

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
 Проректор
 з науково-методичної та
 навчальної роботи
 О.Б. Жильцов
 2016 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПРОЕКТУВАННЯ ОБ'ЄКТІВ РЕКЛАМИ

Галузь знань 0202 «Мистецтво»

Напрямок підготовки 6.020207

«Дизайн»

освітній рівень перший (бакалаврський)

ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ



2016-17 навчальний рік

Розподіл годин звірено з робочим планом.

Структура типова.

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи *Prof* А.О.Таранник

Робоча програма навчальної дисципліни «Проектування об'єктів реклами»
для студентів напрямку підготовки 6.020207 «Дизайн».

Розробник: Світлична О. М., доцент кафедри дизайну Інститут мистецтв
Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри дизайну Інституту мистецтв

Протокол від « 29 » вересня 2016 року № 2

Завідувач кафедри
дизайну

 Н. І. Кравченко

_____, 2016 рік
_____, 2017 рік

1. Опис навчальної дисципліни

«Проектування об'єктів реклами»

Таблиця 1

	Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни		
		денна форма навчання		
Кількість кредитів відповідних ECTS: 4	Галузь знань 0202 Мистецтво Напрямок підготовки 6.020207 – Дизайн	Вибіркова		
		Рік підготовки: 2-й		
		Семестр		
	Спеціальність (професійне спрямування):	3-й	4-й	
Змістових модулів – 2		Всього за семестр		
		60 год.	60 год.	
		Аудиторні		
		28 год.	28 год.	
		Лекції		
		2 год.	2 год.	
Загальна кількість годин - 120	Спеціалізація «Дизайн реклами»	Практичні		
		-	26 год.	
		Лабораторні		
		26 год.	-	
Тижневих годин для денної форми навчання:	Освітній рівень перший (бакалаварський)	Самостійна робота		
2		2	32 год.	28 год.
аудиторних – 56 самостійної роботи студента - 56			МКР – 4 год.	
			Вид контролю: залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою дисципліни є підготовка фахівця з високим рівнем художньо-дизайнерської майстерності для самостійного творчого вирішення завдань у сфері професійної діяльності.

Основними *завданнями* вивчення дисципліни є

- засвоєння принципів та методів комплексного аналізу та проектування;
- ознайомлення з фаховою літературою, що надає можливість дослідити історичні етапи розвитку проектної діяльності в контексті розвитку культури в цілому;
- вдосконалення творчого мислення та індивідуальності, навичок самостійної роботи;
- формування у майбутніх фахівців потреби в творчому вдосконаленні та високому рівні професійної підготовки;

Дисципліна «Проектування об'єктів реклами» є інтегративною, що акумулює в собі знання та навички, отримані на попередніх курсах: - основи композиції, теорія і практика графіки, формоутворення, кольорознавства, засобів комп'ютерного проектування тощо, які сприяють розвитку комплексного підходу до процесу проектування.

В результаті освоєння навчальної дисципліни забезпечується **формування професійних компетенцій, а саме:**

- володіння культурою мислення, здатністю до узагальнення, аналізу, сприйняття інформації, постановці мети і вибору шляхів їх досягнення;
- готовність до кооперації з колегами, роботі в колективі;
- знання соціальної значущості своєї майбутньої професії, отримання мотивації до виконання професійної діяльності;
- знання історії та теорії реклами, в яких розглядаються дослідження різних стилів і напрямків у рекламі в хронологічному контексті культурного життя суспільства, сюжетний взаємовплив між рекламою та фотографією, образотворчим мистецтвом, літературою, кінематографом, балетом тощо; аспекти різних теорій, для проведення всебічного художньо-естетичного аналізу рекламного продукту;
- володіння поняттями, що включають вплив рекламного продукту на психологію людини та суспільну свідомість, а також застосування редагування, зображень з фотобанків, ілюстрованих журналів, тощо;
- опанування процесу монтажу та колажа;
- здатність використовувати професійній діяльності дизайну фотографії;
- здатність до формування необхідного обсягу фахової інформації з різних джерел (електронних, письмових, архівних і усних) для виконання конкретного дизайнерського завдання.

