

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор

з науково-методичної та
навчальної роботи

О.Б. Жильцов



2017 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ КОМУНІКАЦІЙНИЙ ДИЗАЙН

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Спеціальність 022 «Дизайн»

Освітній рівень другий (магістерський)

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Програма № 1828/17

Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)

« _____ » 2017

Київ – 2017

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

А.О. Таранник

Робоча програма «Комунікаційний дизайн» для студентів-магістрів галузі знань 02 «Культура і мистецтво», спеціальності 022 «Дизайн».

Розробники: Поліщук Алла Анатоліївна, старший викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв КУ імені Бориса Грінченка.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри дизайну Інституту мистецтв

Протокол від “06” Вересня 2017 року №1

Завідувач кафедри дизайну

✓ 
(підпис)

Н.І. Кравченко

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор
з науково-методичної та
навчальної роботи

_____ О.Б. Жильцов

«___» _____ 2017 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
КОМУНІКАЦІЙНИЙ ДИЗАЙН**

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Спеціальність 022 «Дизайн»

Освітній рівень другий (магістерський)

Київ – 2017

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

А.О. Таранник

Робоча програма «Комунікаційний дизайн» для студентів-магістрів галузі знань 02 «Культура і мистецтво», спеціальності 022 «Дизайн».

Розробники: Поліщук Алла Анатоліївна, старший викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв КУ імені Бориса Грінченка.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри дизайну Інституту мистецтв

Протокол від “ _____ ” _____ 20__ року № _____

Завідувач кафедри дизайну _____ Н.І. Кравченко

(підпис)

ЗМІСТ

1. Опис навчальної дисципліни.....	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни.....	5
3. Програма навчальної дисципліни.....	6
4. Структура навчальної дисципліни.....	11
5. Теми лекцій, практичних занять.....	12
6. Карта самостійної роботи.....	12
7. Методи навчання.....	13
8. Методи контролю.....	13
9. Розподіл балів, які отримують студенти.....	16
10. Методичне забезпечення.....	16
11. Рекомендована література.....	17
12. Інформаційні ресурси.....	17
13. Навчально-методична карта дисципліни.....	19

1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		<i>денна форма навчання</i>	
<i>Кількість кредитів – 6</i>	Галузь знань <u>02 Культура і мистецтво</u>	Вибіркова	
	Спеціальність <u>022 Дизайн</u>		
<i>Модулів – 2</i>	Освітній рівень другий <u>магістерський</u>	Рік підготовки:	
<i>Змістових модулів – 2</i>		1-й	
		Семестр:	
<i>Загальна кількість годин – 180</i>		1-й	2-й
		Аудиторні години:	
<i>Загальна кількість годин на семестр: 1-й семестр - 90 год. 2-й семестр - 90 год.</i>		24 год.	24 год.
		Лекції:	
		2 год.	2 год.
		Практичні:	
		22 год.	22 год.
		Самостійна робота:	
		60 год.	30 год.
		Модульний контроль:	
		6 год.	6 год.
		Семестровий контроль	
		30 год.	
	Вид контролю		
	-	Екзамен	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання дисципліни «Комунікаційний дизайн» є розвиток фахової дизайнерської підготовки магістрів, формування візуальної культури та базових компетенцій в галузі сучасних рекламних технологій та проєтуванні об'єктів комунікаційного дизайну.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є набуття базових знань з комунікаційного дизайну, ознайомлення з основними напрямками розвитку сучасних рекламних технологій, з особливостями історичного розвитку комунікаційного дизайну у синтезі з розвитком науки, техніки й технології та специфікою творчості та проєктуванні об'єктів комунікаційного дизайну.

У результаті вивчення навчальної дисципліни відповідно до профілю програми магістра дизайну формуються *загальні та фахові компетентності*.

Загальні компетентності (світоглядна, громадська, комунікативна, інформаційна, науково-дослідницька і самоосвітня), а саме:

- здатність до самостійного пошуку та оброблення інформації з різних джерел для розгляду конкретних питань;
- уміння оцінювати й модифікувати освоєні наукові методи і засоби дизайн-діяльності;
- спрямованість на розкриття особистісного творчого потенціалу та самореалізацію.

