

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор
науково-методичної та
навчальної роботи
О.Б. Жильцов
05 02 2019 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА

для студентів спеціальність 022 «Дизайн»

освітнього рівня першого (бакалаврського)
освітньої програми 022.00.01 «Графічний дизайн»
спеціалізація «Дизайн реклами»

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 18.98/19
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 20 19 р.

Київ – 2019

Розробник:

Русаков І.О., кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну Інститут мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка.

Викладач:

Русаков І.О., кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну Інститут 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 «12» вересня 2018 р.

Завідувач кафедри
дизайну _____ Н.І.Кравченко

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми
022.00.01 «Дизайн»
« 14 » _____ 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__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), « __ » __ 20__ р., протокол № __

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

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

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

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

| Найменування показників | Характеристики дисципліни за формами навчання | |
|---|---|--------------|
| | денна | |
| Вид дисципліни | <i>вибіркова</i> | |
| Мова викладання, навчання та оцінювання | <i>українська</i> | |
| Загальний обсяг кредитів/годин | 5/150 | |
| Курс | 2 | |
| Семестр | 3 | 4 |
| Кількість змістових модулів з розподілом: | 2 | 3 |
| Обсяг кредитів | 2 | 3 |
| Обсяг годин, в тому числі: | 60 | 90 |
| <i>Аудиторні</i> | <i>38</i> | <i>36</i> |
| <i>Модульний контроль</i> | <i>4</i> | <i>6</i> |
| <i>Семестровий контроль</i> | <i>-</i> | <i>15</i> |
| <i>Самостійна робота</i> | <i>18</i> | <i>33</i> |
| Форма семестрового контролю | <i>Залік</i> | <i>Залік</i> |

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання дисципліни «Зовнішня реклама» (ЗР) є оволодіння практичними навичками створення рекламно-інформаційної продукції для розташування на рекламоносіях 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.

Завданням 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, |

| | |
|------|--|
| | <p>уміння діяти із соціальною відповідальністю та громадською свідомістю, здатність цінувати і поважати національну своєрідність та мультикультурність.</p> |
| ЗК 3 | <p>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.</p> |
| 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; здатність застосовувати знання на практиці.</p> |

Фахові компетентності:

| | |
|------|--|
| 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,</p> |
|------|--|

| | |
|------|--|
| | здатність володіти фаховою термінологією, теорією і методикою дизайну. |
| 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, багатфункціональних об'єктів дизайну,</p> <p>здатність володіти засобами та прийомами формоутворення, макетування і моделювання 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> <p>здатність володіти знаннями й уміннями, спрямованими на досягнення успіху в професійній кар'єрі; вміти розробляти візуальні презентації, портфоліо власних творів.</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, архітектурно-містобудівельного, 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.

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 художньо-образну 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. |
| ПРН 12 | Прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху. Спрямованість на розкриття особистісного творчого потенціалу та самореалізацію. Здатність до самоосвіти, самоорганізації, самовдосконалення. |

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

3 семестр

| № з/п | Назва теми | Кількість годин | | | | |
|--|--|-----------------|--------------|-------------------|---|---|
| | | Денна форма | | | | |
| | | усього | У тому числі | | | |
| лекції | лабораторні | | МКР | Самостійна робота | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| МОДУЛЬ 1. Розташування та конструкції ЗР в громадських середовищах | | | | | | |
| Змістовий модуль 1. Особливості громадських просторів розміщення ЗР | | | | | | |
| 1 | Тема 1. Лекція 1. Конструкції ЗР та громадські простори розміщення ЗР. | 4 | 2 | 2 | | |
| 2 | Тема 2. Аналіз особливостей місця розташування та сценаріїв ЗР. | 2 | | 2 | | |
| 3 | Тема 3. Визначення дизайн-коду місця розташування ЗР. | 4 | | 2 | | 2 |
| 4 | МКР | 2 | | | 2 | |
| МОДУЛЬ 2. Розробка рекламних матеріалів ЗР | | | | | | |
| Змістовий модуль 2. Розробка | | | | | | |
| 5 | Тема 4. Аналіз бренду та розробка сюжету ЗР відповідно концепції. | 2 | | 2 | | |
| 6 | Тема 5. Розробка рекламних матеріалів ЗР з урахуванням комплексу факторів. | 4 | | 2 | | 2 |
| 7 | Тема 6. Виконання робочого макету та рекламних зображень ЗР. | 4 | | 2 | | 2 |

| Змістовий модуль 3. Вибір конструкції рекламоносія | | | | | | |
|--|--|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| 8 | Тема 7. Вибір варіантів конструкцій ЗР. | 2 | | 2 | | |
| 9 | Тема 8. Визначення медіахарактеристик конструкції ЗР. | 2 | | 2 | | |
| 10 | Тема 9. Розробка моделі та наочних зображень ЗР. | 4 | | 2 | | 2 |
| Змістовий модуль 4. Етапи розробки ЗР та склад комплексу документації | | | | | | |
| 11 | Тема 10. Стадії проектування ЗР | 2 | | 2 | | |
| 12 | Тема 11. Розробка ескізного проекту ЗР | 4 | | 2 | | 2 |
| 13 | Тема 12. Перспективні та аксонометричні наочні зображення ЗР | 4 | | 2 | | 2 |
| Змістовий модуль 5. Розробка та оформлення комплексу документації ЗР | | | | | | |
| 14 | Тема 13. Розробка обґрунтувань та текстових документів ЗР | 6 | | 4 | | 2 |
| 15 | Тема 14. Розробка основного комплексу ескізної документації | 6 | | 4 | | 2 |
| 16 | Тема 15. Виконання наочних зображень та оформлення комплексу документації ЗР | 6 | | 4 | | 2 |
| 17 | МКР | 2 | | | 2 | |
| 18 | Усього за 3 семестр | 60 | 2 | 36 | 4 | 18 |

4 семестр

| № | Назва теми | Кількість годин | | | | |
|--|--|-----------------|--------------|-------------------|---|---|
| | | Денна форма | | | | |
| | | усього | У тому числі | | | |
| лекції | лабораторні | | МКР | самостійна робота | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| МОДУЛЬ 3. ЗР в архітектурному середовищі | | | | | | |
| Змістовий модуль 6. Розробка ЗР в архітектурному середовищі | | | | | | |
| 1 | Тема 16. Лекція 1. ЗР як елемент архітектурного міського середовища. | 2 | 2 | | | |
| 2 | Тема 17. Аналіз варіантів архітектурних середовищ для розміщення ЗР. | 4 | | 2 | | 2 |
| 3 | Тема 18. Розробка ЗР для об'єкту архітектури. | 7 | | 4 | | 3 |
| 4 | МКР | 2 | | | 2 | |
| МОДУЛЬ 4. Спеціальні види ЗР | | | | | | |
| Змістовий модуль 7. Розробка рекламно-інформаційного оформлення вхідної групи | | | | | | |
| 5 | Тема 19. Аналіз вхідної групи та вибір конструкції ЗР | 4 | | 2 | | 2 |
| 6 | Тема 20. Розробка оригінал макету ЗР вхідної групи | 4 | | 2 | | 2 |
| 7 | Тема 21. Розробка основного комплексу на ЗР вхідної групи | 8 | | 4 | | 4 |
| Змістовий модуль 8. ЗР на транспорті | | | | | | |
| 8 | Тема 22. Аналіз особливостей ЗР на транспорті | 4 | | 2 | | 2 |
| 9 | Тема 23. Розробка оригінал макету ЗР на транспорті | 4 | | 2 | | 2 |
| 10 | Тема 24. Розробка основного комплексу документації ЗР на транспорті | 4 | | 2 | | 2 |

