизайну : навч. посібн. Харків: 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. – Київ: 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. - Київ: 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. - Київ: Центр навчальної літератури, 2004. - 298 с.

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Лекційні заняття

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА СУЧАСНЕ ПОНЯТТЯ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМИ

ЛЕКЦІЯ 1. Тема: Поняття реклама, її зміст, мета і функції. Рекламні засоби, їх класифікація та елементи. Етичний аспект у рекламі. Прихована реклама

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: проаналізувати види сучасної реклами, дослідити сучасний стан

розвитку реклами в Україні. 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 та маркетинг. Соціально-економічні вимоги до дизайну реклами. Маркетинг як система заходів, що забезпечує успішну реалізацію бізнесу. Зростання ролі дизайнера в цій системі. Поняття активного та пасивного маркетингу. Сучасний дизайн як художньо-проектна діяльність, з урахуванням комерційної доцільності.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з впливом дизайну на цінність продукту. Розглянути функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання.

ЛЕКЦІЯ 3. Тема: Дизайн реклами як вид художнього проектування. Естетика реклами. Базові компоненти професіоналізму дизайнера реклами з урахуванням вимог сучасного ринку. Роль комп'ютерних технологій у розвитку рекламних комунікацій і діяльності дизайнера реклами.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

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

ЛЕКЦІЯ 4. Тема: Структура композиції реклами. Універсальні закони сприйняття композиції реклами. Прийоми композиції. Композиційні схеми.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: проаналізувати приклади застосування різних прийомів композиції у окремих типах макетів рекламних оголошень щодо дотримання принципів композиції.

Розділ 2. ПОБУДОВА РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ

ЛЕКЦІЯ 5. Тема: реклама та особливості її дизайну в різних галузях і сферах діяльності. Особливі аспекти діяльності дизайнера реклами: аналітичний і креативний. Рекламна ідея та її візуалізація.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: проаналізувати переваги і недоліки розміщення реклами в пресі, на автотранспорті, на непласких поверхнях. Вимоги до зовнішньої реклами, доцільність її використання.

ЛЕКЦІЯ 6. Тема: Формування художнього образу рекламованого продукту. Реклама у сфері PR. PR і реклама як взаємодоповнюючі складові маркетингової комунікації. Засоби реклами та види рекламних матеріалів.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з принципами побудови зворотньої комунікації зі споживачами на українському ринку.

ЛЕКЦІЯ 7. Тема: Зображення як ілюстрації. Стили ілюстративного матеріалу. Важливість кадрування. Зображення як форма ілюстрації. Види ілюстрацій. Основні стилі ілюстративного матеріалу за різними принципами їх утворення. Фактура як повноцінна ілюстрація та як частина загального художнього задуму. Емоційно-образні властивості ілюстрації. Роль світла і тіні в зображенні. Вплив кадрування на емоційну складову сприйняття.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися як змінювалася мова мистецтва в Україні протягом останніх 150 років.

ЛЕКЦІЯ 8. Тема: Символіка кольорів у рекламі. Психологія сприйняття кольору. Маркетингові дослідження людських реакцій на певні кольори.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: проаналізувати популярні кольори в рекламних повідомленнях українських виробників з розподілом по галузях.

ЛЕКЦІЯ 9. Тема: Колір як засіб композиції. Об'єктивні та символічні властивості кольору. Естетична оцінка кольору в композиції. Кольоровий контраст. Поняття кольорової гармонії. Кольоровий паспорт проєктованих форм.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з темою кольору в образотворчому і декоративному мистецтві.

ЛЕКЦІЯ 10. Тема: Шрифти. Терміни і визначення. Принципи побудови. Вимоги до роботи із шрифтами. Особливості комп'ютерного оформлення шрифтів.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з темою проблеми захисту шрифтів як специфічних об'єктів авторського права; ознайомитися з шрифтовим оформленням видань. Шрифти для веб-сайту, безпечні веб-шрифти.

ЛЕКЦІЯ 11. Тема: Друкована реклама та її елементи: основи типографіки. Шрифтове оформлення реклами.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з особливостями оформлення рекламного буклету, листівки, етикетки, квитків.

ЛЕКЦІЯ 12. Тема: Символи як спосіб кодування інформації. Образна реклама. Національні та інтернаціональні елементи в рекламі.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з поняттям модульна сітка та її використання в рекламних оголошеннях.

ЛЕКЦІЯ 13. Тема: Гармонія змісту і форми рекламного оголошення. Якість друку. Особливості підготовки дизайнером рекламного продукту для виконання різних видів друку. Мала поліграфія (акцидентна продукція)

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: відвідати подію присвячену дизайну.

ЛЕКЦІЯ 14. Тема: Художнє конструювання різних видів реклами. Дизайн рекламно-подарункових видань.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з особливостями дизайну паковань.

