
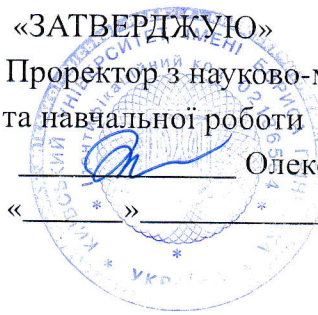


КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

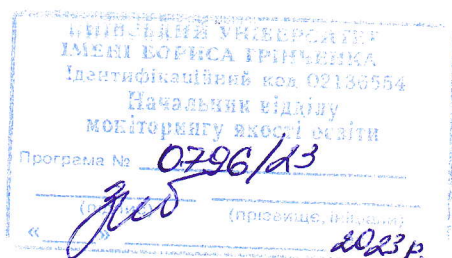
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

 Олексій ЖИЛЬЦОВ
« * » * 2023 р.



ПРОГРАМА ПРАКТИКИ
ВИРОБНИЧА
ПРАКТИКА З ДИЗАЙНУ РЕКЛАМИ

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньої програми 022.01.01 «Графічний дизайн»



Київ – 2023

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

_____ Олексій ЖИЛЬЦОВ

« _____ » _____ 2023 р.

ПРОГРАМА ПРАКТИКИ

ВИРОБНИЧА

ПРАКТИКА З ДИЗАЙНУ РЕКЛАМИ

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньої програми 022.01.01 «Графічний дизайн»

Київ – 2023

Розробники:

Юлія РОМАНЕНКОВА, доктор мистецтвознавства, професор, завідувач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка

Наталія СИНЯВСЬКА, старший викладач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка

Програму практики розглянуто і затверджено на засіданні Вченої ради факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка Протокол від _____ 2023 р. № _____

Секретар _____ Ольга КОНОВАЛОВА

Програму практики розглянуто і затверджено на засіданні кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка

Протокол від 24 серпня 2023 р. № 6

Завідувач кафедри дизайну _____ Юлія РОМАНЕНКОВА

Програму практики погоджено із гарантом освітньо-професійної програми 022.01.01 «Графічний дизайн»

Гарант освітньо-професійної програми

022.00.02 «Графічний дизайн» _____ Юлія РОМАНЕНКОВА

Програму практики перевірено

Заступник директора

з науково-методичної та навчальної роботи _____ Алла ТАРАННИК

_____ 2023 р.

Пролонговано:

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

1. Опис практики

Найменування показників	Характеристика практики за формами навчання	
	денна	заочна
Вид практики	вибіркова	
Загальний обсяг кредитів/годин	6/180	
Курс	2	2
Семестр	1	1
Кількість змістових компонентів з розподілом:	1	
Обсяг кредитів	6	6
Обсяг годин, в тому числі:	180	180
Тривалість (у тижнях)	4	4
Форма семестрового контролю	залік	залік

2. Бази практики

Орієнтовний перелік баз виробничої дизайнерської поліграфічної практики в м. Києві:

- Центр фахової підготовки «Проектне бюро з копії-центром» (бул. І. Шамо 18/2, ауд. 218. 214а)
- НМЦ видавничої діяльності Київського університету імені Бориса Грінченка (вул. Левка Лук'яненка, 13 Б, каб. 004)

3. Мета та завдання практики

Мета виробничої практики з дизайну реклами – забезпечення закріплення, узагальнення та систематизація у виробничих умовах знань і вмінь, одержаних студентами в процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін та ознайомлення студентів з існуючими методиками ефективного застосування видавничо-комп'ютерних та інформаційних технологій для вирішення завдань, що виникають в реальних умовах функціонування видавничих центрів і видавництв та формування у студентів фахових компетентностей у процесі

дизайнерської діяльності. Практика спрямована на розвиток художньо-дизайнерської підготовки студентів, формування інформаційно-художніх компетенцій для розширення можливостей проектування рекламних об'єктів у комунікаційній сфері, систематизування, розширення і закріплення професійних знань, формування у студентів основних теоретичних знань та набуття практичних навичок.

Основними завданнями виробничої практики є:

- закріплення та поглиблення теоретичних знань студентів під час виконання практичних завдань;
- оволодіння практичними навичками роботи графічного дизайнера в художній редакції та на поліграфічному виробництві;
- засвоєння вмінь у галузі створення різних типів рекламних об'єктів, на кшталт розробки елементів фірмового стилю, дизайну реклами, дизайн етикетки, пакування;
- закріплення набутих навичок у візуалізації даних, інфографіці, діловій графіці.

