

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор

науково-методичної та
адміністративної роботи

О.Б. Жильцов

_____ 2017 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ПРОЕКТУВАННЯ РЕКЛАМНО-ГРАФІЧНИХ
КОМПЛЕКСІВ

Галузь знань 0202 Мистецтво

Спеціальність 8.02020701 «Дизайн»

Освітній рівень другий (магістерський)

Жильцов 20.05.17

17

2016–2017 навчальний рік

Розподіл годин звірено з робочим навчальним планом. Структура типова.
Заступник директора з науково-методичної
та навчальної роботи

А.О. Таранник

Робоча програма «Проектування рекламно-графічних комплексів» для студентів галузі знань 0202 «Мистецтво», спеціальності 8.02020701 «Дизайн».

Розробник: **Чернявський Тарас Вікторович**, викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв КУ імені Бориса Грінченка.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри дизайну Інституту мистецтв

Протокол від “ 11 ” січня _____ 2017 року № 7

Завідувач кафедри дизайну


(підпис)

Н.І. Кравченко

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	
Кількість кредитів – 4	Галузь знань __0202 Мистецтво __ (шифр і назва)	Нормативна	
	Напрямок підготовки _____ (шифр і назва)		
Модулів – 1	Спеціальність 8.02020701 Дизайн	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 1		2-й	
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ (назва)		Семестр	
Загальна кількість годин - 120			12-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – самостійної роботи студента –	Освітньо-кваліфікаційний рівень: Магістр	Лекції	
			2 год.
		Практичні, семінарські	
		Не передбачено	
		Лабораторні	
			22 год.
		Самостійна робота	
			60 год.
		Модульний контроль	
			6 год.
		Семестровий контроль	
			30 год.
		Вид контролю: іспит	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є: освоїти теорію і методологію проектування рекламно-графічних комплексів в графічному дизайні; дати знання законів побудови дизайну реклами на основі прикладів з реального життя, підготувати дизайнерів до роботи і взаємодії з іншими рекламними професіями.

Завдання вивчення загальних уявлень про місце дизайну в сучасному суспільстві; опанування специфіки рекламних об'єктів і їх різноманіття; складання проектного завдання; продукування проектної ідеї; розробка концепції; виконання готового проекту з науково обґрунтованою теоретичною частиною і специфікацією для випуску у виробництво; уміння використовувати отримані знання для глибшого освоєння суміжних дисциплін, практичної роботи в курсовому і дипломному проектуванні.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: основи спеціальної термінології в межах програми; основи реклами і візуальних комунікацій в дизайні; інформаційні технології в графічному дизайні; основи авторських прав в графічному дизайні;

вміти: застосовувати отримані знання при вивченні інших дисциплін, давати естетичну і емоційну оцінку явищам навколишньої дійсності, використовувати отримані знання для глибшого освоєння суміжних дисциплін.

"Проектування рекламно-графічних комплексів" в структурі підготовки фахівців за фахом "Дизайн", спеціалізація "Графічний дизайн" є спеціальною дисципліною циклу.

Дисципліна реалізує наступні аспекти професійної підготовки : цілі, завдання і засоби рекламної діяльності; Історія і теорія реклами; Копірайт, креатив і проблема візуалізації інформації; Графічний дизайн - як основний інструмент реклами;

Фокус-група: проблема оцінки і прогнозування результатів роботи дизайнера.

Дисципліна "Проектування рекламно-графічних комплексів" вивчається у другому семестрі і базується на знаннях і уміннях, отриманих студентом в системі середньої і середньо-професійної освіти по історії, світовій художній культурі, образотворчому мистецтву. Є супутньою в процесі освоєння дисциплін загально професійного циклу: історія мистецтв, малюнок, живопис, скульптура і пластичне моделювання, кольорознавство і колористика; а також таких дисциплін професійного циклу, як введення в спеціальність, проектування в графічному дизайні. "Проектування рекламно-графічних комплексів" формує готовність студентів до курсового проектування в графічному дизайні; виховує здатність студента до сприйняття і інтеграції знань гуманітарного, соціального, економічного, загально професійного і професійного циклів.