В результаті вивчення курсу студенти повинні *знати:*

- різноманітні засоби та технічні правила корегування зображень,

- природу та характеристики растрових зображень, принципи їхньої обробки,
- технологічні прийоми роботи з растровим зображенням в графічному редакторі,
- кольорові моделі, їхні характеристики та призначення,
- основні правила роботи із сканованими зображеннями;
вміти:
- змінювати основні параметри зображення та виконувати його корегування;
- використовувати шари при створенні колажу та фотомонтажу,
- прибирати дефекти зображення (пил, подряпини, «червоні очі» тощо), виконувати ретуш зображення,
- застосовувати спец ефекти для підвищення виразності зображення,
- виконувати сканування зображення, усувати різноманітні дефекти;
- готувати зображення для використання в поліграфії, виконувати кольороподіл,
- вибирати оптимальний формат файлу при збереженні та експорті зображення;
володіти: навичками якісної ручної графіки; прийомами роботи з монохромними та колірними композиціями, навичками редагування графічних та фотографічних зображень;

3. Програма навчальної дисципліни

2 курс 3-й семестр

Змістовий модуль 1. Малі поліграфічні форми.

Лекції. (2 год.)

Тема 1. Друкована реклама, її види та загальні характеристики.

Вступ до курсу. Реклама статична та динамічна. Друкована (поліграфічна) реклама. Види друкованої рекламної продукції. Переваги поліграфічного рекламного продукту. Загальні характеристики окремих видів друкованої реклами.

Основні поняття теми: рекламний продукт, друкована реклама, стиль і стилістика візуальний код, зорове сприйняття.

Література: пп.1 – 3, 5.

Лабораторні заняття (26 год.)

Завдання складаються із наступних етапів проектування

- Вибір теми для проектування рекламної продукції;

- Збір даних та їхній аналіз; збір аналогової інформації, обробка аналогів за допомогою графічних комп'ютерних програм (концептуально-структурний аналіз);
- Розробка концепції для проектування запропонованих елементів реклами;
- Ескізування: пошук візуально-графічної виразності композиції та елементів реклами;
- Доопрацювання форми за психоемоційним принципом;
- Пошук варіантів кольорового рішення проекту;
- Розробка презентаційної форми подачі матеріалу.

Тема 2. Серія Різдвяно-новорічних привітальних листівок.

Проектування серії Різдвяно-новорічних привітальних або святкових листівок, що розгортаються. Змістова частина листівки може являти собою сюжетну або узагальнену ілюстрацію до Різдвяних чи новорічних свят. Крім того, фасадна сторона листівки може бути прикрашена композицією на тему зимових свят взагалі або з використанням асоціативного узагальненого образу зими.

Техніка виконання лабораторного завдання: сюжетна чи узагальнена ілюстрація до свята або образно-асоціативна композиція на запропоновану тему виконується вручну (без використання комп'ютера) – в чорно-білій або кольоровій графіці, аплікації, витинанці, мішаній техніці, з подальшим комп'ютерним редагуванням.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Листівка розміром 10x15 у згорнутому виді в кількості 3 шт.

Література: пп.8 – 10.

Тема 3. Розробка серії рекламних наліпок (тема роботи за вибором студента).

Проектування серії рекламних наліпок (наприклад: наліпки на холодильник, наліпки на фрукти-овочі (гарбузи, тикви, пакунки з картоплею тощо), наліпки на окремі види документації тощо). Змістова частина наліпки може являти собою сюжетну або узагальнену ілюстрацію до теми роботи. Крім того, фасадна сторона наліпки може бути прикрашена композицією на обрану тему або з використанням асоціативного узагальненого образу цієї теми.

