

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
Олексій ЖИЛЬЦОВ
« 09 » 2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
освітнього рівня першого (бакалаврського)
освітньої програми 022.00.02 «Графічний дизайн»
спеціалізація «Дизайн реклами»



Київ – 2021

Розробник:

Михалевич Віктор Вадимович, кандидат культурології, доцент, доцент кафедри образотворчого мистецтва Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач:

Михалевич Віктор Вадимович, кандидат культурології, доцент, доцент кафедри образотворчого мистецтва Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка


Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Протокол № 10 від «29» серпня 2019 р.


Завідувач кафедри дизайну  Н. І. Кравченко

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 022.00.01 «Дизайн»

«___» _____ 2019 р.


Гарант освітньо-професійної програми 022.00.01 «Дизайн»  В. В. Михалевич

Робочу програму перевірено «___» _____ 2019 р.

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

Пролонговано:

На 20~~20~~²⁰/~~20~~²⁰ н.р.  (підпис) Кравченко Н.І. (ПІБ), «31» 08 20~~20~~²⁰ р., протокол № 18

На 20~~21~~²¹/~~20~~²² н.р.  (підпис) Кравченко Н.І. (ПІБ), «30» 08 20~~21~~²¹ р., протокол № 17

На 20__ /20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «___» __ 20__ р., протокол № __

На 20__ /20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «___» __ 20__ р., протокол № __

**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-методичної та
навчальної роботи

_____ Олексій ЖИЛЬЦОВ
“ _____ ” _____ 2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
освітнього рівня першого (бакалаврського)
освітньої програми 022.00.02 «Графічний дизайн»
спеціалізація «Дизайн реклами»

Київ – 2021

Розробник:

Віктор МИХАЛЕВИЧ, кандидат культурології, доцент, доцент кафедри образотворчого мистецтва Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач:

Віктор МИХАЛЕВИЧ, кандидат культурології, доцент, доцент кафедри образотворчого мистецтва Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Протокол № 10 від «29» серпня 2019 р.

Завідувач кафедри дизайну _____
Наталія КРАВЧЕНКО

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 022.00.01 «Дизайн»

«___» _____ 2019 р.

Гарант освітньо-професійної програми
022.00.01 «Дизайн» _____ Віктор МИХАЛЕВИЧ

Робочу програму перевірено «___»
_____ 2019 р.

Заступник директора
з науково-методичної та навчальної роботи _____ Алла ТАРАННИК

Пролонговано:

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «___»__20__ р., протокол № __
(підпис) (ПІБ)

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «___»__20__ р., протокол № __
(підпис) (ПІБ)

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «___»__20__ р., протокол № __
(підпис) (ПІБ)

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__20__ р., протокол № __

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисциплін	Вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	2/60	
Курс	3	-
Семестр	5	-
Кількість змістових модулів з розподілом:	4	-
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, в тому числі:	60	-
Аудиторні	36	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	15	-
Самостійна робота	5	-
Форма семестрового контролю	Екзамен	-

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу – викладання дисципліни «Зовнішня реклама» (ЗР) є оволодіння практичними навичками створення рекламно-інформаційної продукції для розташування на рекламних носіях різних типів в зовнішньому громадському просторі з комплексним урахуванням естетичних, композиційних, психологічних, функціональних, ергономічних, технічних, технологічних, маркетингових, соціологічних, історичних, містобудівних, архітектурних, навігаційних та ін. факторів на основі сучасних технологій, матеріалів та обладнання.

Завдання курсу: вивчення навчальної дисципліни є засвоєння студентами практичних навичок у роботі з різними типами зовнішніх громадських просторів, рекламних конструкцій, поверхнями-носіями рекламної продукції, формами,

об'ємами, матеріалами, нормативними документами ЗР, новітніми технологіями реклами та обладнанням як важливою складовою сучасного громадського рекламно-інформаційного середовища. Під час практичних занять, індивідуальної та самостійної роботи відповідно профілю програми бакалавра дизайну формуються загальні та фахові компетентності.