| Змістовий модуль 9. Нестандартна ЗР | | | | | | |
|---|--|------------|----------|-----------|-----------|-----------|
| 11 | Тема 25. Аналіз особливостей нестандартної ЗР | 4 | | 2 | | 2 |
| 12 | Тема 26. Розробка оригінал макету нестандартної ЗР | 4 | | 2 | | 2 |
| 13 | Тема 27. Розробка основного комплекту документації нестандартної ЗР | 4 | | 2 | | 2 |
| Змістовий модуль 10. Зовнішня 3D реклама | | | | | | |
| 14 | Тема 28. Аналіз особливостей зовнішньої 3D реклами | 4 | | 2 | | 2 |
| 15 | Тема 29. Розробка оригінал макету 3D реклами | 4 | | 2 | | 2 |
| 16 | Тема 30. Розробка основного комплекту документації зовнішньої 3D реклами | 8 | | 4 | | 4 |
| 17 | МКР | 4 | | | 4 | |
| 18 | Семестровий контроль | 15 | | | | |
| 19 | Усього за 4 семестр | 90 | 2 | 34 | 6 | 33 |
| 20 | Усього | 150 | 4 | 70 | 10 | 51 |

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ 1. Визначення ефективного місця розташування та конструкції ЗР в громадських середовищах

Змістовий модуль 1. Особливості громадських просторів розміщення ЗР. Вулиці, площі, транспортні, пішохідні шляхи, виробничі та рекреаційні середовища. Типи ЗР

Тема 1. Лекція 1. Суспільне значення ЗР. Історія, особливості, технології, обладнання для ідентифікації та просування бренду з використанням ЗР. Рекламна компанія з використанням ЗР. Основні типи ЗР громадських середовищ та просторів і їх особливості. Основні види сучасних рекламних технологій, конструкцій та обладнання ЗР. Візуальні, композиційні, ергономічні, колористичні, стилістичні, функціональні, психологічні, маркетингові, технічні, технологічні, історичні, соціологічні, медійні, містобудівні, архітектурні, навігаційні та ін. вимоги до розміщення ЗР, міської навігації та інформації в громадських просторах як ключового елементу бренду міста. Дизайн код міста. Концепція, сценарій, брендбук, технічне завдання ЗР. Реклама в міському середовищі. Нормативні документи. Закон України про рекламу.

Тема 2. Вибір місць розташування ЗР на транспортних магістралях, площах та пішохідних шляхах, рекреаційній, спортивній, виробничій, торгівельній, транспортній громадській інфраструктурі Києва. Підготовка скріншотів з інтернет-сервісів карт Google Maps, Bing Maps, сервіс GISFile, Візіком або ін. з наявністю позначення лінійного масштабу. Фотофіксації вибраних місць розташування ЗР з різних напрямів виконуються з інтернет-сервісів або фотографуються на місці студентом самостійно.

Лабораторна робота 1. Виконання графічного аналізу візуальних, композиційних, планувальних, ергономічних, функціональних, психологічних, історичних, геометричних, нормативних, транспортно-пішохідних особливостей 3-х різних місць розміщення ЗР на роздрукованих планах або картах. Висновки. Вибір варіанту з кращими медіапоказниками. Формат А3, А4.

Тема 3. Виявлення історичних, соціологічних, психологічних, нормативних, містобудівних, архітектурних, композиційних, стилістичних та ін. особливостей місць розташування ЗР. Визначення **дизайн-коду** місця. Червоні, блакитні, зелені, жовті лінії та інші обмеження розміщення ЗР в міському плануванні. Зонування територій та населених пунктів для розміщення ЗР.

Лабораторна робота 2. Аналіз фотофіксації середовища розміщення ЗР. Особливості, переваги, недоліки варіантів розміщення ЗР. Визначення основних особливостей дизайн-коду вибраних місць розташування ЗР. Висновки і рекомендації з розміщення ЗР, типів рекламного обладнання та технологій. Формат А3, А4.

МОДУЛЬ 2. Розробка рекламних матеріалів для ЗР.

Змістовий модуль 2. Підготовка брифу та технічного завдання з розробки ЗР. Вибір маловідомого бренду з елементами малого фірмового стилю. Можливо використання авторських розробок студента виконаних раніше в межах учбового процесу.

Тема 4. Лабораторна робота 3. Визначення сценарію послідовності сприйняття ЗР відповідно концепції, особливостям місцевості розташування та траєкторій руху цільової аудиторії. Визначення оптимального розміру та конфігурації ЗР відповідно особливостей сприйняття людиною перспективного зображення, візуальних особливостей місця розміщення, зорових напрямів та перешкод. Аналіз особливостей сприймання ліній, плям, світла, нюансу, контрасту та ін. в ЗР. Розробка пошукових ескізів та передпроектних пропозицій ефективної ЗР. Формат А4 – 3 шт.

Тема 5. Лабораторна робота 4. Сюжетна композиція основного зображення та доповнюючої графічної інформації ЗР. Вибір на основі використання елементів малого фірмового стилю бренду: фірмовий колір, шрифт, логотип, графічний знак. Розмір, колір, контраст, нюанс, пропорції елементів зображення ЗР. Використання художніх образів, асоціативних символів для ідентифікації бренду. Розробка пошукових ескізів та передпроектних пропозицій. Формат А4 – 3 шт.

Тема 6. Лабораторна робота 5. Колір, зображення, шрифт, стиль, мода в ЗР. Співвідношення та взаємозв'язок елементів композиції ЗР. Семантика та семіотика елементів композиції ЗР. Створення композиції зображення ЗР на основі використання елементів малого фірмового стилю. Аналіз особливостей та умов сприймання розробленого зображення в різні пори року та часи доби. Організація ефективного підсвітлення ЗР в нічні часи. Виконати оригінал-макет композиції рекламного зображення з використанням програм Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Arhcad. Формат А4 - 3 шт.

Змістовий модуль 3. Вибір типу рекламної конструкції відповідно містобудівельних особливостей, місць розташування, зонування, дизайн-коду, концепції, сценаріїв та композиції зображення ЗР.

Тема 7. Класифікація рекламних конструкцій ЗР. Медійні характеристики ЗР. Стаціонарні та тимчасові рекламоносії. Місця та способи

використання рекламного обладнання. Технології використання ЗР. Практичні рекомендації при розробці та експлуатації ЗР. Приклади невдалої ЗР. Клатер ЗР.

Лабораторна робота 6. Вибір 3х типів рекламних конструкцій відповідно місця розташування концепції та сценаріїв ЗР. Формат А4 – 3 шт.

Тема 8. Загальне рішення рекламної конструкції.