Техніка виконання лабораторного завдання: сюжетна чи узагальнена ілюстрація до обраної теми або образно-асоціативна композиція на цю тему виконується вручну (без використання комп'ютера) – в чорно-білій або кольоровій графіці, аплікації, витинанці, мішаній техніці, з подальшим комп'ютерним редагуванням.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Наліпка розміром 10x10 (10x15, 5x10, 7x7, 7x15) в кількості 5 шт.

Література: пп.8 – 10.

Тема 3. Розробка серії етикеток. (тема роботи за вибором студента).

Проектування серії етикеток (наприклад: етикетка для сірників, етикетка для напоїв, етикетка для дитячого харчування тощо). Змістова частина етикетки, крім обов'язкової для кожного окремого випадку інформації, може являти собою сюжетну або узагальнену ілюстрацію до теми роботи. Разом з тим, фасадна сторона етикетки може бути прикрашена композицією на обрану тему або з використанням асоціативного узагальненого образу цієї теми.

Техніка виконання лабораторного завдання: сюжетна чи узагальнена ілюстрація до обраної теми або образно-асоціативна композиція на цю тему виконується вручну (без використання комп'ютера) – в чорно-білій або кольоровій графіці, аплікації, витинанці, мішаній техніці, з подальшим комп'ютерним редагуванням.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Кінцевий розмір етикетки залежить від обраної теми. Кількість етикеток у серії 5 шт.

Література: пп.8 – 10.

2 курс 4-й семестр

Змістовий модуль 2. Рекламна та рекламно-сувенірна продукція.

Лекції. (2 год.)

Тема 5. Реклама та рекламно-сувенірна продукція.

Реклама статична та динамічна. Реклама, її види та загальні характеристики. Види сувенірної продукції. Переваги поліграфічного рекламного продукту. Загальні характеристики окремих видів сувенірної продукції.

Основні поняття теми: друкована реклама, сувеніри, сувенірна продукція, візуальний код, зорове сприйняття.

Література: пп.1 – 3, 5.

Практичні заняття (28 год.)

Завдання складаються із наступних етапів проектування

- Вибір теми для проектування рекламної продукції;
- Збір даних та їхній аналіз; збір аналогової інформації, обробка аналогів за допомогою графічних комп'ютерних програм (концептуально-структурний аналіз);
- Розробка концепції для проектування запропонованих елементів реклами;

- Ескізування: пошук візуально-графічної виразності композиції та елементів реклами;
- Доопрацювання форми за психоемоційним принципом;
- Пошук варіантів кольорового рішення проекту;
- Розробка презентаційної форми подачі матеріалу.

Тема 6. Серія святкових Пасхальних листівок.

Проектування серії Пасхальних привітальних або святкових листівок, що розгортаються. Змістова частина листівки може являти собою сюжетну або узагальнену ілюстрацію до Пасхального свята. Крім того, фасадна сторона листівки може бути прикрашена композицією на тему весняних свят взагалі або з використанням асоціативного узагальненого образу весни.

Техніка виконання лабораторного завдання: сюжетна чи узагальнена ілюстрація до свята або образно-асоціативна композиція на запропоновану тему виконується вручну (без використання комп'ютера) – в чорно-білій або кольоровій графіці, аплікації, витинанці, мішаній техніці, з подальшим комп'ютерним редагуванням.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Листівка розміром 10x15 у згорнутому виді в кількості 3 шт.

Література: пп.8 – 10.

Тема 7. Розробка рекламного міні набору: запрошення, листівка, флаєр для фестивалю (тема роботи за вибором студента).

Проектування рекламного міні набору до фестивалю на обрану студентом самостійно або запропоновану викладачем тему. Листівка, запрошення, флаєр повинні мати т.зв. обов'язкову частину, що містить вічепну, але кратку інформацію про захід (час та місце проведення, спонсорів тощо), та т.зв. «вільну» - декоративну частину. Зміст «вільної» частини листівки, запрошення, флаєра може являти собою як суто декоративний вигляд, так і містити сюжетну або узагальнену ілюстрацію до фестивалю. Разом з тим, декоративна частина листівки, запрошення, флаєра може бути прикрашена композицією на запропоновану чи обрану самостійно тему взагалі або з використанням асоціативного узагальненого образу фестивалю.