Загальні компетентності:

ЗК 1	Світоглядна: наявність ціннісно-орієнтаційної позиції, здатність розуміти та дотримуватися морально-етичних норм поведінки, загальнокультурна ерудиція, широке коло інтересів, розуміння значущості для власного розвитку історичного досвіду людства, розуміння сутності і соціальної значущості майбутньої професії, збереження національних духовних традицій, розуміння переваг здорового способу життя та прийняття їх як власних цінностей.
ЗК 2	Громадянська: здатність до реалізації прав і обов'язків громадянина України, здатність робити свідомий соціальний вибір та застосовувати демократичні технології прийняття рішень, повага до Батьківщини, народу, держави, її символіки, традицій, мови, уміння діяти із соціальною відповідальністю та громадською свідомістю, здатність цінувати і поважати національну своєрідність та мультикультурність.
ЗК 3	Комунікативна: здатність до міжособистісного спілкування, емоційної стабільності, толерантності, здатність працювати в команді (творчому колективі), вільне володіння українською мовою відповідно до норм культури мовлення, основами спілкування іноземними мовами, навички використання комунікаційних технологій.

ЗК 5	<p>Науково-дослідницька: здатність виконувати навчально-дослідні завдання на основі аналітико-синтетичної мисленнєвої діяльності, володіння науково-дослідними методами у сфері мистецтвознавства та дизайну, обізнаність в особливостях проектної діяльності, готовність до її реалізації, критична обізнаність та інтелектуальна чесність. здатність до нестандартних рішень типових задач і здатність вирішувати нестандартні завдання.</p>
ЗК 6	<p>Самоосвітня: здатність до самостійної пізнавальної діяльності, самоорганізації та саморозвитку, спрямованість на розкриття особистісного творчого потенціалу та самореалізацію, прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху.</p>
ЗК 7	<p>Універсальна: здатність до планування та розподілу часу; здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми;</p>
	<p>здатність застосовувати знання на практиці.</p>

Фахові компетентності базові:

ФК 2	<p>Естетико-культурологічна: здатність аналізувати, оцінювати й інтерпретувати культурні явища різних епох, мистецькі твори різних стилів, жанрів і форм, уміння висловлювати й аргументувати власні оцінні судження і позиції, здатність застосовувати базові знання з історії мистецтва і дизайну та специфіки його розвитку за професійним спрямуванням у художньо-проектну діяльність, здатність володіти фаховою термінологією, теорією і методикою дизайну.</p>
------	---

ФК 3	<p>Проектно-творча: здатність розв'язувати спеціалізовані завдання та практичні проблеми у галузі дизайну, виявляти структурні й функціональні зв'язки на основі комплексного художньо-проектного підходу,</p> <p>здатність володіти практичними навичками з проектування та технологій виготовлення об'єктів дизайну,</p> <p>здатність застосовувати методику проектування одиничних, комплексних, багатофункціональних об'єктів дизайну,</p> <p>здатність використовувати базові знання з композиційної побудови, кольорознавства для створення майбутнього дизайнерського об'єкта,</p> <p>здатність володіти методами зображення об'єктів навколишнього середовища, зокрема постаті людини, засобами рисунка і живопису</p>
ФК 4	<p>Технологічна: здатність володіти різними техніками та технологіями роботи у відповідних матеріалах,</p> <p>здатність володіти навичками використання сучасних програм із комп'ютерної графіки для створення об'єктів дизайну,</p> <p>здатність використовувати базові навички проектної графіки,</p> <p>здатність володіти засобами та прийомами формоутворення, макетування і моделювання об'єктів дизайну,</p> <p>здатність застосовувати знання з ергономіки та художнього конструювання,</p> <p>навички використання інформаційних і комунікаційних технологій для виконання конкретного дизайнерського завдання.</p>
ФК 5	<p>Практична: здатність застосовувати здобуті знання на практиці, розв'язувати складні задачі в галузі дизайнерської діяльності.</p>

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Знання:

- особливостей зовнішніх просторів різних типів що використовуються для розміщення об'єктів рекламно-інформаційного призначення;
- різних типів рекламних конструкцій, обладнання та технологій для створення та розміщення ЗР;
- значення дизайн-коду місця як основи для створення та розміщення ЗР;

- опанування принципів композиційно-пластичної організації тривимірного зовнішнього громадського простору;
- опанування взаємодії між різними видами рекламно-інформаційних технологій та типами зовнішнього громадського простору;
- засвоєння принципів зорового, функціонального, естетичного, ергономічного аналізу різних типів зовнішнього рекламного простору;
- можливостей різних технологій створення та демонстрації ЗР;
- особливостей технологічного, історичного, архітектурномістобудівельного, маркетингового, юридичного, економічного та ін. характеру при створенні, виготовленні та експлуатації ЗР;
- основні терміни та поняття зі сфери технологій реалізації об'єктів ЗР, а саме рекламних технологій, конструкцій, обладнання та матеріалів для створення зображень та розміщення інформації на рекламоносіях різних типів;
- основні робочі етапи створення реклами та зміст робочих комунікацій дизайнера з фахівцями різних спеціальностей.

Практичні навички і вміння:

- моделювати різні типи зовнішніх просторів та поверхонь для розміщення рекламно-інформаційної продукції ;
- моделювати різні типи складних ситуацій на вулицях, площах, будівлях, просторах для розміщення ЗР;
- моделювати різні типи об'ємно-просторових композицій зовнішньої реклами з урахуванням візуальних, психологічних та композиційних факторів в зовнішньому громадському середовищі ;
- здійснювати пошук інформаційних, аналогових, історичних, нормативних джерел для формулювання дизайн-коду місця проектування та розміщення ЗР;

- володіти різними композиційними та візуальними прийомами оцінки та роботи з поверхнями та простором;
- застосовувати модульні, ритмічні, комбінаторні прийоми при моделюванні та проектуванні рекламно-інформаційного простору;
- за допомогою засобів композиції створювати цілісну художньообразну організацію рекламно-інформаційного оформлення зовнішнього простору;
- застосовувати практичні навички роботи з різними типами зовнішнього простору, рекламних технологій та обладнання ЗР;
- застосовувати практичні навички роботи з різними видами нестандартних та інноваційних рішень в створенні ЗР;
- здійснювати моделювання, макетування різних об'єктів реклами в зовнішньому громадському середовищі;
- презентувати результати своєї роботи за допомогою різних проектних технологій.

Програмні результати навчання:

ПРН 1	Сформованість світогляду, активної громадянської позиції, загальної культури. Здатність робити свідомий соціальний вибір та застосовувати демократичні технології прийняття рішень.
ПРН 2	Здатність до міжособистісного спілкування, емоційної стабільності, толерантності. Уміння працювати в команді (творчому колективі). Вільне володіння українською мовою відповідно до норм культури мовлення, основами спілкування іноземними мовами.
ПРН 3	Здатність до ефективного використання інформаційних технологій у соціальній та професійній діяльності.
ПРН 5	Готовність до планування та організації дизайнерської діяльності, здійснення мистецьких і виставкових проектів. Здатність до самоорганізації.

ПРН 6	Здатність застосовувати у практичній дизайнерській діяльності знання з історії мистецтв щодо напрямів, течій і стилів. Спроможність інтерпретувати й модифікувати авторські прийоми провідних дизайнерів. Здатність володіти фаховою термінологією, теорією і методикою дизайну.
ПРН 7	Здатність до проектного мислення та проектування оригінальних дизайнерських програм і проектів.
ПРН 9	Володіння різними техніками та технологіями роботи у відповідних матеріалах.
ПРН 10	Володіння навичками використання сучасних програм із комп'ютерної графіки для створення об'єктів дизайну.
ПРН 11	Готовність до фахової діяльності в галузі графічного дизайну, дизайну середовища, дизайну реклами.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторна					
		Лекції	Семинари	Практичні	Лабораторні	МКР	
Змістовий модуль I. Створення дизайну рекламного щита (білборда)							
Тема 1. Рекламний щит (білборд). Створення комп'ютерного макету зовнішньої реклами під рекламний щит	21				18		3
Модульний контроль	2					2	
Разом	23				18		3
Змістовий модуль II. Створення дизайну сітілайта							
Тема 2. Сітілайт. Створення макету комп'ютерного макету сітілайта	20				18		2
Модульний контроль	2					2	