Лабораторна робота 7. Визначення кращих рішень конструкції ЗР відповідно комплексу факторів. Пошук та вибір аналогів та прикладів використання подібних конструкцій ЗР зі світового досвіду. Визначення основних медіапоказників та параметрів конструкції. Аналіз особливостей та умов експлуатації вибраної конструкції в різні пори року та часи доби. Формат А3– 1 шт.

Тема 9. Наочні зображення конструкції ЗР. Створення моделі конструкції ЗР з використанням програм Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Arhcad.

Лабораторна робота 8. Підготовка наглядних зображень загального рішення та моделі конструкції ЗР з визначенням реальних розмірів і розміщенням розробленого графічного рекламного зображення в різних проекціях та ракурсах відповідно концепції та сценаріям як завдання для проєктантів-суміжників. Формат А3 – 1 шт.

Змістовий модуль 4. Послідовність виконання, стадійність та склад комплектів документації з розробки ЗР.

Правила оформлення графічної та текстової документації

Тема 10. Підготовчий етап. Суб'єкти ЗР. Передпроектні пропозиції. Обґрунтування, обміри, вкопювання, схеми, план комунікацій.

Лабораторна робота 9. Оформити бриф та технічне завдання на ЗР. Визначення медіапоказників для місця розташування ЗР. Підготувати 3-5 варіантів передпроектних пропозицій з ЗР в різних техніках. Скетч, технічний малюнок, ескіз, фотомонтаж, креслення містобудівельні, будівельні та виробничі. Формат А3, А4.

Тема 11. Загальне уявлення про систему конструкторської документації (СКД). Комплект документації стадії «Ескізний проект».
Лабораторна робота 10. Планувальні схеми, плани територій, викопіювання генплану, схеми мереж, конструкції, комунікації, прив'язки до генплану та ін. Ескізний пошук ефективного місця розташування ЗР та типу рекламоносія.

Тема 12. Наочні зображення місця розміщення ЗР.

Лабораторна робота 11. Фронтальні, горизонтальні проєкції та фасадні рішення ЗР. Перспективні зображення та аксонометрії конструкції рекламоносія, фрагментів території з розташуванням рекламоносіїв, розгортки забудови вулиць та площ з урахуванням концепції, сценаріїв та технічних особливостей планування території розміщення ЗР. Експлікації та специфікації. Формат А3, А4 – 7-10 шт.

Змістовний модуль 5. Оформлення основного комплексу документації на ЗР в громадському середовищі

Тема 13. Виконання та оформлення вихідних документів та креслень що обґрунтовують основні рішення ЗР відповідно загальній концепції: бриф, ТЗ, дизайн-код, пояснення, юридичні документи, викопіювання та ін.

Лабораторна робота 12. Оформлення основної документації стосовно підготовки та обґрунтування в тому числі рекламних матеріалів з використанням елементів малого фірмового стилю в складі: графічного знаку, логотипу, фірмових кольорів та шрифту. Формат А3 – 3 шт.

Тема 14. Основна графічна документація.

Лабораторна робота 13. Виконання загальної планувальної та технічної документації стосовно місця розміщення ЗР, рекламоносія ЗР, графічного зображення ЗР. Формат А3 – 3 шт.

Тема 15. Оформлення комплексної роботи.

Лабораторна робота 14. Оформлення окремих завдань та робіт з виконання текстових документів, таблиць, схем, малюнків, рекламних та наочних зображень, креслень у комплексний проєкт ЗР.

МОДУЛЬ 3. Розробка ЗР в архітектурному середовищі.

Змістовий модуль 6. Типи та особливості архітектурних об'єктів що пов'язані з розміщенням ЗР та громадської інформації. Типи конструкцій та технологій ЗР для різних архітектурних споруд та середовищ.

Тема 16. Лекція 2. ЗР, засоби громадської інформації, міська навігація як важливий елемент сучасного архітектурного середовища. Основні типи ЗР що розміщуються на архітектурних об'єктах і спорудах та їх особливості. Основні види сучасних рекламних технологій, конструкцій та обладнання ЗР для використання в архітектурному міському середовищі. Комплекс вимог до розміщення ЗР, міської навігації та інформації в архітектурних середовищах різних типів як ключового елементу комфорту мешканців та гостей і туристичної привабливості міста. Дизайн-код міста в архітектурних середовищах різних типів. Нормативні документи та постанови стосовно розміщення ЗР в архітектурному середовищі міста .

Тема 17. Вибір 3-х варіантів для розміщення ЗР та типу рекламної конструкції з урахуванням особливостей місця розташування, зонування, дизайн-коду, концепції, сценаріїв та композиції зображення ЗР на архітектурних об'єктах, будівлях, спорудах та прилеглих територіях різного призначення Києва. Визначення комплексу вимог до місця розташування ЗР. Визначення **дизайн-коду** вибраного архітектурного середовища. Підготовка скріншотів планувань місця розташування з інтернет-сервісів карт Google Maps, Bing Maps, сервіс GISFile, Візіком або ін. з наявністю позначення лінійного масштабу. Фотофіксації вибраних місць розташування ЗР з різних напрямів виконуються з інтернет-сервісів або фотографуються на місці студентом самостійно.

Лабораторна робота 15. Графічний аналіз фотофіксації візуальних, композиційних, планувальних, ергономічних, функціональних, геометричних, транспортно-пішохідних особливостей 3-х різних місць розміщення ЗР в архітектурному середовищі на роздрукованих планах або картах. Особливості, переваги, недоліки варіантів розміщення ЗР. Визначення сценарію послідовності

сприйняття ЗР відповідно концепції, особливостям місця розташування та руху цільової аудиторії. Визначення оптимального розміру та конфігурації ЗР відповідно особливостей сприйняття людиною перспективного зображення, візуальних особливостей місця розміщення, зорових напрямів та перешкод, медіапоказників. Вибір варіанту з кращими показниками. Пошук та вибір аналогів використання подібних конструкцій ЗР. Визначення основних медіапоказників ЗР. Аналіз особливостей та умов сприймання розробленого зображення в різні пори року та часи доби. Організація ефективного підсвітлення ЗР в темні часи доби. Виконання наочних зображень ЗР на фасадах будівель та в архітектурному середовищі. Фронтальні, горизонтальні проєкції та фасадні рішення ЗР. Перспективні зображення або аксонометрії конструкції рекламоносія, фасадів будівель та прилеглої території з розташуванням рекламоносіїв, розгортки фасадів з урахуванням концепції, сценаріїв, візуальних та технічних особливостей планування прилеглої до об'єкту розміщення ЗР території. Експлікації та специфікації. Формат А3, А4 – 7-10 шт.

Тема 18. Підготовка бріфу та технічного завдання з розробки ЗР на фасаді будівлі. Вибір маловідомого бренду з елементами малого фірмового стилю. Можливо використання авторських розробок студента виконаних раніше в межах учбового процесу що відрізняється від використаного в попередньому семестрі.