Фахові компетентності базові (організаційна, мистецтвознавча) та **спеціальні** (проєктно-творча і технологічна), а саме:

- здатність використовувати у практичній діяльності досвід світової та вітчизняної шкіл дизайну й мистецтвознавства, методів та авторських прийомів провідних дизайнерів і художників;
- володіння навичками візуального сприйняття і створення об'єктів комунікаційного дизайну, відтворення двовимірних і тривимірних об'єктів рекламної продукції.

Результати навчання (знання та практичні навички й вміння)

Знання:

- класифікації основних видів комунікаційного дизайну;
- основних методів, прийомів і засобів комунікаційного дизайну;
- закономірностей сприйняття рекламної інформації.

Практичні навички й вміння:

- уміє образно і нестандартно мислити та передавати в ескізах творчий задум;
- використовує у творчій проєктній роботі художньо-виразні засоби і прийоми;
- уміє враховувати асоціативні та оптичні властивості візуальних образів в дизайн-проєктуванні об'єктів рекламної продукції;
- володіє засобами суперграфіки, семантикою кольору у творчій та проєктній дизайнерській діяльності.

Програмні результати навчання

- ✓ Здатність до застосування зудожно-виразних засобів в проектуванні об'єктів рекламної продукції.
- ✓ Готовність до фахової діяльності в галузі графічного дизайну, візуальних комунікацій і дизайну реклами.
- ✓ Здатність до науково-дослідницької діяльності у сфері комунікаційного дизайну.
- ✓ Мисленнєва активність, творчий підхід у вирішенні нестандартних завдань.
- ✓ Прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху.

Навчальна дисципліна «Комунікаційний дизайн» вивчає теорію використання візуальних комунікацій в галузі сучасних рекламних технологій та спрямована на інші навчальні курси, пов'язаних з проектуванням об'єктів графічного дизайну різного призначення.

3. Програма навчальної дисципліни

1-й семестр

Змістовий модуль 1. *Дизайн візуальних комунікацій реклами*

Тема 1. Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії

Лекція 1. (2 год.)

Вступ. З історії розвитку комунікаційного дизайну, взаємозв'язок розвитку науки, технологій та графічного дизайну. Історичні етапи розвитку технічних засобів комунікації: виникнення писемності, винахід друкарства (Й.Гутенбергом 1440 р.), впровадження аналогових електронних носіїв інформації (із середини ХХ ст.), поява цифрових носіїв, глобальної мережі, інформаційних комп'ютерних технологій (кінець ХХ ст. і початок ХХІ ст.).

Теорія зорового сприйняття та психологічні особливості відображення зорових образів засобами образотворчого мистецтва. Зображення як візуальний код і методи його прочитання, стереотипи і художній образ, графіка як мистецтво і візуальний засіб інформації.

Засоби візуальної комунікації та рекламної продукції та їх види: телереклама (анімаційні та графічні відео тощо), друкована поліграфічна реклама (буклети, плакати, листівки тощо), засоби зовнішньої реклами (рекламні щити, вивески на будівлях, транзитна реклама тощо), реклама в Інтернеті (банери, flash-анімація). Візуальна та інформативна ефективність об'єктів комунікаційного дизайну: зрозумілість та актуальність рекламного повідомлення та дизайну для цільової аудиторії, функціональність дизайну реклами, ефективність рекламної інформації та художня виразність дизайну реклами. Суперграфіка, використання кольору та сучасний погляд на візуальні явища в культурі інформаційно-комунікаційних технологій.

Основні поняття теми: *візуальна комунікація, друкована та зовнішня реклама, суперграфіка.*

Література: [1, 2, 3, 6].

Практичні заняття (2 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити презентацію на тему «Основні закони зорового сприйняття та оптичні ілюзії».

Матеріал: підбір ілюстративного матеріалу по темі та презентація (у PowerPoint).