Під час проходження виробничої практики з дизайну реклами відповідно до освітньо-професійної програми формуються **загальні та фахові компетентності:**

Програмні компетентності	Код	Значення компетентності
Інтегральна компетентність		Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі дизайну або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1	1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
	ЗК 2	2. Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми. 6. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо
	ЗК 3	3. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
	ЗК 5	Здатність розробляти та керувати проектами.
	ЗК 6	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Спеціальні (фахові, предметні)	СК 1	Здатність здійснювати концептуальне проектування об'єктів дизайну з урахуванням функціональних, технічних, технологічних, екологічних та естетичних вимог (за спеціалізацією).

компетентності (СК)	СК 2	Здатність проведення проектного аналізу усіх впливових чинників і складових проектування та формування авторської концепції проекту.
	СК 3	Здатність розуміти і використовувати причинно-наслідкові зв'язки у розвитку дизайну та сучасних видів мистецтв.
	СК 4	Здатність забезпечити захист інтелектуальної власності на твори образотворчого мистецтва та дизайну.

4. Результати проходження практики

Виробнича практика з дизайну реклами як форма професійного навчання у закладі вищої освіти проводиться в умовах, максимально наближених до професійної діяльності студентів, майбутніх фахівців із графічного дизайну.

Вона покликана сформувати

Знання:

- методики здійснення наукового дослідження та аналізу передпроектної ситуації;
- порядку узгодження та затвердження розробок і практичних завдань на всіх стадіях проектування в реальних умовах видавничих центрів та видавництва – баз практик;
- правил і стандартів виконання робіт з використанням сучасних методів дослідження та аналізу;
- основних видів видавничої справи та специфіку поліграфічної діяльності;
- поліграфічного виробництва та основних груп виробничих процесів (від концепції до виконання проекту).

Практичні навички й вміння:

- формувати рекламне звернення на основі співвідношення утилітарного цільового призначення реклами з естетичними вимогами до неї;
- створювати оригінальний дизайн-проект рекламного обігу засобами комп'ютерних технологій;
- навички творчого узагальнення отриманих знань, для втілення їх у роботі над дизайн-проектом, використовуючи оптимальні методи кодування інформаційної, емоційної та експресивної складових реклами.

Результат практики – проект рекламної продукції.

Програмні результати навчання

Код	Значення програмного результату
ПРН 1	Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах
ПРН 2	Розробляти науково-обґрунтовану концепцію для розв'язання фахової проблеми
ПРН 5	Розробляти, формувати та контролювати основні етапи виконання проекту
ПРН 6	Формувати проектні складові у межах проектних концепцій; володіти художніми та мистецькими формами соціальної відповідальності
ПРН 7	Критично осмислювати теорії, принципи, методи та поняття з різних предметних галузей для вирішення задач і проблем в галузі дизайну
ПРН 14	Застосовувати інноваційні методи і технології роботи з матеріалом (за спеціалізаціями)
ПРН 15	Представляти концептуальне рішення об'єктів дизайну засобами новітніх технологій, застосовувати прийоми графічної подачі при розв'язанні проектних завдань (за спеціалізаціями)
ПРН 17	Управляти процесом вироблення продукту дизайну (товарів і послуг) на різних етапах брендингу та ребрендингу (за спеціалізаціями)
ПРН 18	Планувати професійну діяльність у сфері дизайну відповідно до потреб і запитів суспільства та ринку; провадити підприємницьку діяльність у сфері дизайну

5. Структура практики

Етапи проходження практики та види діяльності студентів	Розподіл годин між видами робіт
Етап 1. Підготовча робота (I тиждень)	
1. <i>Перший тиждень</i> – установча конференція	2