Можливі теми фестивалів:

- Джазовий фестиваль (пісенний, танцювальний тощо)
- Фестиваль вуличної їжі
- Гоголь-фест
- Фестиваль дизайну (вуличного мистецтва, пісчаної скульптури тощо)
- Фестиваль дитячого рисунку на асфальті
- Театрально-молодіжний фестиваль

- Фольклорний (етнографічний) фестиваль

Техніка виконання лабораторного завдання: будь-яка ручна графіка (монохромна чи кольорова) з подальшим комп'ютерним редагуванням або комп'ютерна графіка.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

- Листівка (одностороння або двостороння) або у згорнутому виді в середньому розміром 10x15 в кількості 1 шт.
- Запрошення (одностороннє або двостороннє) або у згорнутому виді в середньому розміром 10x15 в кількості 1 шт.
- Флаєр (односторонній або двосторонній) в середньому розміром 5x10 в кількості 1 шт.

Література: пп.8 – 10.

Тема 8. Розробка рекламного сувенірного набору (привітальна листівка, корпоративна візитка, міні буклет, паперовий пакет тощо) (тема роботи за вибором студента).

Проектування рекламного сувенірного набору на обрану студентом самостійно або запропоновану викладачем тему.

Можливі теми фестивалів:

- Джазовий фестиваль (пісенний, танцювальний тощо)
- Фестиваль вуличної їжі
- Гоголь-фест
- Фестиваль дизайну (вуличного мистецтва, пісчаної скульптури тощо)
- Фестиваль дитячого рисунку на асфальті
- Театрально-молодіжний фестиваль
- Фольклорний (етнографічний) фестиваль

Техніка виконання лабораторного завдання: будь-яка ручна графіка (монохромна чи кольорова) з подальшим комп'ютерним редагуванням або комп'ютерна графіка.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Всі складові рекламного сувенірного набору (привітальна листівка, корпоративна візитка, міні буклет, паперовий пакет тощо) - у поліграфічному виконанні в натуральну величину в кількості одна одиниця кожного екземпляру.

Література: пп.8 – 10.

4. Структура навчальної дисципліни

Таблиця 2.

№ п/п	Назви розділів, тем	Аудиторна робота			Самостійна робота	МКР	Семестровий контроль	Всього годин
		Лекції	Практичні заняття	Лабораторні заняття				
2 курс 3 семестр								
Змістовий модуль 1. Малі поліграфічні форми.								
1.	Друкована реклама, її види та загальні характеристики.	2						2
2.	Привітальні листівки. Серія Різдвяно-новорічних листівок.							
	Ескіз			2	2			4
	Стилістична єдність			2	4			6
	Кольоро-графічне рішення			4	4			8
3.	Наліпки. Серії рекламних наліпок							
	Ескіз			2	2			4
	Стилістична єдність			2	4			6
	Кольоро-графічне рішення			4	4			8
4.	Етикетки. Серія етикеток							
	Ескіз			2	4			6
	Стилістична єдність			4	4			8
	Кольоро-графічне рішення			4	4			8
	Всього у модулі годин:	2		26	32			60
	Всього годин за навчальним планом на 3 семестр:	2		26	32			60
2 курс 4 семестр								
Змістовий модуль 2. Рекламна та рекламно-сувенірна продукція.								
5.	Реклама та рекламно-сувенірна продукція.	2						2
6.	Святкові листівки. Серія святкових Пасхальних листівок							
	Ескіз		2		2			4
	Стилістична єдність		2		2			4
	Кольоро-графічне рішення		4		4			8
7.	Рекламний міні набір							
	Ескіз		2		2			4
	Стилістична єдність		2		4			6
	Кольоро-графічне рішення		4		4			8
8.	Рекламний сувенірний набір							
	Ескіз		2		2			4
	Стилістична єдність		4		4			8
	Кольоро-графічне рішення		4		4			8
	Всього у модулі годин:	2	26		28	4		60
	Всього годин за навчальним планом на 4 семестр:	2	26		28	4		60