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

- специфіка використання основних законів зорового сприйняття в графічному дизайні та рекламному комунікаційному дизайні;
- аналіз прикладів оптичних ілюзій в рекламному аспекті дизайн-проектів;
- використання графічних прийомів у синтезі з комп'ютерною графікою для створення ефективного комунікаційного повідомлення в рекламній графіці та дизайн-проектах.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Література: [2, 3, 7].

Тема 2. Комунікаційний дизайн соціально-інформаційної реклами

Практичні заняття (10 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити рекламно-інформаційний щит (білборд) соціального спрямування, використовуючи закони зорового сприйняття (оптичні ілюзії).
2. Створити рекламно-інформаційний плакат екологічного спрямування, використовуючи закони зорового сприйняття (оптичні ілюзії).
3. Створити рекламно-інформаційний плакат «Грінченківська декада», використовуючи закони зорового сприйняття, інфографіку.
 - Аналіз існуючого реального білборду. Розробити концепцію, ідею білборду по темі, вибрати слоган соціального повідомлення та графічні засоби передачі інформації.

Матеріал: папір (формат А-3), комп'ютерна графіка, авторська техніка. Роздрукувати роботу на кольоровому принтері.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

- різні види композиційної організації білбордів: монтажна, сюжетна й формальна;
- змістова та художньо виразна складова зображення з використанням оптичних ілюзій;
- вибір найкращого варіанту інформаційно-рекламного плакату по темі з опрацьованого ескізного матеріалу (цікавий задум, дотепний слоган і виразне графічне рішення);
- специфіка графічних прийомів у синтезі з комп'ютерною графікою.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Література: [2, 3, 7].

Тема 3. Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами

Практичні заняття (10 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити рекламний настінний календар «Візуальна метафора».
2. Створити календар-щоденник для дизайнера.
 - Аналіз існуючого реального календаря. Розробити концепцію, ідею календаря по темі, вибрати слоган, трансформація художнього образу в образ рекламний та розробити графічні елементи оригінал-макету обкладинки та одного місяця календаря.

Матеріал: папір (формат А-3), роздрукувати роботу на кольоровому принтері.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

- графічні засоби зображення та художня виразність рекламного календаря;
- значення візуальних прийомів метафори при створенні рекламного образу;
- специфіка підготовчої роботи для створення рекламної друкованої продукції (обкладинки календаря та верстки сторінок).

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

III. Модульний контроль знань.

Література: [3, 5, 7]

Інтернет ресурси: <http://kak.ru/>

[http:// graphic.org.ru/](http://graphic.org.ru/)

2-й семестр

Змістовий модуль 2. Проектування об'єктів комунікаційного дизайну

Тема 4. Концептуальна графіка

Лекція 2. (2 год.)

Концептуальна графіка, специфіка використання в комунікаційному дизайні та методика графічного супроводу дизайн-проектів. *Інфографіка* – це графічне візуальне подання інформації, даних або знань, призначених для швидкого та чіткого відображення комплексної інформації; різновид сучасного візуального дизайну. Графічні засоби інфографіки передають суть інформації в оригінальній художньо-виразній формі, яка добре запам'ятовується. Графічні зображення і візуалізація інформації роблять її більш привабливою та переконливою.

Інфографіка ґрунтується на певних законах побудови інформаційної графіки та зорового сприйняття зображень (знаків, піктограм, фотографій, рисунків тощо). Специфікою успішної інфографіки є поєднання ручної графіки і зрозумілої, точної текстової інформації у синтезі з інноваційними

технологіями. Використовуються прийоми візуальної ідентифікації певної компанії: створення образу (key visual), персонажів, розкадровки і графіки для реклами, сторітеллінг (storytelling) тощо.

Основні поняття теми: концептуальна графіка, інфографіка, сторітеллінг.

Література: [1, 2, 3, 6].

Практичні заняття (4 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити концептуальний графічний власний бренд.
- Виявити специфіку візуальних характеристик власної творчої роботи, створити оригінальний своєрідний образ «візуальної мови» для діалогу між дизайнером і клієнтом.