Лабораторна робота 16. Розробка пошукових ескізів та передпроектних пропозицій ЗР в архітектурному середовищі. Сюжет, композиція основного зображення та доповнюючої графічної інформації ЗР. Створення композиції зображення ЗР на основі використання елементів малого фірмового стилю. Використання художніх образів, асоціативних символів для ефективної ідентифікації бренду. Розробка пошукових ескізів та передпроектних пропозицій. Виконати оригінал-макет композиції рекламного зображення з використанням програм Adob Illustrator, Adob Photoshop. Виконання та оформлення вихідних документів та креслень що обґрунтовують основні

рішення ЗР відповідно загальній концепції (бріф, ТЗ, дизайн-код, вихідні документи, вкопіювання та ін.).

Лабораторна робота 17. Оформлення основного комплексу документації ЗР в архітектурному середовищі стосовно підготовки та обґрунтування рішень, в тому числі рекламних матеріалів на основі елементів малого фірмового стилю. Виконання загальної документації стосовно місця розміщення, рекламоносія та рекламних матеріалів ЗР. Оформлення окремих завдань з виконання текстових документів, таблиць, схем, малюнків, рекламних та наочних зображень, креслень у комплексний проект ЗР в архітектурному середовищі. Формат А4 - 4 шт.

МОДУЛЬ 4. Спеціальні види та технології ЗР в громадському середовищі

Змістовий модуль 7. Розробка фірмового рекламно-інформаційного оформлення вхідної групи будівлі.

Тема 19. Рекламно-інформаційне оформлення вхідних груп існуючих будівель громадського призначення та вибір типу рекламної конструкції відповідно архітектурних особливостей місця розташування, зонування, дизайн-коду, концепції, сценаріїв та композиції. Основні архітектурно-планувальні, функціональні, естетичні, візуальні та ін. вимоги до вхідних груп адміністративно-офісних та громадських будівель. Визначення **дизайн-коду** вибраного архітектурного середовища. Підготовка скріншотів планувань місця розташування ЗР з інтернет-сервісів карт Google Maps, Bing Maps, сервіс GISFile, Візіком або ін. з наявністю позначення лінійного масштабу. Фотофіксації вибраних місць розташування ЗР з різних напрямів виконуються з інтернет-сервісів або фотографуються на місці студентом самостійно.

Лабораторна робота 18. Графічний аналіз фотофіксацій візуальних, композиційних, планувальних, ергономічних, функціональних, геометричних, транспортно-пішохідних особливостей місця розміщення ЗР вхідної групи в архітектурному середовищі на роздрукованих планах або картах. Аналіз особливостей, переваг, недоліків архітектурно-планувальної ситуації

розміщення ЗР. Визначення сценарію послідовності сприйняття рекламно-інформаційного оформлення вхідної групи відповідно концепції, особливостям місця розташування та руху цільової аудиторії. Визначення оптимального розміру та конфігурації елементів ЗР вхідної групи відповідно особливостей сприйняття людиною перспективного зображення, візуальних особливостей місця розміщення, зорових напрямів та перешкод, медіапоказників. Пошук та вибір аналогів використання подібних рішень ЗР з оформлення вхідної групи будівлі громадського призначення. Аналіз особливостей та умов експлуатації вибраного технічного рішення ЗР в різні пори року та часи доби. Виконання наочних зображень загального рішення з оформлення вхідної групи. Фронтальні, горизонтальні проєкції та фасадні рішення ЗР. Перспективні зображення або аксонометрії конструкції рекламоносія, фасадів будівель та прилеглої території з розміщенням рекламоносіїв, розгортки фасадів з урахуванням концепції, сценаріїв, візуальних та технічних особливостей планування прилеглої до об'єкту розміщення ЗР території. Експлікації та специфікації. Формат А3, А4 – 7-10 шт.

Тема 20. Підготовка бріфу та технічного завдання з розробки рекламно-інформаційного оформлення вхідної групи адміністративно-офісної та громадської будівлі. Вибір маловідомого бренду з елементами малого фірмового стилю. Можливо використання авторських розробок студента виконаних раніше в межах учбового процесу що відрізняється від використаного в попередньому семестрі.

Лабораторна робота 19. Розробка пошукових ескізів та передпроектних пропозицій рекламно-інформаційного оформлення вхідної групи з урахуванням архітектурно-планувальної ситуації, особливостей бренду, типу конструкції та ін. Розробка сюжету, композиції основного зображення та доповнюючої графічної інформації ЗР. Створення графічної композиції оформлення вхідної групи на основі використання елементів малого фірмового стилю: фірмовий колір, шрифт, логотип, графічний знак та ін. Використання художніх образів, асоціативних символів для ефективною ідентифікації бренду. Розробка

пошукових ескізів та передпроектних пропозицій. Аналіз особливостей та умов сприймання розробленого зображення в різні пори року та часи доби. Організація ефективного підсвітлення в темні часи доби. Виконати оригінал-макет композиції рекламного зображення з використанням програм Adobe Illustrator, Adobe Photoshop. Виконання та оформлення вихідних документів та креслень що обґрунтовують основні рішення ЗР відповідно загальній концепції (бриф, ТЗ, дизайн-код, пояснення, вихідні документи, вкопіювання та ін.).

Лабораторна робота 20. Оформлення основного комплексу документації рекламного-інформаційного оформлення вхідної групи адміністративно-офісної або громадської будівлі який стосується підготовки та обґрунтування рішення, в тому числі рекламних матеріалів на основі елементів малого фірмового стилю. Виконання загальної документації стосовно місця розміщення, конструкції рекламоносія і рекламних матеріалів ЗР. Оформлення окремих завдань з виконання текстових документів, таблиць, схем, малюнків, рекламних та наочних зображень, креслень у комплексний проект рекламного-інформаційного оформлення вхідної групи адміністративно-офісної або громадської будівлі. Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Arhcad. Формат А4 - 4 шт.

Змістовий модуль 8. Розробка ЗР в транспортному середовищі.

Тема 21. ЗР, інформаційне оформлення, навігація на об'єктах транспорту, рухомому складі, інфраструктурі та вибір типу рекламної конструкції і відповідно архітектурно-планувальних, функціональних та технічних особливостей місця розташування, дизайн-коду, ТЗ, концепції та ін. Типи транспортних середовищ, об'єктів інфраструктури та рухомого складу. Вимоги безпеки та правил руху до розміщення ЗР в транспортній інфраструктурі. Основні архітектурно-планувальні, функціональні, естетичні, візуальні та ін. вимоги до розміщення ЗР в транспортному середовищі. Визначення **дизайн-коду** вибраного транспортного середовища та рухомого складу. Підготовка скріншотів планувань місця розташування з інтернет-сервісів карт Google Maps, Bing Maps, сервіс GISFile, Візіком або ін. з наявністю позначення лінійного масштабу. Фотофіксації вибраних місць розташування ЗР

та рухомого складу з різних напрямів виконуються з інтернет-сервісів або фотографуються на місці студентом самостійно.