2. Інструктаж по техніці безпеки. Знайомство з підприємством-базою практики.	4
3. Складання індивідуального плану, згідно із метою і завданнями виробничої практики з дизайну реклами	4
4. Вибір і затвердження теми проекту рекламної продукції, Керівник практики від організації знайомить студентів із структурою і повним складом проекту на різних стадіях проектування, розкриває зміст кожної з частин проекту, знайомить із правилами і стандартами виконання робіт, з сучасними методами їх виконання, з порядком узгодження і затвердження на всіх стадіях проектування. Студент робить відповідні записи у щоденнику практики.	14 16– сам. р.
Разом	40
Етап 2. Активний етап роботи (II – III тижні)	
1. <i>Другий тиждень</i> – вибір матеріалів та програмного забезпечення для дизайн-проекту з урахуванням їх наочних та формотворчих властивостей, виконання еталонних зразків об'єкта дизайну в макеті, матеріалі та в інтерактивному середовищі, поєднуючи в дизайн-проекті власний художній смак та вимоги замовника; виконання технічних креслень та ескізів проекту для розробки конструкції виробу з урахуванням особливостей технології та тематикою, розробка технологічної карти виготовлення авторського проекту, реалізація творчих ідей у макеті - створення цілісної композиції на площині, в обсязі та просторі, реалізація творчих ідей у макеті з використанням перетворюючих методів стилізації та трансформації для створення нових форм, реалізація творчих ідей у макеті зі створенням колірної єдності, виконання комплектації необхідних складових дизайн-макету для формування дизайн-продукту	12 4 – сам. р.
2. Отримання завдання для виконання від керівника практики (розробка дизайн-проекту рекламної продукції, створення макету), завдання №1 (фірмовий стиль)	6 4– сам. р.
3. <i>Третій тиждень</i> – розробка дизайн-проекту рекламної продукції, створення макету, завдання №2 (товарний знак)	8 6– сам. р.

4. <i>Третій тиждень</i> – розробка дизайн-проєкту рекламної продукції, створення макету, завдання №3 (товарний знак)	4 8 – сам. р.
5. Розробка, обґрунтування та графічна візуалізація проєкту, визначення формату поліграфічного видання, тиражу, виду друку, особливостей використання матеріалів	12
5. Додрукарська підготовка проєкту з урахуванням запропонованого виду друку, матеріалів тощо.	12 4 – сам. р.
Разом	80
Етап 3. Звітно-підсумкова діяльність (IV тиждень)	
1. <i>Четвертий тиждень</i> – оформлення звітної презентації (графічної)	28
2. Підготовка до звітної конференції, розробка звітної документації (щоденник, звіт)	30 – сам. р.
3. Звітна конференція (захист проєкту)	2
Разом	60
Усього	180

6. Зміст практики

6.1. Особливості організації і проведення практики

На установчій конференції, запланованій з метою надання інформації щодо виробничої практики із дизайну реклами, повідомляється про терміни її проходження, бази, де відбуватиметься практично-творча робота, також ознайомлено з метою, завданнями та особливостями проходження підсумкового контролю, вимогами до оформлення щоденника практики тощо.

Студенти розподіляються на групи для ознайомлення зі структурними підрозділами та специфікою роботи, з правилами внутрішнього розпорядку, режимом роботи, з правилами охорони праці і технікою безпеки тощо. Керівник практики знайомить студентів зі структурою і повним складом проєкту, з правилами і стандартами виконання робіт, із сучасними методами їх виконання і тиражування та друком готової продукції. Ознайомлення студентів з умовами й специфікою проєктно-дизайнерської та поліграфічної діяльності (повного циклу від концепції до готового проєкту).

У цей період студенти виконують дизайнерські роботи під керівництвом викладача, керівника практики, вивчають специфіку роботи у конкретних умовах видавництва, термін виконання робіт та їх послідовність.

Визначення завдання і змісту проєктно-творчої розробки та основних елементів дизайн-об'єкту. Відпрацювання складових проєктної концепції з розкриттям наступних аспектів (образу, композиційно-пластичних, колірних, графічних, конструктивно-технологічних, поліграфічних тощо).

6.2. Завдання для самостійної роботи та/або перелік індивідуальних завдань для студентів

1. Вибір теми проєкту з дизайну реклами.
2. Знайомство з програмою практики та порядком її проведення, вивчення правил внутрішнього розпорядку, знайомство з робочими місцями, порядком ведення щоденників та ін.
3. Виконання завдання від керівника практики (об'єкт реклами – завдання №1, 2,3).
4. Здійснення передпроєктного дослідження та аналізу аналогічних пропозицій на ринку дизайнерських послуг, ескізування основних елементів індивідуального проєкту, визначення стилістики та художніх прийомів виконання проєктів із дизайну реклами.
5. Розробка, обґрунтування та графічна візуалізація проєктів, визначення формату поліграфічного видання, тиражу, виду друку, особливостей використання матеріалів,
6. Додрукарська підготовка проєкту поліграфічної продукції з урахуванням запропонованого виду друку, матеріалів, тиражу тощо.
7. Оформлення звітної презентації (графічної), документації.