Матеріал: папір (формат А-4), графічні матеріали і техніки. Роздрукувати роботу на кольоровому принтері.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Література: [1, 3, 4]

Інтернет ресурси: <http://kak.ru/>

Тема 5. Інфографіка як супровід дизайн-проектів

Практичні заняття (6 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити інфографіку реклами власної дизайн-студії.
2. Створити персонаж-символ дизайн-студії.
- Виявити рекламні послуги дизайн-студії, використовуючи інфографіку, та створити персонаж-символ, використовуючи специфіку студії.

Матеріал: папір (формат А-3), графічні матеріали і техніки. Роздрукувати роботу на кольоровому принтері.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Література: [1, 3, 4]

Інтернет ресурси: <http://kak.ru/>

Тема 6. Візуальна ідентифікація та ребрендинг громадських об'єктів

Практичні заняття (4 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити фірмовий знак для громадських об'єктів (Київського іподрому).
- Виявити специфіку візуальних характеристик створеного логотипу (емблеми), використовуючи трансформацію основних структурних елементів і дотримання засад узагальнення, використовуючи концепцію фірмового стилю іподрому.

Матеріал: папір (формат А-4), туш, перо, олівець, графічні матеріали і техніки. Роздрукувати роботу на кольоровому принтері (модульна сітка в комп'ютерній графіці).

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

- знак і символ як основа зображення емблеми;
- значення стереотипів та асоціацій при створенні логотипів;
- аналіз суті змісту та візуальної характеристики об'єктів;
- графічні засоби та прийоми стилізації, трансформації та узагальнення форми об'єктів при збереженні виразності створеного образу;
- значення модульної сітки і графічних засобів комп'ютерної графіки при створенні стилізованого, художньо-виразного і лаконічного графічного рішення емблеми (логотипу).
- специфіка графічних технік та вибір матеріалів.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Література: [1, 3, 4]

Інтернет ресурси: <http://kak.ru/>

Тема 7. Інформаційно-рекламна продукція

Практичні заняття (4 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити рекламну афішу для Київського іподрому.

Матеріал: папір (формат А-3), роздрукувати роботу на кольоровому принтері.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

- графічні засоби зображення та художня виразність афіші;
- специфіка підготовчої роботи для створення рекламної друкованої продукції.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Література: [2, 3, 5]

Інтернет ресурси: <http://kak.ru/>

[http:// graphic.org.ru/](http://graphic.org.ru/)

<http://books-art.ru/>

Тема 8. Суперграфіка в комунікаційному дизайні

Практичні заняття (4 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Розробити суперграфіку як рекламний об'єкт комунікаційного дизайну для Київського іподрому.

- Аналіз існуючого реального стенду (місце для суперграфіки).

Матеріал: папір (формат А-4), роздрукувати роботу на кольоровому принтері.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

- графічні засоби зображення суперграфіки;
специфіка підготовчої роботи для створення суперграфіки (розробити концепцію, ідею суперграфіки, вибрати слоган рекламного повідомлення та графічні засоби передачі інформації).

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

III. Модульний контроль знань.

Література: [1, 2, 3, 6, 7]

Інтернет ресурси: [http:// graphic.org.ru/](http://graphic.org.ru/)

4. Структура навчальної дисципліни

Таблиця 2.

Теми лекцій, практичних занять	Обсяг навчальних занять, год.					
	Л.	Пр.з	С.р.	МК	Сем.к	Усього
<i>1-й семестр</i>						
ЗМ 1. Дизайн візуальних комунікацій реклами	2	22	60	6		90
Тема 1. Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії	2	2	8			12
Тема 2. Комунікаційний дизайн соціально-інформаційної реклами		10	20			30
Тема 3. Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами		10	32			42
Модульний контроль 1				6		6
<i>2-й семестр</i>						
ЗМ 2. Проектування об'єктів комунікаційного дизайну	2	22	30	6	30	90
Тема 4. Концептуальна графіка	2	4	6			12
Тема 5. Інфографіка як супровід дизайн-проектів		6	6			12
Тема 6. Візуальна ідентифікація та ребрендинг громадських об'єктів		4	6			10
Тема 7. Інформаційно-рекламна продукція		4	6			10
Тема 8. Суперграфіка в комунікаційному дизайні		4	6			10
Модульний контроль 2				6		6
Семестровий контроль					30	30
Усього годин за навчальним планом	4	44	90	12	30	180