Лабораторна робота 21. Графічний аналіз фотофіксації візуальних, композиційних, планувальних, ергономічних, функціональних, геометричних, транспортно-пішохідних особливостей місця розміщення ЗР в транспортній інфраструктурі та рухомому складі на роздрукованих планах або картах. Аналіз особливостей, переваг, недоліків вибраного варіанта та ситуації розміщення ЗР. Визначення сценарію послідовності сприйняття рекламно-інформаційного оформлення об'єкту транспорту та рухомому складі відповідно концепції, особливостям місця розташування та руху або розташуванню цільової аудиторії. Визначення оптимального розміру та конфігурації елементів зображення ЗР на об'єктах транспорту відповідно особливостей сприйняття людиною перспективного зображення, візуальних особливостей місця розміщення, зорових напрямів та перешкод, медіапоказників. Пошук та вибір аналогів використання подібних рішень ЗР з оформлення транспортної інфраструктури та рухомого складу. Аналіз особливостей та умов сприймання розробленого зображення в різні пори року та часи доби. Організація ефективного підсвітлення в темні часи доби. Виконання наочних зображень загального рішення з оформлення ЗР на транспорті. Фронтальні, горизонтальні проекції розміщення ЗР на об'єктах транспорту. Перспективні зображення або аксонометрії зовнішнього вигляду рекламоносія, фасадів будівель та прилеглої території з розташуванням рекламоносіїв, розгортки фасадів, стін з урахуванням концепції, сценаріїв, візуальних та технічних особливостей об'єкту розміщення ЗР на транспорті. Експлікації та специфікації. Формат А3, А4 – 7-10 шт.

Тема 22. Підготовка бріфу та технічного завдання з розробки рекламно-інформаційного оформлення та ЗР на транспорті. Вибір маловідомого бренду з елементами малого фірмового стилю. Можливо використання авторських розробок студента виконаних раніше в межах учбового процесу що відрізняється від використаного в попередньому семестрі.

Лабораторна робота 22. Розробка пошукових ескізів та передпроектних пропозицій рекламно-інформаційного оформлення об'єктів транспорту та рухомого складу з урахуванням архітектурно-планувальної ситуації, особливостей бренду та транспортного засобу, типу рекламної конструкції або технології та ін. Розробка сюжету, композиції основного зображення та доповнюючої графічної інформації ЗР. Створення графічної композиції оформлення об'єктів транспорту на основі використання елементів малого фірмового стилю. Використання художніх образів, асоціативних символів для ефективної ідентифікації бренду. Розробка пошукових ескізів та передпроектних пропозицій. Виконати оригінал-макет композиції рекламного зображення з використанням програм Adobe Illustrator, Adobe Photoshop. Виконання та оформлення вихідних документів та креслень що обґрунтовують основні рішення ЗР відповідно загальній концепції реклами на об'єктах транспорту (бриф, ТЗ, дизайн-код, пояснення, вихідні документи, вкопіювання та ін.).

Лабораторна робота 23. Оформлення основного комплексу документації рекламно-інформаційного оформлення об'єктів транспорту та рухомого складу який стосується підготовки та обґрунтування рішення, в тому числі рекламних матеріалів на основі елементів малого фірмового стилю. Виконання загальної документації стосовно місця розміщення, типу рекламоносія і рекламних матеріалів ЗР. Оформлення окремих завдань з виконання текстових документів, таблиць, схем, малюнків, рекламних та наочних зображень, креслень у комплексний проект рекламно-інформаційного оформлення об'єктів транспорту та рухомого складу.

Формат А4 - 4 шт.

Змістовий модуль 9. Нестандартні види ЗР в громадському середовищі.

Тема 23. Рекламно-інформаційне оформлення та ЗР громадського середовища різного призначення та пошук нестандартного виду розміщення або технології візуальної реклами відповідно містобудівних, архітектурних, планувальних, функціональних особливостей місця

розташування з урахуванням зонування, дизайн-коду, концепції, сценаріїв, композиції та ін. факторів. Підготовка скріншотів планувань місця розташування з інтернет-сервісів карт Google Maps, Bing Maps, сервіс GISFile, Візіком або ін. з наявністю позначення лінійного масштабу. Фотофіксації вибраних місць розташування ЗР з різних напрямів виконуються з інтернет-сервісів або фотографуються на місці студентом самостійно.

Лабораторна робота 24. Графічний аналіз фотофіксації візуальних, композиційних, планувальних, ергономічних, функціональних, геометричних, транспортно-пішохідних особливостей місця розміщення нестандартних видів ЗР в архітектурному середовищі на роздрукованих планах або картах. Аналіз особливостей, переваг, недоліків архітектурно-планувальної ситуації розміщення нестандартних видів ЗР. Визначення сценарію послідовності сприйняття нестандартних видів ЗР відповідно концепції, особливостям місця розташування та руху цільової аудиторії. Визначення оптимального розміру та конфігурації елементів нестандартних видів ЗР відповідно особливостей сприйняття людиною перспективного зображення, візуальних особливостей місця розміщення, зорових напрямів та перешкод, медіапоказників. Пошук та вибір аналогів використання подібних рішень нестандартних видів ЗР. Аналіз особливостей та умов сприймання розробленого зображення в різні пори року та часи доби. Організація ефективного підсвітлення в темні часи доби. Виконання наочних зображень загального рішення з оформлення нестандартних видів ЗР. Фронтальні, горизонтальні проєкції та фасадні рішення нестандартних видів ЗР. Перспективні зображення або аксонометрії конструкції рекламоносія, фасадів будівель та прилеглої території з розташуванням рекламоносіїв, розгортки фасадів урахуванням концепції, сценаріїв, громадських середовищ, міських просторів та магістралей, візуальних та технічних особливостей планування прилеглої до об'єктів архітектури території розміщення нестандартних видів ЗР. Експлікації та специфікації. Формат А3, А4 – 7-10 шт.

Тема 24. Підготовка бріфу та технічного завдання з розробки нестандартних видів ЗР. Вибір маловідомого бренду з елементами малого

фірмового стилю. Можливо використання авторських розробок студента виконаних раніше в межах учбового процесу що відрізняється від використаного в попередньому семестрі.

Лабораторна робота 25. Розробка пошукових ескізів та передпроектних пропозицій нестандартних видів ЗР з урахуванням архітектурно-планувальної ситуації, особливостей бренду, типу конструкції та ін. Розробка сюжету, композиції основного зображення та доповнюючої графічної інформації ЗР. Створення графічної композиції нестандартних видів ЗР на основі використання елементів малого фірмового стилю: фірмовий колір, шрифт, логотип, графічний знак та ін. Використання художніх образів, асоціативних символів для ефективної ідентифікації бренду. Розробка пошукових ескізів та передпроектних пропозицій. Виконати оригінал-макет композиції рекламного зображення з використанням програм Adobe Illustrator, Adobe Photoshop. Виконання та оформлення вихідних документів та креслень що обґрунтовують основні рішення ЗР відповідно загальній концепції (бріф, ТЗ, дизайн-код, пояснення, вихідні документи, вкопіювання та ін.).

Лабораторна робота 26. Оформлення основного комплексу документації нестандартних видів ЗР який стосується підготовки та обґрунтування рішення, в тому числі рекламних матеріалів на основі елементів малого фірмового стилю. Виконання загальної документації стосовно місця розміщення, рекламоносія і рекламних матеріалів ЗР. Оформлення окремих завдань з виконання текстових документів, таблиць, схем, малюнків, рекламних та наочних зображень, креслень у комплексний проект рекламно-інформаційного оформлення нестандартних видів ЗР. Формат А4 - 4 шт.