6.3. Обов'язки студентів під час проходження практики

На базах проходження виробничої практики з дизайну реклами студенти зобов'язані дотримуватися трудової дисципліни і правил внутрішнього розпорядку. Їхня діяльність повинна бути зорієнтована на виконання завдань практики. Вони мають право розраховувати на консультативну фахову допомогу керівників практики. Ключові робочі моменти повинні бути зафіксовані в щоденнику.

Студенти зобов'язані:

- під час установчої конференції ознайомитися з програмою практики та іншими методичними матеріалами, отримати консультації щодо оформлення всіх необхідних документів та форм звітності;
- своєчасно прибути на базу практики;
- ознайомитися з правилами техніки безпеки, охорони праці, внутрішнього трудового розпорядку установи і суворо їх дотримуватися;
- у повному обсязі виконати всі завдання, передбачені програмою практики;

- нести відповідальність за виконану роботу;
- своєчасно оформити звітну документацію;
- захистити звіт про проходження практики.

6.4. Обов'язки керівників практики від Університету та від бази практики

Керівники від закладу вищої освіти та баз проходження практики здійснюють організацію та забезпечують виконання завдань виробничої практики з дизайну реклами.

Керівник від закладу вищої освіти:

- вирішує питання, пов'язані з організацією практики;
- проводить установчу та звітну конференції;
- спостерігає та контролює роботу студентів, ведення ними щоденників;
- надає їм методичні рекомендації у плануванні та проведенні творчої практичної роботи;
- на основі фахового відгуку й оцінки здійснює контроль успішності студентів.

Керівник від бази проходження практики:

- приймає студентів на практику, згідно з календарним планом;
- розподіляє студентів на групи для проходження практики;
- скеровує діяльність студентів;
- спостерігає за опануванням ними різних форм і методів роботи;
- надає витягу з наказу про прийняття студентів на практику із зазначення строків та призначенням безпосередніх керівників від установи з числа постійно працюючих кваліфікованих спеціалістів;
- створює належні умови для виконання студентами програми практики, не допускаючи їх використання до зайняття посад та виконання робіт, що не відповідають програмі практики та майбутньому фаху;
- забезпечує студентам безпечні умови праці, організацію проведення інструктажів з охорони праці, техніки безпеки та протипожежної безпеки відповідними фахівцями;

До обов'язків безпосереднього керівника практики від виробництва входить:

- Інструктажі з техніки безпеки і протипожежної безпеки в закладі при

виконанні завдань практики;

- Ознайомлення студентів із організацією роботи та обов'язками працівників.
- Забезпечення та контроль виконання студентами програми практики, - Оцінка якості виробничої практики, складання характеристик з відображенням у них таких складових: виконання програми практики, якості професійних знань та вмінь, набутих практичних навичок, відношення студентів до роботи.

7. Контроль навчальних досягнень

7.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Види робіт/діяльності студента	Форма звітності	Максимальна кількість балів		
		За одиницю	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Складання індивідуального плану, згідно із метою і завданнями виробничої практики з дизайну реклами	Щоденник практики	5	1	5
Вибір і затвердження теми проекту з урахуванням можливостей поліграфічного виробництва та технологій поліграфії	Щоденник практики	10	3	30
Виконання завдання від керівника від бази практики (розробка рекламного дизайн-проекту, створення макету, додрукарська підготовка з урахуванням можливостей поліграфії)	Щоденник практики Файли BMP, JPG	10	3	30
Здійснення ескізування основних елементів індивідуального проекту, визначення стилістики та художніх прийомів виконання проекту рекламної продукції	Щоденник практики Графічні ескізи	20	3	60

Розробка, обґрунтування та графічна візуалізація проекту поліграфічної продукції, визначення формату поліграфічного видання, тиражу, виду друку, особливостей використання матеріалів	Щоденник практики Файли BMP, JPG	20	3	60
Додрукарська підготовка проекту поліграфічної продукції з урахуванням запропонованого виду друку, матеріалів, тиражу тощо	Щоденник практики Файли BMP	10	3	30
Оформлення звітної презентації (графічної), документації	Щоденник практики Файли, JPG, BMP, MP4	30	1	30
Разом			-	245
Максимальна кількість балів: 245				
Розрахунок коефіцієнта: 2,45				

7.2. Перелік звітної документації

Звітна документація здається студентом у вигляді:
графічної презентації проекту,
файлів BMP та JPG із графічною презентацією проекту,
презентації проекту (за необхідністю),
щоденнику практики у папці формату А4 з титульним аркушем, що здається по завершенню проходження практики керівнику практики від ЗВО на кафедру.