5. Теми лекційних та практичних занять

Таблиця 3

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	Лекції	4
1.	Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії	2
2.	Концептуальна графіка	2
	Практичні заняття	44
1.	Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії	2
2.	Комунікаційний дизайн соціально-інформаційної реклами	10
3.	Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами	10
4.	Концептуальна графіка	4
5.	Інфографіка як супровід дизайн-проектів	6
6.	Візуальна ідентифікація та ребрендинг громадських об'єктів	4
7.	Інформаційно-рекламна продукція	4
8.	Суперграфіка в комунікаційному дизайні	4

6. Карта самостійної роботи

Таблиця 4

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Бал
	ЗМ 1. Дизайн візуальних комунікацій реклами	60	30
1.	Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії. Опрацювання фахових видань і створення презентації	8	5
2.	Комунікаційний дизайн соціально-інформаційної реклами. - Ескізи та аналіз соціальної реклами; - ескізи плакатів екологічного та інформаційного «Грінченківська декада»	8 12	5 5
3.	Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами. - Ескізи рекламного календаря (обкладинки) - Ескізи сторінки місяця календаря; - Ескізи щоденника-календаря	10 10 12	5 5 5
	ЗМ 2. Проектування об'єктів комунікаційного дизайну	30	30
4.	Концептуальна графіка - Ескізи концептуального графічного власного бренду	6	5
5.	Інфографіка як супровід дизайн-проектів. - Ескізи інфографіки реклами власної дизайн-студії; - Ескізи персонажа-символа дизайн-студії	3 3	5 5
6.	Візуальна ідентифікація та ребрендинг громадських об'єктів. Ескізи розробки логотипа, фірмового знаку	6	5
7.	Інформаційно-рекламна продукція. Ескізи розробки рекламної продукції	6	5
8.	Суперграфіка в комунікаційному дизайні. Ескіз композиції суперграфіки	6	5

7. Методи навчання

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1. За джерелом інформації:
 - *Словесні*: лекція (традиційна, проблемна, лекція-дискусія) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій, пояснення, розповідь, бесіда.
 - *Наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація (відео або презентація у PowerPoint).
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, практичних завдань, вправ тощо.

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

1. Навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни і ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо); демонстрація різних прийомів і засобів візуальної комунікації в рекламній продукції тощо.
2. Основні прийоми викладання:
 - лекції із застосуванням прозірок;
 - складання конспекту з теми модуля за заданим, або самостійно складеним планом;
 - підготовка доповідей з теми модуля;
 - добір додаткового теоретичного та ілюстративного матеріалу;
 - написання реферату з теми модуля та розробка дидактичного матеріалу у вигляді презентації у PowerPoint.

8. Методи контролю

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Комунікаційний дизайн» 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 100-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).

Поточний контроль здійснюється в процесі навчальної діяльності студента за навчальними елементами змістового модулю.

Модульний контроль здійснюється окремо за змістовим модулем. Головне призначення модульного контролю полягає в тому, щоб:

- перевірити і оцінити знання та уміння з урахуванням індивідуальних особливостей та успіхів кожного окремого студента;
- перевірити рівень готовності студентів до підсумкового контролю з дисципліни.

Завдання модульного контролю складаються з теоретичної та практичної частини у формі переглядів. Практична частина передбачає перевірку умінь і навичок роботи студента з графічними засобами та графічними техніками (включаючи комп'ютерну графіку).

У комплексі модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу.

Систему рейтингових балів для різних видів контролю представлено у табл.5. та порядок переведення рейтингових показників успішності (табл.6-7).