5. Теми лекцій і практичних занять

Таблиця 3

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	3-й семестр	
	ЗМ 1. Малі поліграфічні форм	28
I	Лекції	
1	Друкована реклама, її види та загальні характеристики.	2
II	Лабораторні заняття	
2	Привітальні листівки. Серія Різдвяно-новорічних листівок.	
	Ескіз	2
	Стилістична єдність	2
	Кольоро-графічне рішення	4
3	Наліпки. Серії рекламних наліпок	
	Ескіз	2
	Стилістична єдність	2
	Кольоро-графічне рішення	4
4	Етикетки. Серія етикеток	
	Ескіз	2
	Стилістична єдність	4
	Кольоро-графічне рішення	4
	ЗМ 2. Рекламна та рекламно-сувенірна продукція.	28
I	Лекції	
5	Реклама та рекламно-сувенірна продукція.	2
II	Практичні заняття	
6	Святкові листівки. Серія святкових Пасхальних листівок	
	Ескіз	2
	Стилістична єдність	2
	Кольоро-графічне рішення	4
7	Рекламний міні набір	
	Ескіз	2
	Стилістична єдність	2
	Кольоро-графічне рішення	4
8	Рекламний сувенірний набір	
	Ескіз	2
	Стилістична єдність	4
	Кольоро-графічне рішення	4

6. Карта самостійної роботи

Таблиця 4

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Бал
	3-й семестр	32	90
	ЗМ 1. Малі поліграфічні форми		
1	Серія Різдвяно-новорічних привітальних листівок. Техніка виконання лабораторного завдання: сюжетна чи узагальнена ілюстрація до свята або образно-асоціативна		

	композиція на запропоновану тему виконується вручну (без використання комп'ютера) – в чорно-білій або кольоровій графіці, аплікації, витинанці, мішаній техніці, з подальшим компютерним редагуванням. Листівка розміром 10x15 у згорнутому виді в кількості 3 шт.		
	Ескіз	2	5
	Стилістична єдність	4	15
	Кольоро-графічне рішення	4	10
2	Розробка серії рекламних наліпок Техніка виконання лабораторного завдання: сюжетна чи узагальнена ілюстрація до обраної теми або образно-асоціативна композиція на цю тему виконується вручну (без використання комп'ютера) – в чорно-білій або кольоровій графіці, аплікації, витинанці, мішаній техніці, з подальшим компютерним редагуванням. Наліпка розміром 10x10 (10x15, 5x10, 7x7, 7x15) в кількості 5 шт.		
	Ескіз	2	5
	Стилістична єдність	4	15
	Кольоро-графічне рішення	4	10
3	Розробка серії етикеток. Техніка виконання лабораторного завдання: сюжетна чи узагальнена ілюстрація до обраної теми або образно-асоціативна композиція на цю тему виконується вручну (без використання комп'ютера) – в чорно-білій або кольоровій графіці, аплікації, витинанці, мішаній техніці, з подальшим компютерним редагуванням. Кінцевий розмір етикетки залежить від обраної теми. Кількість етикеток у серії 5 шт.		40
	Ескіз	4	5
	Стилістична єдність	4	15
	Кольоро-графічне рішення	4	10
	4-й семестр	28	90
	ЗМ 2. Рекламна та рекламно-сувенірна продукція.		
4	Серія святкових Пасхальних листівок. Техніка виконання лабораторного завдання: сюжетна чи узагальнена ілюстрація до свята або образно-асоціативна композиція на запропоновану тему виконується вручну (без використання комп'ютера) – в чорно-білій або кольоровій графіці, аплікації, витинанці, мішаній техніці, з подальшим компютерним редагуванням. Листівка розміром 10x15 у згорнутому виді в кількості 3 шт.		
	Ескіз	2	5
	Стилістична єдність	2	15
	Кольоро-графічне рішення	4	10
5	Розробка рекламного міні набору. Техніка виконання лабораторного завдання: будь-яка ручна графіка (монохромна чи кольорова) з подальшим компютерним редагуванням або компютерна графіка. • Листівка (одностороння або двостороння) або у		