<i>Разом</i>	22				18		
<i>Семестровий контроль</i>	15						
<i>Усього</i>	60				36	4	5

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ I.

Створення дизайну рекламного щита (білборда) Тема 1. Рекламний щит (білборд). Створення комп'ютерного макету зовнішньої реклами під рекламний щит

Лабораторні заняття (18 год.). *Матеріал: Комп'ютерні графічні пакети.* Вибір цікавої тематики для зовнішньої реклами. Композиційне виразне вирішення макету з урахуванням пропорції та розміру рекламного щита (білборда). Підбір відповідної шрифтової композиції для дизайну зовнішньої реклами. Створення макету в одному з графічних пакетів з урахуванням технічних вимог білборда. Вписування (колажування) зображення рекламного щита у міський простір (екстер'єр) за допомогою одного з графічних пакетів.

Представлення результату модуля у вигляді файлу вихідного файлу та кольорової роздруківки формату А-4.

Література: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ II. Створення дизайну ситілайта Тема 2.

Ситілайт. Створення макету комп'ютерного макету ситілайта

Лабораторні заняття (18 год.). *Матеріал: Комп'ютерні графічні пакети.* Вибір цікавої тематики для зовнішньої реклами. Композиційне виразне вирішення макету з урахуванням пропорції та розміру ситілайта. Підбір відповідної шрифтової композиції для дизайну зовнішньої реклами. Створення макету в одному з графічних пакетів з урахуванням технічних вимог ситілайта. Вписування (колажування) зображення рекламного щита у міський простір (екстер'єр або інтер'єр) за допомогою одного з графічних пакетів. Представлення результату модуля у вигляді файлу вихідного файлу та кольорової роздруківки формату А-4.

Література: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	Не передбачено навчальним планом			
Відвідування семінарських занять	1	Не передбачено навчальним планом			
Відвідування практичних занять	1	Не передбачено навчальним планом			
Робота на семінарському занятті	10	Не передбачено навчальним планом			
Робота на практичному занятті	10	Не передбачено навчальним планом			
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	10	18	180	18	180
Відвідування лабораторних робіт	1	18	18	18	18
Виконання завдань для самостійної роботи (оцінюється як творча)	5	3	15	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом		-	238	-	233
Максимальна кількість балів:		471			
Коефіцієнт визначення успішності		7,85			
Загальна кількість балів з урахуванням коефіцієнта без урахування підсумкового тесту (екзамену)		60			
Підсумковий тест (екзамен)		40			
Підсумковий рейтинговий бал		100			

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Тема 1. Рекламний щит (білборд). Створення комп'ютерного макету зовнішньої реклами під рекламний щит (3 год.)

Матеріал: Комп'ютерні графічні пакети.

Метою завдання є вдосконалення технічних та дизайнерських навичок при роботі з широкоформатною рекламою.

Працюючи над дизайном білборда потрібно звернути увагу: 1) потрібна однозначна читаність інформації; 2) вибір кольорової гамми макета виходячи з часу року і фону, який переважає під час проведення рекламної компанії; 3) враховувати, що освітлення білборду залежить від часу доби, погодних умов, наявності штучного світла (ліхтарів) і т.д..

Література: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8.

Тема 2. Сітілайт.

Створення макету комп'ютерного макету сітілайта (2 год.)

Матеріал: *Комп'ютерні графічні пакети.*

Метою завдання є розвиток творчих здібностей задля вміння створювати оформлення сітілайту на основі законів, правил та прийомів графічного дизайну.