Змістовий модуль 10. Зовнішня 3D реклама та екстендери.

Тема 25. Розвиток 3D технологій головна тенденція інформаційних та рекламних технологій. Зовнішня 3D реклама існуючих будівель, громадських просторів і середовищ та вибір типу рекламної конструкції відповідно архітектурних особливостей місця розташування, зонування, дизайн-коду, концепції, сценаріїв та композиції. Основні архітектурно-

планувальні, функціональні, естетичні, візуальні та ін. вимоги до зовнішньої 3D реклами. Визначення **дизайн-коду** вибраного громадського середовища розміщення зовнішньої 3D реклами. Підготовка скріншотів планувань місця розташування з інтернет-сервісів карт Google Maps, Bing Maps, сервіс GISFile, Візіком або ін. з наявністю позначення лінійного масштабу. Фотофіксації вибраних місць розташування 3D з різних напрямів виконуються з інтернет-сервісів або фотографуються на місці студентом самостійно.

Лабораторна робота 27. Графічний аналіз фотофіксації візуальних, композиційних, планувальних, ергономічних, функціональних, геометричних, транспортно-пішохідних особливостей місця розміщення зовнішньої 3D реклами в громадському середовищі на роздрукованих планах або картах. Аналіз особливостей, переваг, недоліків архітектурно-планувальної ситуації розміщення зовнішньої 3D реклами. Визначення сценарію послідовності сприйняття рекламно-інформаційного оформлення зовнішньої 3D реклами відповідно концепції, особливостям місця розташування та руху цільової аудиторії. Визначення оптимального розміру та конфігурації елементів зовнішньої 3D реклами відповідно особливостей сприйняття людиною перспективного зображення, візуальних особливостей місця розміщення, зорових напрямів та перешкод, медіапоказників. Пошук та вибір аналогів використання подібних рішень зовнішньої 3D реклами. Аналіз особливостей та умов сприймання розробленої зовнішньої 3D реклами в різні пори року та часи доби. Організація ефективного підсвітлення в темні часи доби. Виконання наочних зображень загального рішення зовнішньої 3D реклами. Фронтальні, горизонтальні проєкції та фасадні рішення зовнішньої 3D реклами. Перспективні зображення або аксонометрії конструкції рекламоносія, фасадів будівель та прилеглої території з розташуванням рекламоносіїв, розгортки фасадів урахуванням концепції, сценаріїв, візуальних та технічних особливостей планування прилеглої до об'єкту архітектури території розміщення зовнішньої 3D реклами. Експлікації та специфікації. Формат А3, А4 – 7-10 шт.

Тема 26. Підготовка брифу та технічного завдання з розробки зовнішньої 3D реклами. Вибір маловідомого бренду з елементами малого фірмового стилю. Можливо використання авторських розробок студента виконаних раніше в межах учбового процесу що відрізняється від використаного в попередньому семестрі.

Лабораторна робота 28. Розробка пошукових ескізів та передпроектних пропозицій зовнішньої 3D реклами з урахуванням архітектурно-планувальної ситуації, особливостей громадського середовища та бренду, типу конструкції та ін. Розробка сюжету, композиції основного зображення та графічної інформації що доповнює зовнішню 3D рекламу. Створення графічної композиції оформлення вхідної групи на основі використання елементів малого фірмового стилю. Використання художніх образів, асоціативних

символів для ефективної ідентифікації бренду. Розробка пошукових ескізів та передпроектних пропозицій. Виконати оригінал-макет композиції рекламного зображення з використанням програм Adobe Illustrator, Adobe Photoshop. Виконання та оформлення вихідних документів та креслень що обґрунтовують основні рішення зовнішньої 3D реклами відповідно загальній концепції (бриф, ТЗ, дизайн-код, пояснення, вихідні документи, вкопіювання та ін.). Формат А3 - 4 шт.

Лабораторна робота 29. Оформлення основного комплекту документації зовнішньої 3D реклами який стосується підготовки та обґрунтування рішення, в тому числі рекламних матеріалів на основі елементів малого фірмового стилю. Виконання загальної документації стосовно місця розміщення, рекламоносія і рекламних матеріалів ЗР. Оформлення окремих завдань з виконання текстових документів, таблиць, схем, малюнків, рекламних та наочних зображень, креслень у комплексний проект рекламно-інформаційного оформлення зовнішньої 3D реклами з використанням Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Arhiscad для наочного зображення або виконання паперового макету М 1:50, 1:25. Формат А3 - 4 шт.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Таблиця для розрахунку максимальної кількості рейтингових балів

за видами поточного (модульного) контролю

3 семестр

| Вид діяльності студента | Максимальна кількість балів за одиницю | Змістовний модуль I | | Змістовний модуль II | | Змістовний модуль III | | Змістовний модуль IV | | Змістовний модуль V | |
|---|--|---------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|---------------------|-----------------------------|
| | | Кількість одиниць | Максимальна кількість балів | Кількість одиниць | Максимальна кількість балів | Кількість | Максимальна кількість балів | Кількість | Максимальна кількість балів | Кількість | Максимальна кількість балів |
| Відвідування лекцій | 1 | 1 | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Відвідування семінарських занять | Не передбачено навчальним планом | | | | | | | | | | |
| Відвідування лабораторних занять | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| Робота на семінарському занятті | Не передбачено навчальним планом | | | | | | | | | | |
| Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист) | 10 | 4 | 40 | 3 | 30 | 4 | 40 | 3 | 30 | 4 | 40 |
| Відвідування практичних занять | Не передбачено навчальним планом | | | | | | | | | | |
| Виконання завдань для самостійної роботи | 5 | 1 | 5 | 2 | 10 | 1 | 5 | 2 | 10 | 3 | 15 |
| Виконання модульної роботи | 25 | 1 | 25 | - | - | - | - | - | - | 1 | 25 |
| Разом | - | - | 75 | - | 43 | - | 49 | - | 43 | - | 84 |
| Максимальна кількість балів за ЗМ | 294 | | | | | | | | | | |
| Розрахунок коефіцієнта: | $294:100 = 2,94$ | | | | | | | | | | |

4 семестр

| | Ма ке и мал | Змістовний модуль I | Змістовний модуль II | Змістовний модуль III | Змістовний модуль IV | Змістовний модуль V |
|--|----------------------|---------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|---------------------|
|--|----------------------|---------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|---------------------|

| Вид діяльності студента | | Кількість одиниць | Максимальна кількість балів | Кількість одиниць | Максимальна кількість балів | Кількість | Максимальна кількість балів | Кількість | Максимальна кількість балів | Кількість | Максимальна кількість балів |
|---|----------------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|-----------|-----------------------------|-----------|-----------------------------|-----------|-----------------------------|
| Відвідування лекцій | 1 | 1 | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Відвідування семінарських занять | Не передбачено навчальним планом | | | | | | | | | | |
| Відвідування лабораторних занять | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| Робота на семінарському занятті | Не передбачено навчальним планом | | | | | | | | | | |
| Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист) | 10 | 4 | 40 | 3 | 30 | 3 | 30 | 3 | 30 | 4 | 40 |
| Відвідування практичних занять | Не передбачено навчальним планом | | | | | | | | | | |
| Виконання завдань для самостійної роботи | 5 | 2 | 10 | 3 | 15 | 3 | 15 | 3 | 15 | 3 | 15 |
| Виконання модульної роботи | 25 | 1 | 25 | - | - | - | - | - | - | 1 | 25 |
| Разом | - | - | 80 | - | 48 | - | 48 | - | 48 | - | 84 |
| Максимальна кількість балів за ЗМ | 308 | | | | | | | | | | |
| Розрахунок коефіцієнта: | $308:100 = 3,08$ | | | | | | | | | | |

6. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА КРИТЕРІЇ ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ

З метою ґрунтовного вивчення дисципліни завдання самостійної роботи складають презентації з вибраних тем у таблиці.