	<p><i>згорнутому виді в середньому розміром 10x15 в кількості 1 шт.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Запрошення (одностороннє або двостороннє) або у згорнутому виді в середньому розміром 10x15 в кількості 1 шт.</i> • • <i>Флаєр (односторонній або двосторонній) в середньому розміром 5x10 в кількості 1 шт.</i> 		
	Ескіз	2	5
	Стилістична єдність	4	15
	Кольоро-графічне рішення	4	10
6	<p>Розробка рекламного сувенірного набору (привітальна листівка, корпоративна візитка, міні буклет, паперовий пакет тощо).</p> <p><i>Техніка виконання лабораторного завдання: будь-яка ручна графіка (монохромна чи кольорова) з подальшим комп'ютерним редагуванням або комп'ютерна графіка.</i></p> <p><i>Всі складові рекламного сувенірного набору (привітальна листівка, корпоративна візитка, міні буклет, паперовий пакет тощо) - у поліграфічному виконанні в натуральну величину в кількості одна одиниця кожного екзмпляру.</i></p>		
	Ескіз	2	5
	Стилістична єдність	4	15
	Кольоро-графічне рішення	4	10

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «ПРОЕКТУВАННЯ ОБ'ЄКТІВ РЕКЛАМИ»

Таблиця 9

	Разом: 60 год., лекції – 2 год., лабораторні роботи – 26 год., самостійна робота – 32 год.									
Назва розділів	Класична фотографія.									
Семестр	3									
Кількість балів	284									
Теми змістових модулів	<i>Змістовий модуль 1. Малі поліграфічні форми.</i>									
Кількість балів за ЗМ	284									
Кількість години	2	8			8			10		
Теми лекцій	Друкована реклама, її види та загальні характеристики									
Відвідування (бали)	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2
Теми практичних занять										
Теми лабораторних робіт	Серія Різдвяно-новорічних привітальних листівок			Розробка серії рекламних наліпок			Розробка серії етикеток.			
	ескіз	Стилістична єдність	Кольорографічне рішення	ескіз	Стилістична єдність	Кольорографічне рішення	ескіз	Стилістична єдність	Кольорографічне рішення	
Практичні та лабораторні роботи (бали)	10	30	20	10	30	20	10	30	20	
Самостійні роботи (бали)	5	15	10	5	15	10	5	15	10	
Поточний контроль (бали)										
Разом за семестр – 284 бали. (коефіцієнт визначення успішності – 2,84)										

	Разом: 60 год., лекції – 2 год., практичні заняття – 18 год., самостійна робота – 28 год., поточний модульний контроль – 4 год.									
Назва розділів	Цифрова фотографія.									
Семестр	4									
Кількість балів	309									
Теми змістових модулів	Змістовий модуль 2. Цифрова фотографія.									
Кількість балів за ЗМ	309									
Кількість години	2	8			8			10		
Теми лекцій	Реклама та рекламно-сувенірна продукція									
Відвідування (бали)	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2
Теми практичних занять		Серія святкових Пасхальних листівок			Розробка рекламного міні набору			Розробка рекламного сувенірного набору		
		ескіз	Стилістична єдність	Кольорографічне рішення	ескіз	Стилістична єдність	Кольорографічне рішення	ескіз	Стилістична єдність	Кольорографічне рішення
Практичні та лабораторні роботи (бали)		10	30	20	10	30	20	10	30	20
Самостійні роботи (бали)		5	15	10	5	15	10	5	15	10
Поточний контроль (бали)	МКР - 25									
Разом за семестр – 309 бали. (коефіцієнт визначення успішності – 3,09)										

8. Методи навчання

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні*: лекція (традиційна, проблемна, лекція-прес-конференція) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій, семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні*: ілюстрація, демонстрація.