Для виконання самостійної роботи над сітілайтом студенту потрібно керуватися такими правилами: 1) компактність інформації– використання коротких текстів і простих зображень, 2) мінімізація адресного блоку і використання тільки одного ключового способу контакту, 3) використання великих літер, чітких шрифтів, контрастних кольорів.

Література: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8.

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Змістовий модуль та теми курсу	кільк. Годин	Бали
Тема 1. Рекламний щит (білборд). Створення комп'ютерного макету зовнішньої реклами під рекламний щит	3	15
Тема 2. Сітілайт. Створення макету комп'ютерного макету сітілайта	2	10
Разом:	5	25

Критерії оцінювання рівня виконання завдань для самостійної роботи:

1. своєчасність виконання;
2. повнота обсягу виконання;
3. якість виконання;
4. самостійність виконання; 5. виявлення ініціативності;
6. виявлення творчого підходу.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульний контроль здійснюється по закінченні модуля у вигляді перегляду робіт за визначений період за елементами змістового модулю.

Критерії оцінювання	Кількість балів
Дизайн зовнішньої реклами виконаний в повному визначеному обсязі, вдала композиція та кольорова гамма, грамотний вибір шрифтів та розміщення рекламного носія, макет відповідає технічним вимогам. Можливі незначні недоліки оформлення, що суттєво не впливають на якість роботи.	21 – 25
Композиція вирішена достатньо переконливо, але є несуттєві недоліки в шрифтовому рішенні.	17 – 20
Робота має цілісний системний характер, проте зовнішня реклама непереконливо виглядає у середовищі.	13 – 16
Робота частково відповідає завданню, але не конструктивно вирішена композиція.	9 – 12
Низький рівень виконання дизайну. Невдалий вибір виражальних дизайнерських засобів для вирішення теми.	5 – 8
Дизайн зовнішньої реклами не відповідає завданню, робота неохайна та не завершена, значні композиційні та технічні, технологічні помилки.	1 – 4

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль (іспит) проводиться **у вигляді творчої роботи.**

Тема: Дизайн рекламної вивіски.

Критерії оцінювання	Кількість балів
Ставиться за відмінний рівень використання графічних засобів, оригінальне вирішення образу відповідно до тематики, композиційну цілісність розробки, розкриття теми, використовуючи виразні можливості комп'ютерної графіки.	36 – 40
Ставиться за добрий рівень використання графічних засобів, оригінальне вирішення образу відповідно до тематики, композиційну цілісність розробки, розкриття теми, використовуючи виразні можливості комп'ютерної графіки.	31 – 35
Ставиться за використання графічних засобів, композиційну цілісність розробки, про те не оригінальне вирішення образу відповідно до тематики, не достатньо розкрита тема, не досконале використання виразних можливостей комп'ютерної графіки.	26 – 30
Ставиться за задовільний рівень використання графічних засобів, за відсутність оригінального вирішення образу відповідно до тематики, відсутня композиційна цілісність розробки, не достатньо розкрита тема, не досконале використання виразних можливостей комп'ютерної графіки.	21 – 25
Ставиться за задовільний рівень використання графічних засобів, за відсутність оригінального вирішення образу відповідно до тематики, відсутність композиційної цілісності розробки та розкриття теми, низький рівень використання виразних можливостей комп'ютерної графіки.	16 – 20
Ставиться за незадовільний рівень використання графічних засобів, відсутність оригінального вирішення образу відповідно до тематики, відсутність композиційної цілісності розробки та розкриття теми, низький рівень використання виразних можливостей комп'ютерної графіки.	1 – 15

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю.

Семестровий контроль навчальної діяльності студента з дисципліни «Зовнішня реклама» проводиться у формі іспиту і обов'язкового перегляду творчої практичної аудиторної та самостійної роботи, виконаної студентом у процесі навчальної діяльності протягом семестру.