Теоретичний розділ курсу "Проектування рекламно-графічних комплексів" знайомить студентів з цілями і змістом предмета професійної діяльності дизайнера, розкриває стадії пізнання візуального об'єкту в графічному дизайні і рекламі, знайомить з особливостями, становленням і розвитком реклами.

Практичний розділ курсу спрямований на оволодіння проектними уміннями в області реклами, і закріпленням лекційного матеріалу.

3. Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1.

Змістовий модуль 1. Загальнотеоретичні проблеми психології реклами, рекламний текст. Правила створення реклами.

Тема 1. Загальнотеоретичні проблеми психології реклами. Цілі курсу. Професійний розподіл в рекламній справі. Визначення реклами. Функції реклами : маркетингова, комунікативна, соціальна, ідеологічна. Реклама і PR. Види реклами. Психологічні аспекти рекламної дії. Якісні рівні реклами. Короткий перелік заповідей для дизайнера. Стосунки із замовником. Приклади роботи в команді, завдання тренінгів. Приклади рекламних кампаній. Завдання для дизайнера: Вибір продукту або послуги. Визначення конкурентів на ринку. Позначення рекламного образу. Стратегія створення рекламного повідомлення. Розробка образу. Процес розробки концепції продукту. Цільова аудиторія.

Сегментація. Стереотипи. Мотивація. Піраміда Маслоу. Види мотивації в рекламних повідомленнях.

Тема 2. Лабораторна робота 1. Освоєння навичок розробки державної реклами.

Тема 3. Лабораторна робота 2. Освоєння навичок розробки соціальної реклами.

Змістовий модуль 2. Види реклами.

Тема 4. Лабораторна робота 3. Освоєння навичок розробки політичної реклами.

Тема 5. Лабораторна робота 4. Освоєння навичок розробки корпоративної реклами.

Тема 6. Лабораторна робота 5. Освоєння навичок розробки територіальної реклами.

Тема 7. Лабораторна робота 6. Освоєння навичок розробки комерційної реклами.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усь ого	у тому числі					усь ого	у тому числі				
		л	п	лаб	МКР	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Загальнотеоретичні проблеми психології реклами, рекламний текст. Правила створення реклами												
Тема 1. Загальнотеоретичні проблеми психології реклами. Функції реклами	2	2										
Тема 2. Освоєння навичок розробки державної реклами.	14			2		10						
Тема 3. Освоєння навичок розробки соціальної реклами.	18			4		10						
МКР					3							
Змістовий модуль 2. Види реклами												
Тема 4. Освоєння навичок розробки політичної реклами.	14			4		10						

Тема 5. Освоєння навичок розробки корпоративної реклами.	18			4		10						
Тема 6. Освоєння навичок розробки територіальної реклами.	16			4		10						
Тема 7. Освоєння навичок розробки комерційної реклами.	18			4		10						
МКР					3							
Семестровий контроль	30											
Усього годин	120	2		22	6	60						

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Не передбачено	
2		

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Не передбачено	
2		

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Освоєння навичок розробки державної реклами.	2
2	Освоєння навичок розробки соціальної реклами.	4
3	Освоєння навичок розробки політичної реклами.	4
4	Освоєння навичок розробки корпоративної реклами.	4
5	Освоєння навичок розробки територіальної реклами.	4
6	Освоєння навичок розробки комерційної реклами.	4
7	Разом	22

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Особливості дизайнерського рішення графічного об'єкту. Дизайн-концепція фірмового стилю промислового підприємства	12
2	Дизайн- концепція фірмового стилю для магазину дитячого одягу	10
3	Макет і верстання книги	10
4	Розробка упаковки для побутових предметів засобами графічного дизайну	10
5	Рекламна продукція засобами графічного дизайну	10
6	Розробка брендбука для підприємства харчової промисловості	10
7	Розробка рекламної продукції для виставкової діяльності. Соціальний плакат графічними засобами	10
8	Разом	60

8. Методи навчання

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- Словесні: лекція (традиційна) із застосуванням комп'ютерних інформаційних

технологій (PowerPoint – Презентація), пояснення, розповідь, бесіда.