2) **За логікою передачі і сприймання навчальної інформації**: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) **За ступенем самостійності мислення**: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) **За ступенем керування навчальною діяльністю**: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних проектів.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

- Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).
- Складання конспекту з теми модуля за заданим, або самостійно складеним планом;
- Підготовка доповідей з теми модуля;
- Розробка тестових завдань з теми модуля;
- Добір додаткового теоретичного та ілюстративного матеріалу;
- Розробка підсумкового контролю з теми модуля;
- Написання реферату з теми модуля.

9. Методи контролю

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів-магістрів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю**: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, залік.
- **Методи візуального контролю**: перегляд практичних, самостійних та творчих робіт, презентацій.
- **Методи письмового контролю**: письмове тестування; звіт, реферат тощо.

- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз самоконтроль.

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Проектування об'єктів реклами» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок.

Модульно-рейтингова система складається з двох частин, які доповнюють одна одну: **модульної та рейтингової**. Оцінювання знань студентів здійснюється на основі результатів поточного, модульного і підсумкового контролю за відповідною бальною шкалою згідно з Положенням про рейтингову систему оцінювання.

Форми проведення поточного та підсумкового контролю:

- види поточного контролю обираються викладачем (ними можуть бути оцінювання практичних робіт, домашніх самостійних завдань, опитування, контрольні роботи, тести тощо);
- види підсумкового контролю визначаються навчальним планом (екзамен чи залік).

Кожен модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу. Модульні контрольні роботи складаються із творчого завдання, яке необхідно виконати протягом невеликого проміжку часу.

Реферативні дослідження, які виконує студент за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на практичних заняттях.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Результати навчальної діяльності студентів оцінюються за 100-бальною шкалою в кожному семестрі окремо. За результатами кожного семестру студент отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як середньозважене оцінок за кожен модуль у семестрі.

Підсумковий контроль здійснюється після проходження модулю залікового кредиту. Підсумкова оцінка контролю поточної успішності студента складається з трьох складових:

- систематичність роботи на практичних заняттях;
- рівень виконання практичних завдань та завдань самостійної роботи;
- модульна контрольна робота.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- своєчасність виконання навчальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- оригінальність, нестандартність вирішення запропонованих завдань;
- якість практичного втілення обраної ідеї;

- самостійність виконання завдань;
- відповідність матеріалів та технік образному рішення;
- ініціативність у навчальній діяльності.

Підсумкове модульне оцінювання визначається як сума балів, отриманих студентом при вивченні навчального матеріалу тем змістового модулю, балів, отриманих за результатами модульного контролю та підсумкового контролю (екзамену чи заліку).

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Таблиця 5

3-й семестр										Підсумковий рейтинговий бал	Сума
Поточний контроль та самостійна робота											
Змістовий модуль № 1										284	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Коефіцієнт усп. 284 : 100 = 2,84	100
1	16	46	32	16	46	32	16	47	32		

4-й семестр										Підсумковий рейтинговий бал	Сума
Поточний контроль та самостійна робота											
Змістовий модуль № 2										309	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	МКР	Коефіцієнт усп. 309 : 100 = 3,09	100
1	16	46	32	16	46	32	16	47	25		

Сума рейтингових оцінок (балів), отриманих студентом в межах залікового кредиту та підсумкового модульного контролю (ПМК), порівнюється з даними порівняльних таблиць оцінок і робиться відповідний висновок (табл.7, 8).

Порядок переведення рейтингових показників успішності

Таблиця 6

Рейтинго ва оцінка	Оцінка за шкалою університету	Значення оцінки
A	90-100	<u>Відмінно</u> – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками.
B	82-89	<u>Дуже добре</u> – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок.