Аналіз звітних документів практиканта дозволяє керівнику практики зробити висновки про якість виконаної студентом роботи, ступінь його підготовленості до практичної діяльності на поліграфічному підприємстві.

7.3. Вимоги до звіту про практику

Після закінчення терміну практики студент звітує про виконання її програми. Форма звітності – захист проекту, письмовий звіт, підписаний студентом та керівником від бази практики. Звіт має містити відомості про виконання студентом всіх розділів програми практики, а також – висновки і пропозиції щодо її проведення.

Письмовий звіт разом з іншими звітними документами, встановленими навчальним закладом, практикант подає керівнику практики від Університету. Звіт із практики захищається студентом у комісії, призначеної завідувачем кафедри. До складу комісії входять всі керівники практики від навчального закладу. Оцінка за практику виставляється з урахуванням рейтингових балів за видами діяльності практиканта.

Крім захисту звіту здійснюється ще й колективна форма підведення підсумків практики – підсумкова конференція. На конференції у формі виступів студентів аналізуються позитивні і негативні сторони практики, демонструється увесь зібраний матеріал до теми проєктування.

7.4. Система контролю та критерії оцінювання

Перевірка виконання студентами завдань виробничої дизайнерської поліграфічної практики та її оцінювання здійснюватиметься на основі продемонстрованих ними професійних умінь і навичок, а також фахових відгуків викладачів і керівників від баз практики, занотованих у щоденнику. Невиконання завдань практики без поважних причин гарантує отримання незадовільної оцінки.

7.5. Шкала відповідності оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100 балів	Відмінно – відмінний рівень знань/умінь/навичок в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками.
B	82-89 балів	Дуже добре – достатньо високий рівень знань/умінь/навичок в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок.
C	75-81 балів	Добре – в цілому добрий рівень знань/умінь/навичок з незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	Задовільно – посередній рівень знань/умінь/навичок із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності.
E	60-68 балів	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань/умінь/навичок

F, FX	1-59 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним проходженням – досить низький рівень знань/умінь/навичок, що вимагає повторного проходження
-------	---------------	---

8. Рекомендовані джерела

Основні

1. Шебек Н.М. Методика передпроектного аналізу: Конспект лекцій для студ. спец. Дизайн архітектурного середовища / Київський національний ун-т будівництва і архітектури. – К.: КНУБА, 2002. – 24 с.

Додаткові

1. Бондар Л., Аветова А. Emerging Art in Ukraine. Київ: CP Publishing, 2022, 240 с.

2. Бондар Л. Illustration in Ukraine. Ілюстрація в Україні. Київ: CP Publishing, 2021, 208 с.

3. Емброуз Г., Оно-Білсон Н. Основи. Графічний дизайн 01. Підхід і мова. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с.

4. Емброуз Г., Леонард Н. Основи. Графічний дизайн 03. Генерування ідей. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с.

5. Емброуз Г., Леонард Н. Основи. Графічний дизайн 02. Дизайнерське дослідження. Пошук успішних креативних рішень. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с. 6. Хеллер С., Кваст С. Графічні стилі. Від вікторіанців до хіпстерів. Київ: ArtHuss, 2019. 296 с.

6. Козуб продукт – торгова марка " [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://kozub.com.ua/ru> вільний (дата звернення 14.10.2021)

7. Школа маркетингу й комунікацій «Багаж» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://baggage.school/>, вільний (дата звернення 14.10.2021)

8. Smith K. Wreck This Journal. Lonfon: Penguin, 2013. 216 p.

9. Додаткові ресурси

Київський університет імені Бориса Грінченка

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

(вид і назва практики)

Студент

(прізвище, ім'я, по батькові)

Інститут, факультет факультет образотворчого мистецтва і дизайну

Кафедра, циклова комісія кафедра дизайну

Спеціальність 022 Дизайн

Освітній рівень другий (магістерський)

Освітня програма 022.01.01 Графічний дизайн

курс, група

Робочі записи під час проходження практики

Відгук і оцінка роботи студента на практиці
(назва підприємства, організації, установи)

Керівник практики підприємства, організації, установи
(підпис) (ім'я та прізвище)

Печатка

Дата складання заліку «_»_20__ року

Оцінка:

за стобальною шкалою_____ рейтингова оцінка _____

Керівник практики
від закладу вищої освіти

Завідувач кафедри дизайну_____