Форми проведення **поточного та підсумкового контролю:**

- види поточного контролю обираються викладачем (оцінювання поточних робіт, домашніх самостійних завдань);
- види підсумкового контролю визначаються навчальним планом (екзамен).

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

Модульний контроль здійснюється окремо у вигляді перегляду творчих робіт (портфоліо-контроль).

2 курс, 3 семестр

| № з/п | Назва теми | Кількість годин | Бали | Академічний контроль |
|----------------------------|--|-----------------|-----------|---------------------------------------|
| Змістовний модуль 1 | | | | |
| 1 | ЗР в громадських просторах. Завдання №1 | 2 | 5 | Практичне заняття, модульний контроль |
| Змістовний модуль 2 | | | | |
| | Аналіз особливостей ЗР, дизайн-код. Завдання №2 | 2 | | Практичне заняття |
| 3 | Розробка рекламних матеріалів ЗР. Завдання №3 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| Змістовний модуль 3 | | | | |
| 4 | Пошукові ескізи рекламних матеріалів ЗР Завдання №4. | 2 | 5 | Практичне заняття |
| Змістовний модуль 4 | | | | |
| 5 | Оригінал-макет рекламних матеріалів ЗР. Завдання №5 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| 6 | Вибір конструкції ЗР. Завдання №6 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| Змістовний модуль 5 | | | | |
| 7 | Оригінал-макет конструкції ЗР. Завдання №7 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| 8 | Стадії і проектна документація ЗР. Завдання №8 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| 9 | Розробка ескізного проекту ЗР. Завдання №9,10 | 2 | 5 | Практичне заняття, модульний контроль |
| | Усього годин | 18 | 55 | |

2 курс, 4 семестр

| № з/п | Назва теми | Кількість годин | Бали | Академічний контроль |
|-----------------------------|---|-----------------|------|---------------------------------------|
| Змістовний модуль 6 | | | | |
| 1 | Оформлення основних комплектів документації на ЗР в громадських просторах 3 типів. Завдання №11 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| 2 | Оформлення 3х комплектів ЗР. | 3 | 5 | Практичне заняття, модульний контроль |
| Змістовний модуль 7 | | | | |
| 3 | ЗР в архітектурних просторах та будівлях. Завдання №1 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| 4 | Оригінал-макет рекламного зображення та фасадів з ЗР. Завдання №2 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| 5 | Рекламно-інформаційне оформлення вхідних груп. Завдання №3 | 4 | | Практичне заняття |
| Змістовний модуль 8 | | | | |
| 6 | Розробка рекламного оформлення вхідної групи будівлі. Завдання №4 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| 7 | Оригінал-макет рекламного оформлення вхідної групи. Завдання №5 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| 8 | ЗР на транспорті. Завдання №6 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| Змістовний модуль 9 | | | | |
| | Оригінал-макет ЗР на транспорті. Завдання №7 | 2 | | Практичне заняття |
| 9 | Розробка нестандартних видів ЗР. Завдання №8 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| 10 | Розробка нестандартних видів ЗР. Завдання №9 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| Змістовний модуль 10 | | | | |
| 11 | Оригінал-макет нестандартної РЗ. Завдання №10 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| 12 | Зовнішня 3D реклама в громадських просторах. Завдання №10 | 2 | 5 | Практичне заняття |
| 13 | Зовнішня 3D реклама в громадських просторах. Завдання №11 | 4 | 5 | Практичне заняття, модульний контроль |

Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульний контроль здійснюється у формі модульної контрольної роботи з урахуванням уніфікованої системи оцінювання навчальних досягнень студентів та критерії оцінювання.

| Критерії оцінювання | К-ть балів |
|---|-------------------|
| <p>виконав в зазначений термін і на високому рівні весь обсяг роботи, відповідно до програми курсу; володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на високому рівні; здатний грамотно визначати й ефективно здійснювати навчальні задачі з урахуванням особливостей навчально-виховного процесу у вищому навчальному закладі; продемонстрував старанність, самостійність, ініціативу, активність, творче ставлення у процесі виконання усіх завдань, здатність робити висновки й обґрунтовувати свою позицію на основі проведених спостережень.</p> | 21 – 25 |
| <p>виконав в зазначений термін весь обсяг роботи відповідно до програми курсу, але з незначними недоліками; володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на високому рівні; здатний грамотно визначати основні навчальні задачі та знаходити способи їх вирішення з урахуванням особливостей навчально-виховного процесу у вищому навчальному закладі, але в окремих випадках допускає незначні помилки в процесі їх вирішення; продемонстрував старанність, самостійність, активність, відповідальне ставлення у процесі виконання завдань, здатність робити висновки на основі проведених спостережень.</p> | 17 – 20 |
| <p>виконав весь обсяг роботи відповідно до програми, але з певними недоліками; не завжди демонстрував здатність визначати основні навчальні задачі та знаходити способи їх вирішення з урахуванням особливостей навчально-виховного процесу у ЗВО, свідомо використовувати теоретичні знання, застосовувати практичні вміння під час проходження курсу; виявив здатність грамотно, але недостатньо самостійно опрацьовувати навчальні матеріали, організовувати своє навчання у ЗВО; продемонстрував старанність, відповідальне ставлення у процесі виконання завдань, але недостатньо виявив уміння обґрунтовано і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень.</p> | 13 – 16 |
| <p>завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання допускалися помилки; студент в цілому виявив посередній рівень знань, умінь, навичок, допускав помилки у плануванні та самоорганізації до навчання у ЗВО;</p> | 9 – 12 |

| | |
|--|-------|
| <p>недостатньо виявив самостійність, ініціативу у процесі вирішення навчальних задач; не завжди враховував специфіку організації навчально-виховного процесу у ЗВО; завдання курсу були виконані з помилками, неохайно, подані на перевірку не своєчасно, не містили усіх необхідних елементів, визначених програмою курсу; ставлення студента до навчання недостатньо відповідальне.</p> | |
| <p>завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання виявлено чимало помилок; студент виявив лише мінімально можливий допустимий рівень знань, умінь, навичок, виявив неготовність грамотно і самостійно планувати й організовувати навчання у ЗВО; завдання курсу були виконані в неповному обсязі, неохайно, з помилками, подані на перевірку не своєчасно, не містили усіх необхідних елементів, визначених програмою курсу; ставлення студента до навчання недостатньо старанне та відповідальне.</p> | 5 – 8 |
| <p>завдання не виконані; студент виявив незадовільний рівень знань, умінь; невміння послідовно, грамотно і самостійно планувати й організовувати навчання у ЗВО, аналізувати результати власної діяльності; завдання курсу були виконані в неповному обсязі, оформлена неохайно, з суттєвими помилками, подані на перевірку не своєчасно, не містили усіх необхідних елементів, визначених програмою курсу; ставлення студента до виконання завдань вирізняється безвідповідальністю.</p> | 1-4 |

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Форми проведення семестрового контролю залік, включає перегляд всіх робіт виконаних студентами за семестр.