C	75-81	<u>Добре</u> – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74	<u>Задовільно</u> – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, але достатній для подальшого навчання або професійної діяльності.
E	60-68	<u>Достатньо</u> – мінімально можливий (допустимий) рівень знань (умінь).
FX	35-59	<u>Незадовільно з можливістю повторного складання</u> – незадовільний рівень знань (умінь) з можливістю перескладання за умов належного самостійного доопрацювання.
F	1-34	<u>Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу</u> – достатньо низький рівень знань, що вимагає повторного проходження курсу.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти дисципліни (табл. 9), де зазначено види й терміни контролю.

11.МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ збірка тестових і контрольних завдань для тематичного (модульного) оцінювання навчальних досягнень студентів;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект друкованих завдань для підсумкового контролю);
- ✓ завдання для ректорського контролю знань студентів з навчальної дисципліни «Проектування об'єктів реклами».

12.Рекомендована література

Основна:

1. Рудер Э. Типографика / Э. Рудер. – Пер. с нем. М.: Книга, 1982. – 285 с.
2. Таранов Н.Н. Шрифт и образ в издании - М.: Мир книги. - 1995.

Додаткова:

3. С.И. Серов Гармония классической типографики. М.: Линия график, 2003 -32 с.
4. Чихольд Я. Облик книги –М.: Издательство Студии Артемия Лебедева 2009 - 226 с.
5. Юрий гортон про буквы от А до Я - М.: Издательство Студии Артемия Лебедева 2006 - 384 с.
6. Кричевский И.Д. Искусство шрифта. М.: 1960 – 148 с.

Ресурси мережі Інтернету

7. Болховитинова С. М. и др. Композиция изданий: Особенности проектирования различных типов изданий: Учебное пособие / С. М. Болховитинова и др./ Под ред. С. М. Болховитиновой. – М.: Изд-во МГУП, 2000. – 166 с. – <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook095/01/index.html>
8. Дубина Н. Восемнадцать правил классической типографики – Компьюарт, №7, 2001. – <http://compuart.ru/article.aspx?id=8938&iid=371>
9. Дубина Н. Особенности построения шрифтов. – Компьюарт, №6, 2001. – <http://compuart.ru/article.aspx?id=8837&iid=365>
10. Дубина Н. Поговорим о типографике. – Компьюарт, №6, 2000. – <http://compuart.ru/article.aspx?id=8823&iid=364>
11. Дубина Н. Программы для просмотра и управления шрифтами. – Компьюарт, №4, 2001. – <http://compuart.ru/article.aspx?id=8626&iid=353>
12. Дубина Н. Проектирование шрифтов и Sectiodivina. – Компьюарт, №11, 2000. – <http://compuart.ru/article.aspx?id=9250&iid=390>
13. Дубина Н. Типографика – наука или искусство? – Компьюарт, №4, 2000. – <http://compuart.ru/article.aspx?id=8612&iid=352>
14. Дубина Н. Традиционная и электронная типографика. – Компьюарт, №5, 2002. – <http://compuart.ru/Article.aspx?id=8739>
15. Дубина Н. Шрифты, которые мы выбираем... – Компьюарт, №4, 2000. – <http://compuart.ru/article.aspx?id=8611&iid=352>
16. Зуев Б. Типографика. – Компьюарт, №4, 2001. – <http://compuart.ru/article.aspx?id=8628&iid=353>
17. Зуев Б. Типографика. – Компьюарт, №7, 2001. Часть 2. <http://compuart.ru/article.aspx?id=8942&iid=371>
18. Осетрова О. Шрифт в рекламном дизайне. – Научно–культурологический журнал, №12, 2006. – <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=574&level1=main&level2=articles>
19. Практикум по типографике – (ТМ) Типомания. – <http://typo.mania.ru/typogr/index.htm>
20. Чуфаровский В. «Акцидентно» и почти «трафаретно»... – Компьюарт, №7, 2007. <http://compuart.ru/article.aspx?id=17908&iid=828>
21. Шрифты и Интернет–технологии. – Компьюарт, №9, 2002. – <http://compuart.ru/article.aspx?id=9125&iid=383>