6.6. Шкала відповідності оцінок

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.
C	75-81	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності.
E	60-68	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, 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

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «Зовнішня реклама»

5 семестр - разом: 60 год., з них: лабораторних – 36 год., самостійна робота – 5 год., МКР – 4 год., семестровий контроль – 15 год.

Змістові модулі	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2
	Створення дизайну рекламного щита (білборда)	Створення дизайну ситілайта
Бали	238 б.	233 б.

Лабораторні	Тема 1. Рекламний щит (білборд). Створення комп'ютерного макету зовнішньої реклами під рекламний щит (18 год.)	Тема 2. Сітілайт. Створення макету комп'ютерного макету сітілайта (18 год.)
396	198 б.	198 б.
Самостійна робота	Тема 1. Рекламний щит (білборд). Створення комп'ютерного макету зовнішньої реклами під рекламний щит (оцінюється як творча)	Тема 2. Сітілайт. Створення макету комп'ютерного макету сітілайта (оцінюється як творча)
25	15 б.	10 б.
50	МКР 1 – 25 б.	МКР 2 – 25 б.
Разом – 471 балів (коефіцієнт визначення успішності – 7,85)		
Екзамен – 40 балів		

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

1. Антонович Е., Захарчук-Чугай Р., Станкевич М. «Декоративно-прикладне мистецтво. Навчальний посібник для студентів. Львів: Світ, 1992.
2. Божко Ю.Г. Архитектоника и комбинаторика формообразования. К.: Высшая школа, 1991.
3. Волкотруб Т.И. Основы художественного конструирования. К.: Изд. «Вища школа», 1988.
4. Волкотруб Т.І. Бесіди про художнє конструювання. К.: «Радянська школа», 1978.
5. Гребенюк Г. Е. Основы композиции и рисунок. К.: Техника, 1997.

Додаткові ресурси:

1. Волкотруб Т.І. Бесіди про художнє конструювання. К.: «Радянська школа, 1978.
2. Гребенюк Г. Е. Основы композиции и рисунок. К.: Техника, 1997.
3. Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури ХХ століття (національний та глобалізаційний аспекти). Л.: ЛАМ, 2006.
4. Даниленко В. Я. Дизайн. Харків: ХДАДМ, 2003.
5. Даниленко В.Я. Основы дизайна. К.: ІЗМН, 1996.
6. Даниленко В.Я. Майбутнє європейського дизайну: Чехія, Польща, Україна. Харків: Колорит, 2007.
7. Даниленко В.Я. Дизайнерська освіта України у європейському контексті. Вісник Львівської академії мистецтв. Спецвипуск ..., 1999.
8. ДСТУ 3321:2003 Система конструкторської документації. Терміни та визначення основних понять.
9. Костенко Т.В. Основы композиції та тримірного формоутворення. Харків: ХДАДМ, 2003.
10. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама 2001

11. Михайленко В.Е. Основи композиції геометричні аспекти художнього формоутворення». К.: «Каравела», 2004.
12. Про затвердження Правил розміщення рекламних засобів у місті Києві. КИЇВСЬКА МІСЬКА РАДА IV сесія VIII скликання РІШЕННЯ від 20 квітня 2017 року N 223/2445.
13. Савін В.М. Типографіка: навчальний посібник. – К.: Вересень. 2003.

Електронні ресурси:

1. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96>
2. <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2807-15>
3. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2862-15?nreg=2862-15>
4. <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1805-14>
5. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2067-2003-%D0%BF>
6. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1135-2012-%D0%BF>
7. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/990-98-%D0%BF>
8. https://reklama.kyivcity.gov.ua/files/docs/Rishenya_223-2445.pdf
9. https://reklama.kyivcity.gov.ua/files/docs/Rishenya_224-2446.pdf
10. https://reklama.kyivcity.gov.ua/files/docs/Rishenya_291-2513.pdf
11. https://reklama.kyivcity.gov.ua/files/docs/Rozporyadgenya_KMDA_N1689.pdf
12. <https://readbookz.net/book/139/4021.html>
13. <http://a3.kyiv.ua/>