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного контролю

Таблиця 5

№ п/п	Вид діяльності	Максимальна кількість балів	Одиниць	Усього
<i>Змістовий модуль 1</i>				
1.	Відвідування лекцій	1	1	1
2.	Відвідування практичних занять	1	11	11
3.	Практичні заняття	10	6	60
4.	Самостійна робота	5	6	30
5.	Модульна контрольна робота	25	1	25
Усього				127
<i>Змістовий модуль 2</i>				
1.	Відвідування лекцій	1	1	1
2.	Відвідування практичних занять	1	11	11
3.	Практичні заняття	10	6	60
4.	Самостійна робота	5	6	30
5.	Модульна контрольна робота	25	1	25
Усього				127
<i>Підсумковий рейтинговий бал (коефіцієнт успішності) 254 : 60 = 4,23</i>				

Підсумковий контроль здійснюється після проходження модулю залікового кредиту. Підсумкове модульне оцінювання визначається як сума балів, отриманих студентом при вивченні навчального матеріалу тем змістового модулю, та балів, отриманих за результатами модульного контролю та підсумкового контролю (екзамену). Ця сума балів становить рейтинг студента з навчальної дисципліни. Протягом семестру правила підрахунку балів не

змінюються. Важливість цих балів для студента зумовлюється тим, що одержанні за модулі бали зараховуються студенту при виведенні підсумкової оцінки за весь курс. Це повинно спонукати студента до систематичної роботи і стимулювати його бажання підвищити свій рейтинг.

Підсумкова оцінка контролю поточної успішності студента складається з трьох складових:

- 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;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

Сума рейтингових оцінок (балів), отриманих студентом в межах залікового кредиту, підсумкового модульного контролю та екзамену, порівнюється з даними порівняльної таблиці оцінок і робиться відповідний висновок. Наприклад, студент отримав $200 : 4,23 = 43,6$ балів за поточну роботу і + 40 балів за екзамен = 87, 2, у підсумку оцінка «добре».

Порядок переведення рейтингових показників успішності

Таблиця 6

Рейтингова 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	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань (умінь) з можливістю перескладання за умов належного самостійного доопрацювання.
F	1-34	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу – достатньо низький рівень знань, що вимагає повторного проходження курсу.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, залік.
- **Методи візуального контролю:** перегляд практичних, самостійних та творчих робіт, презентацій (у PowerPoint).
- **Методи письмового контролю:** підсумкове тестування, реферат, есе.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання.

9. Розподіл балів, які отримують студенти

Таблиця 7

Поточне тестування та самостійна робота										Підсумковий рейтинговий бал	Екзамен
<i>1-й семестр</i> Змістовий модуль 1 <i>Дизайн візуальних комунікацій реклами</i>				<i>2-й семестр</i> Змістовий модуль 2 <i>Проектування об'єктів комунікаційного дизайну</i>						127+127 = 254 254 : 60 = 4,23	40
T1	T2	T3	МК	T4	T5	T6	T7	T8	МК		
17	45	40	25	18	33	17	17	17	25		

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання представлено у табл. 7. та здійснюється відповідно до навчально-методичної карти дисципліни «Комунікаційний дизайн» (табл. 8, с. 19), де зазначено види й терміни контролю розподіл балів, що присвоюються студентам упродовж вивчення дисципліни.

10. Методичне забезпечення

Викладання навчальної дисципліни «Комунікаційний дизайн» забезпечується сучасними технічними засобами навчання, які побудовані на інформаційно-комунікаційних технологіях (мультимедійний комп'ютер, мультимедійний проектор, інтерактивна дошка SMART Board, авторські засоби мультимедіа):

1. опорні конспекти лекцій, презентації (у PowerPoint);
2. навчальні посібники, підручники тощо;

3. робоча навчальна програма;
4. збірка тестових і контрольних завдань для тематичного (модульного) оцінювання навчальних досягнень студентів;
5. дидактичний матеріал (комплект практичних завдань, виконаних студентами попередніх курсів різними техніками) та презентації (у PowerPoint) практичних завдань і вправ.