ЛЕКЦІЯ 15. Тема: Дизайн рекламно-каталогових видань. Каталог, проспект, буклет, афіша, плакат, листівка, бродсайт, флаєр, прес-реліз, телефонні довідники тощо.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з існуючими видами друку в Україні.

ЛЕКЦІЯ 16. Тема: Фірмовий стиль та його носії. Психологія корпоративної символіки. Брендбук. Їхні характеристики і відмінності.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з сучасними трендами в фірмовому стилі.

ЛЕКЦІЯ 17. Тема: Візуальне позначення фірмового стилю. Товарний знак і його види. Логотип і його види. Слоган і його ефективність. Виставки, презентації. Оформлення вітрин та стендів.

Дидактичні засоби: графічні матеріали за темою лекції.

Завдання на самостійну роботу: ознайомитися з видами корпоративних стилів.

Лабораторні заняття

Лабораторні заняття мають на меті сприяти засвоєнню і закріпленню змісту дисципліни; сформувати у студентів вміння приймати участь в побудові дизайн-концепту реклами, розробляти художні об'єкти у рекламі та PR відповідно до теорії композиції та загальним методам дизайн-проектування; аналізувати запропоновані дизайн-проекти, пропонуючи оптимальні варіанти створення; працювати в парі з дизайнером та в команді. Теми лабораторних занять надано в **додатку А** до силабусу, завдання вказані в

6. Самостійна робота студента

- 1) Підготовка до аудиторних занять: проаналізувати види сучасної реклами, дослідити сучасний стан розвитку реклами в Україні. Ознайомитися з правовими засадами рекламної кампанії, затвердженими законодавством України [<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>]. (4 години)
- 2) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з впливом дизайну на цінність продукту. Розглянути функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання. (2 години)
- 3) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з основними напрямками рекламних плакатів: кіноафіші, театральні афіші, афіші до семінарів та благодійних заходів, соціальний плакат тощо. (2 години)
- 4) Підготовка до аудиторних занять: проаналізувати приклади застосування різних прийомів композиції у окремих типах макетів рекламних оголошень щодо дотримання принципів композиції. (2 години)
- 5) Підготовка до аудиторних занять: проаналізувати переваги і недоліки розміщення реклами в пресі, на автотранспорті, на непласких поверхнях. Вимоги до зовнішньої реклами, доцільність її використання. (2 години)
- 6) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з принципами побудови зворотної комунікації зі споживачами на українському ринку. (2 години)
- 7) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися як змінювалася мова мистецтва в Україні протягом останніх 150 років. (2 години)
- 8) Підготовка до аудиторних занять: проаналізувати популярні кольори в рекламних повідомленнях українських виробників з розподілом по галузях. (2 години)
- 9) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з темою кольору в образотворчому і декоративному мистецтві. (2 години)
- 10) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з темою проблеми захисту шрифтів як специфічних об'єктів авторського права; ознайомитися з шрифтовим оформленням видань. Шрифти для веб-сайту, безпечні веб-шрифти. (2 години)
- 11) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з особливостями оформлення рекламного буклету, листівки, етикетки, квитків. (2 години)
- 12) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з поняттям модульна сітка та її використання в рекламних оголошеннях. (2 години)
- 13) Підготовка до аудиторних занять: відвідати подію присвячену дизайну. (4 години)
- 14) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з особливостями дизайну пакування. (3 години)
- 15) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з існуючими видами друку в Україні. (3 години)
- 16) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з сучасними трендами в фірмовому стилі. (3 години)
- 17) Підготовка до аудиторних занять: ознайомитися з видами корпоративних стилів. (3 години)
- 18) Підготовка до заліку (6 годин)

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Опрацьовуючи навчальний матеріал дисципліни «Дизайн в рекламі та PR» студенти на лабораторних 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 і лабораторних занять. Пропущені лабораторні заняття відпрацьовуються. Дедлайн відпрацювань – передостаннє лабораторне заняття. За відповіді на експрес-опитування на занятті студенту нараховується 2 бали. 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 18 лабораторних заняттях, експрес-опитування.

Семестровий контроль: залік.

Оцінювання та контрольні заходи

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

- роботи на 18 лабораторних заняттях;
- активність під час навчального процесу;
- відповіді на експрес-опитуваннях.

Робота студента:

- на лабораторних заняттях визначає 90% його рейтингу з дисципліни;
- відповіді на експрес-опитуваннях та активність під час навчального процесу визначають 10% його рейтингу з дисципліни.

Студент отримає найвищий рейтинг, якщо він:

- бере активну участь у роботі на лабораторних заняттях, виконує завдання в повному обсязі;
- відповідає на питання на експрес-опитуваннях, які проводяться на кожному практичному занятті (запитання до експрес-опитування надано в **додатку Б** до силабусу). Пропущені заняття, неповнота і помилки у виконанні практичних завдань спричиняють зниження рейтингу студента.