- Наочні: спостереження, ілюстрація, демонстрація.

- Практичні: вправи.

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: виконання індивідуальних навчальних проектів (творчі роботи).

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

- 1) Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

9. Методи контролю

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Комп'ютерні технології в дизайні» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

Методи усного контролю: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.

Методи письмового контролю: модульне письмове тестування; підсумкове письмове тестування, звіт, реферат, есе.

Методи самоконтролю: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Приклад для екзамену

Поточне тестування та самостійна робота							Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2					100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	40	100
5	5	10	10	10	10	10		

T1, T2 ... T7 – теми змістових модулів.

Порядок переведення рейтингових показників успішності

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу, з можливими, незначними недоліками.
B	82-89	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок.
B	75-81	Добре – в цілому рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу наявні незначні помилки.
D	69-74	Задовільно - посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання, або професійної діяльності.
E	60-68	Достатньо мінімальний можливо допустимий рівень знань (умінь).
FX	35-59	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання.
F	1-34	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням курсу досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни.

13. Рекомендована література

Базова

1. Глазычев В. Дизайн как он есть / В. Глазычев. – М., 2006 (в репозиторії Університету Грінченка інд. код. 2544).
2. Ефремов Н.Ф. Конструирование и дизайн тары и упаковки: Учебник / Н.Ф. Ефремов Н.Ф. – М.: МГУП, 2004 (в репозиторії Університету Грінченка інд. код. 2585).

3. Курушин В.Д. Дизайн и реклама / В.Д. Курушин. – М., 2006 (в репозиторії Університету Грінченка інд. код. 2605).
4. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? / К. Ньюарк. – М., 2005 (в репозиторії Університету Грінченка інд. код. 2541).
5. Робин У. Недизайнерская книга о дизайне / У. Робин. – М., 2002 (в репозиторії Університету Грінченка інд. код. 3235).

Допоміжна

6. Бхаскаран Л. Дизайн и время : стили и направления в современном искусстве и архитектуре/ Л. Бхаскаран ; пер. с англ. И. Д. Голыбиной. -М.: Арт-Родник, 2006. -256 с.
7. Гофман Ю.М. Художественно-техническое оформления печатной продукции: учеб. пособие/ Ю.М.Гофман – Благовещенск:изд-во АмГУ, 2009. – 149с.Режим доступа File//10.4/1/254/DigitaleLibrary/AmurSU_Edition/2293.pdf
8. Гофман Ю.М. Шрифт в системе письма. – Благовещенск: изд-во АмГУ, 2006. 331с., ил.
9. Костина, Анна Владимировна. Эстетика рекламы [Текст] : учеб. пособие: Рек. УМО по обр. в обл. коммерции, маркетинга и рекламы / А.В. Костина. - М.: Вершина, 2003. - 297 с. : табл. - (Бухгалтерская панорама). - Библиогр.: с.291 .
10. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе [Текст] : основы графического проектирования: учеб. пособие: доп. УМО / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 240 с.
11. Реклама в старые добрые времена (конец XIX - начало XX века) : [альбом]/сост. И. Д. Архангельская. -М.: Октопус, 2009. -208 с.:а-ил

Інформаційні ресурси

- 1 <http://elibrary.kubg.edu.ua/>
- 2 <http://kak.ru>
- 3 <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook095/01/part-008>
- 4 <http://www.adobe.com/indesign>
- 5 <http://www.creativshik.com>