11. Рекомендована література

Основна:

1. Лесняк В.И. Графический дизайн (основы профессии). – К.: Биос Дизайн Бук, 2009, – 416 с.

На кафедрі дизайну є 2 примірники посібника. Книга у вільному доступі Інтернету: <http://artageless.com/graphic-design-basic-training-vladimir-lesnyak-769>

2. Поліщук А.А. Теорія та практика графіки. : навч. пос. / Поліщук А.А. – К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. – 212 с.

На кафедрі дизайну є 5 примірників посібника, який зареєстрований на Інституційному репозиторії Київського університету імені Бориса Грінченка: <http://elibrary.kubg.edu.ua/cgi/oai2>

3. Серов С.И. Графика современного знака. – М. : Линия График, 2005. – 408 с.

Книга у вільному доступі Інтернету: [www/nauka/x-pdf.ru](http://www.nauka/x-pdf.ru)

Додаткова:

4. Глазычев В. Дизайн как он есть. — 2-е изд., доп. — М.: Издательство «Европа», 2006. — 320 с.
5. Лесняк В. Акцидентный шрифт. – Харьков.: Колорит, 2004.
6. Николаева Ж. В. Основы теории коммуникации: Учебно-методическое пособие для студентов. — Улан-Удэ: Издательство ВСГУТУ, 2004. — 274 с.
7. Претте М.К. Как понимать искусство: Живопись. Скульптура. Архитектура. История, эпохи и стили / Мария Карла Претте, Альфонсо Де Джорджис: Пер. с итал. – М.: ЗАО "Интербук-бизнес", 2002. – 432 с.: ил.

12. Інформаційні ресурси

Використання студентами Web-ресурсів:

- для підготовки ілюстративного матеріалу та презентацій для практичних завдань;
- інформація про комунікаційний дизайн та використання нових досягнень у дизайні;
- фотографії зразків творів мистецтва та дизайну;
- інформаційно-методична підтримка студентів;

- сучасні дизайн-проекти різних видів та напрямів;
- історія графіки та світові школи дизайну, персоналії

Корисні Інтернет-сайти:

1. <http://kak.ru/>
2. <http://books-art.ru/>
3. <http://www.designstory.ru/designers/>

Навчально-методична карта дисципліни «Комунікаційний дизайн»

Разом: 180 год., лекції – 4 год., практичні заняття – 44 год., самостійна робота – 90 год.,
модульний контроль – 12 год., семестровий контроль – 30 год., підсумковий контроль – екзамен.

Таблиця 8

Модулі	Змістовий модуль 1												Змістовий модуль 2													
Назва модуля	<i>Дизайн візуальних комунікацій реклами</i>												<i>Проектування об'єктів комунікаційного дизайну</i>													
Кількість балів	127												127													
Лек., лаб/прак.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
Дати																										
Теми лекцій	Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії 1 б.												Концептуальна графіка 1 б.													
Теми практичних занять	Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії Створення презентації 10 + 1 б.		Комунікаційний дизайн соціально-інформаційної реклами - Соціальний плакат 10 б. - Екологічний плакат 10 б. - Інформаційний плакат. (Грінченківська декада) 10 б. + 5 б.				Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами - Рекламно-календар (обкладинка, сторінки календаря) 10 б. - Календар-щоден. 10 б. + 5 б.							Створити концептуальний графічний власний бренд 10 + 2 б.		Інфографіка як супровід дизайн-проектів - Інфографіки реклами влас.дизайн-студії 10 б. Персонажсимвол дизайн-студії 10 б. + 5 б.			Візуальна ідентифікація та ребрендинг громадських об'єктів 10 + 2 б.			Інформаційно-рекламна продукція 10 + 2 б.		Суперграфіка в комунікаційному дизайні 10 + 2 б.		
Сам.робота		5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.		5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.		
Види поточ.контролю	Модульна контрольна робота 1 25 балів												Модульна контрольна робота 2 25 балів													
Екзамен	254 : 60 = 4,23 (коефіцієнт успішності) 254 : 4,23 + 40 = 100																									