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

Система рейтингових (вагових) балів та критерії оцінювання:

Виконання завдання 1. Серія сторіз для соцмережі Інстаграм (5-7од.), анонс конференції:

робота виконана відповідно до вимог, студент володіє знаннями з теми	30
робота виконана відповідно до вимог, але студент допускає незначні похибки	25
робота виконана відповідно до вимог, але мають місце певні недоліки	20

Виконання завдання 2. Розробка візитки:

робота виконана відповідно до вимог, студент володіє знаннями з теми	30
робота виконана відповідно до вимог, але студент допускає незначні похибки	25
робота виконана відповідно до вимог, але мають місце певні недоліки	20

Виконання завдання 3. Постер для лайтбокса в метрополітені:

робота виконана відповідно до вимог, студент володіє знаннями з теми	30
робота виконана відповідно до вимог, але студент допускає незначні похибки	25
робота виконана відповідно до вимог, але мають місце певні недоліки	20

За креативність дизайну виконаних завдань студент додатково отримує від 1 до 2 балів за кожну виконану роботу.

За відповідь на питання експрес-опитування студент отримує максимально 2 бали. Неповна або неправильна відповідь – 0 балів. За активну участь під час навчального процесу студент отримує додатково 2 бали.

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 відповіді на теоретичне питання та виконання трьох завдань:

повна відповідь/виконані завдання (не менше за 90% потрібної інформації)	90-98
достатньо повна відповідь/ виконані завдання (не менше за 75% потрібної інформації)	78-85
неповна відповідь/ виконані завдання (не менше за 60% потрібної інформації)	60-74

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

Кількість балів	Оцінка
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)

Переліки теоретичних запитань для експрес-опитування та завдання надані в **додатку Б** до силабусу.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено: старший викладач Кузіна Ольга Юріївна

Ухвалено кафедрою графіки (протокол № 14 від 1.05.2025)

Погоджено Методичною радою НН Видавничо-поліграфічного інституту (протокол №12 від 30.06.2025).

Теми лабораторних занять**Лабораторне заняття 1**

- Комп'ютерні технології у виробництві реклами

Лабораторне заняття 2.

- Формування художнього образу рекламованого продукту

Лабораторне заняття 3.

- Структура композиції реклами

Лабораторне заняття 4.

- Засоби організації рекламної площини

Лабораторне заняття 5.

- Колір в рекламі

Лабораторне заняття 6.

- Дизайн знання. Національні та інтернаціональні елементи в рекламі

Лабораторне заняття 7.

- Гармонія змісту та форми рекламного оголошення

Лабораторне заняття 8.

- Фірмовий стиль, дотримання корпоративної айдентики в різних носіях реклами

Лабораторне заняття 9.

- Шрифти в дизайні

Лабораторне заняття 10.

- Специфіка оформлення зовнішньої реклами (білборди, сітілайти, реклама на транспорті, в метрополітені, на цифрових носіях тощо)

Лабораторне заняття 11.

- Реклама з пропагандистською функцією
- Дизайн і комерційна доцільність

Лабораторне заняття 12.

- Принципи та методи поєднання зображення та шрифтової композиції

Лабораторне заняття 13.

- Акциденція шрифту

Лабораторне заняття 14.

- Важливість кадрування зображень

Лабораторне заняття 15.

- Особливості застосування фотоматеріалів у рекламі. Важливість кольорокорекції

Лабораторне заняття 16.

- Композиційне пропорціонування

Лабораторне заняття 17.

- Композиційні властивості кольору

Теоретичні запитання

- 1) Що таке цілісність, врівноваженість, пропорційність, підпорядкованість, акцент у композиції? Якими прийомами їх досягають?
- 2) Наведіть приклади застосування різних прийомів композиції у окремих типах макетів.
- 3) Що таке статика і динаміка в композиції?
- 4) Що таке кольоровий спектр і особливості його використання?
- 5) Назвіть основні елементи фірмового стилю.
- 6) Яке може бути розташування елементів в композиції, вісі симетрії?
- 7) Що таке формальна і неформальна рівновага?
- 8) Назвіть основні види шрифтів.
- 9) Дати визначення поняттю ергономіки в дизайні та назвати види композицій у художньому конструюванні.
- 10) Опишіть поняття «Золотого перерізу», його застосування та практичне значення у дизайні.

Практичні завдання

- 1) Створення візитки оригінальної конструкції.
- 2) Розробка серії сторіс для соціальної мережі Інстаграм для анонсування конференції (5-7 сторіс)
- 3) Дизайн постерів для лайтбокса в метрополітені на тему «Популяризація вступу до закладів вищої освіти України»