6.5. Шкала відповідності оцінок

| Оцінка | Кількість балів |
|---------------------|-----------------|
| Відмінно | 100-90 |
| Дуже добре Добре | 82-89 75-81 |
| Задовільно | 69-74 |
| Достатньо | 60-68 |
| Незадовільно | 0-59 |

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА»

3 семестр - разом: 60 год., з них: лекції – 2, лабораторних – 36 год., самостійна робота – 18 год., МКР – 4 год., семестровий контроль – 0 год.

| Модулі | Змістовний модуль I | | | | Змістовний модуль II | | | | Змістовний модуль III | | | | Змістовний модуль IV | | | | Змістовний модуль V | | | |
|---|---|--|--|--|--------------------------------|--|--|--|---------------------------------|--|--|--|------------------------|--|--|--|---|--|--|--|
| Бали | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Теми лекцій | 1 Тема 1. Конструкції ЗР та громадські простори розміщення ЗР | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Лабораторні заняття | 1 Лабораторна робота № 1 | | | | Лабораторна робота № 2 | | | | Лабораторна робота № 3 | | | | Лабораторна робота № 4 | | | | Лабораторна робота № 5 | | | |
| Відвідування лабораторних + робота на лабораторному занятті | 1 б.+10 б. | | | | 1 б.+10 б. | | | | 1 б.+10 б. | | | | 1 б.+10 б. | | | | 1 б.+10 б. | | | |
| Самостійна робота | | | | | Самостійна робота №1 (5 балів) | | | | Самостійна робота № 2 (5 балів) | | | | | | | | Самостійна робота № 3 (5 балів) | | | |
| Види поточного контролю | Модульна контрольна робота № 1 (25 балів) | | | | | | | | | | | | | | | | Модульна контрольна робота № 2 (25 балів) | | | |

| Самостійна робота | | Самостійна робота №10 (5 балів) | Самостійна робота № 11 (5 балів) | | Самостійна робота № 12 (5 балів) | Самостійна робота № 13 (5 балів) | Самостійна робота № 14 (5 балів) | Самостійна робота № 15 (5 балів) | Самостійна робота № 16 (5 балів) | Самостійна робота № 17 (5 балів) | Самостійна робота № 18 (5 балів) | Самостійна робота № 19 (5 балів) | Самостійна робота № 20 (5 балів) | | Самостійна робота №21 (5 балів) | Самостійна робота №22 (5 балів) | Самостійна робота № 23 (5 балів) | | | |
|-----------------------------------|--|---------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---------------------------------------|---------------------------------------|--|--|--|--|
| Види поточного контролю | Модульна контрольна робота № 1 (25 балів) | | | | | | | | | | | | Модульна контрольна робота № 2 (25 балів) | | | | | | | |
| Кількість балів за модуль | 80 балів | | | | 48 балів | | | | 48 балів | | | | 48 балів | | | | 84 бали | | | |
| Підсумковий рейтинговий бал | Коефіцієнт визначення успішності: $308 : 100 = 3,08$ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Рекомендовані джерела:

Основні:

1. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методологические основы художественного формообразования в дизайнерском творчестве-М.: АСТ: Астрель, 2006
2. Евстратова Е.Н. Графика-М.: РОСМЭН, 2003
3. Антонович Е.А; Захарчук-Чугай Р.В.; Станкевич М.У. «Декоративно-прикладне мистецтво» Навчальний посібник для студентів. Львів «Світ» 1992 р.
4. Божко Ю.Г. «Архитектоника и комбинаторика формообразования» Киев Высшая школа 1991 г.
5. Беларуская станковая графика Мінськ 1978
6. Волкотруб Т.И. «Основы художественного конструирования» Изд. «Выща школа» Киев 1988 г.
7. Волкотруб Т.И. «Бесіди про художнє конструювання» Вид. «Радянська школа» Київ 1978 р.
8. Гребенюк Г. Е. Основы композиции и рисунок. -К.: Техника,-1997
9. Гуляницкий Н. Ф. История архитектуры 1984.

Додаткові ресурси:

1. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама 2001 р
2. Михайленко В.Е. «Основы композиції геометричні аспекти художнього формоутворення» Київ «Каравела» 2004р.
3. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методологические основы художественного формообразования в дизайнерском творчестве-М.: АСТ: Астрель, 2006
4. Божко Ю.Г. «Архитектоника и комбинаторика формообразования» Киев Высшая школа 1991 г.
5. Волкотруб Т.И. «Основы художественного конструирования» Изд. «Выща школа» Киев 1988 г.
6. Волкотруб Т.И. «Бесіди про художнє конструювання» Вид. «Радянська

школа» Київ 1978 р.

7. Гребенюк Г. Е. Основы композиции и рисунок, -К.: Техника,-1997
8. Гуляницкий Н. Ф. История архитектуры 1984
9. 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
10. Даниленко В. Я., Основы дизайна. -К.; 1996
11. Даниленко В. Я. Основы дизайна. -Харків ХДАДМ. 2003
12. Костенко Т.В. «Основы композиції та тримірного формоутворення»
Харків ХДАДМ 2003 р.
13. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама 2001
14. Михайленко В.Е. «Основы композиції геометричні аспекти художнього формоутворення» Київ «Каравела» 2004р.
15. Чернышев О.В. «Формальная композиция» Минск ХАРВЕСТ 1999 г.
16. НАЦІОНАЛЬНИЙ СТАНДАРТ УКРАЇНИ Система проектної документації для будівництва ПРАВИЛА ВИКОНАННЯ АРХІТЕКТУРНО-БУДІВЕЛЬНИХ РОБОЧИХ КРЕСЛЕНЬ ДСТУ Б А.2.4-7:2009.
17. ДСТУ 3321:2003 Система конструкторської документації. Терміни та визначення основних понять.
18. ГОСТ 2.125-2008 ЕСКД. Правила выполнения эскизных конструкторских документов. Общие положения.
19. ГОСТ 2.305-2008 Единая система конструкторской документации. Изображения - виды, разрезы, сечения.
20. ГОСТ 2.316-2008 ЕСКД. Правила нанесения на чертежах надписей, технических требований и таблиц.
21. ГОСТ 2.418-2008 ЕСКД. Правила выполнения конструкторской документации упаковки.
22. ГОСТ 2.701-2008 Единая система конструкторской документации. Схемы. Виды и типы. Общие требования к выполнению.

Додаткові 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/>