

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ

Кафедра дизайну

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор



з науково-методичної та
навчальної роботи

О.Б. Жильцов

« _____ » 2016 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
КОМУНІКАЦІЙНИЙ ДИЗАЙН

Галузь знань 0202 Мистецтво

Спеціальність 8.02020701 «Дизайн»

Освітній рівень другий (магістерський)



Київ – 2016

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 0202 «Мистецтво», спеціальності 8.02020701 «Дизайн».

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

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри дизайну Інституту мистецтв

Протокол від “29” вересня 2016 року № 2

Завідувач кафедри дизайну



(підпис) Н.І. Кравченко

ЗМІСТ

1. Опис навчальної дисципліни.....	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни.....	5
3. Програма навчальної дисципліни.....	6
4. Структура навчальної дисципліни.....	9
5. Теми лекцій, практичних занять.....	10
6. Карта самостійної роботи.....	10
7. Методи навчання.....	10
8. Методи контролю.....	11
9. Розподіл балів, які отримують студенти.....	12
10. Методичне забезпечення.....	13
11. Рекомендована література.....	13
12. Інформаційні ресурси.....	14
13. Навчально-методична карта дисципліни.....	15

1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		<i>денна форма навчання</i>
<i>Кількість кредитів – 2</i>	Галузь знань <u>0202 Мистецтво</u>	Вибіркова
	Спеціальність <u>8.02020701 Дизайн</u>	
<i>Змістових модулів – 2</i>	Освітній рівень другий <i>(магістерський)</i>	Рік підготовки:
		2-й
		Семестр:
		3-й
Аудиторні години:		
16 год.		
Лекції:		
2 год.		
Практичні:		
14 год.		
Самостійна робота:		
40 год.		
Модульний контроль:		
4 год.		
Вид контролю:		
Залік		
<i>Загальна кількість годин - 60</i>		

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** (проектно-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 проектній 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 проектній дизайнерській діяльності.

Програмні результати навчання

- ✓ Здатність до застосування зудожньо-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.
- ✓ Мисленнева 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

3-й семестр

Змістовий модуль 1. *Дизайн візуальних комунікацій реклами*

Тема 1. Комунікативно-візуальний аспект реклами

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 мережи, інформаційних комп'ютерних технологій (кінець ХХ ст. і початок ХХІ ст.). 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 тощо).

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].

Тема 2. Комунікаційний дизайн зовнішньої реклами

Практичні заняття (2 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити рекламно-інформаційний щит (білборд) зовнішньої реклами Київського зоопарку.

- Аналіз існуючого реального білборду. Розробити концепцію, ідею білборду по темі, вибрати слоган рекламного 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.
- вибір найкращого варіанту білборду по темі з опрацьованого ескізного матеріалу (цікавий задум, дотепний слоган і виразне графічне рішення);
- специфіка графічних технік та вибір матеріалів у синтезі з комп'ютерною графікою.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Література: [2, 3, 7].

Тема 3. Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами

Практичні заняття (4 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити рекламний календар.

- Аналіз існуючого реального календаря. Розробити концепцію, ідею календаря по темі, вибрати слоган 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;
- 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/)

Змістовий модуль 2. Проектування об'єктів комунікаційного дизайну

Тема 4. Фірмовий знак. Фірмовий стиль

Практичні заняття (2 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити фірмовий знак (емблему чи логотип) для 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 5. Інформаційно-рекламна продукція

Практичні заняття (2 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 6. 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). Розробити концепцію, ідею суперграфіки, вибрати слоган рекламного повідомлення та графічні засоби передачі інформації.

Матеріал: папір (формат А-4), 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.

III. Модульний контроль знань.

Література: [1, 2, 3, 6, 7]

Інтернет ресурси: <http://kak.ru/>

[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	Усього
ЗМ 1. Дизайн візуальних комунікацій реклами	2	6	20	2	30
Тема 1. Комунікативно-візуальний аспект реклами	2		4		6
Тема 2. Комунікаційний дизайн зовнішньої реклами		2	6		8
Тема 3. Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами		4	10		14
Модульний контроль 1				2	2
ЗМ 2. Проектування об'єктів комунікаційного дизайну		8	20	2	30
Тема 4. Фірмовий знак. Логотип. Фірмовий стиль		2	4		6
Тема 5. Інформаційно-рекламна продукція		2	6		8
Тема 6. Суперграфіка в комунікаційному дизайні		4	10		14
Модульний контроль 2				2	2
Усього годин	2	14	40	4	60

5. Теми лекційних та практичних занять

Таблиця 3

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Бал
	Лекції	2	
1.	Комунікативно-візуальний аспект реклами	2	
	Практичні заняття	14	60
1.	Комунікаційний дизайн зовнішньої реклами	2	10
2.	Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами	4	20
3.	Фірмовий знак. Логотип. Фірмовий стиль	2	10
4.	Інформаційно-рекламна продукція	2	10
5.	Суперграфіка в комунікаційному дизайні	4	10

6. Карта самостійної роботи

Таблиця 4

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Бал
	ЗМ 1. Дизайн візуальних комунікацій реклами	20	15
1	Комунікативно-візуальний аспект реклами. Опрацювання фахових видань і створення презентації (5 бал.)	4	5
2	Комунікаційний дизайн зовнішньої реклами. Ескіз та аналіз зовнішньої реклами (5 балів)	6	5
3	Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами. Ескізи рекламного календаря (5 балів)	10	5
	ЗМ 2. Проектування об'єктів комунікаційного дизайну	20	15
4	Фірмовий знак. Логотип. Фірмовий стиль. Ескізи розробки логотипа, фірмового знаку (5 бал.)	4	5
5	Інформаційно-рекламна продукція. Ескізи розробки рекламної продукції (5 балів)	6	5
6	Суперграфіка в комунікаційному дизайні. Ескіз композиції суперграфіки (5 балів)	10	5

7. Методи навчання

І. 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 проєктів, 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

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:** модульне письмове тестування, реферат.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Комунікаційного дизайну» 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 бальною шкалою згідно з Положенням про рейтингову систему оцінювання.

Форми проведення поточного та підсумкового контролю:

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі переглядів практичних і самостійних завдань.

Реферативні дослідження та есе, які виконує студент за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на практичних заняттях. Модульний

контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Результати навчальної діяльності студентів оцінюються за 100-бальною системою. Студент отримує підсумкову оцінку, яка розраховується як середньозважене оцінок за кожен модуль у семестрі (табл.5).

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

Таблиця 5

3-й семестр		
<i>Змістовий модуль 1</i>		
1	Відвідування лекцій і практичних занять	4
2	Практичні заняття	30
3	Самостійна робота	15
4	Модульна контрольна робота	25
Рейтинговий бал ЗМ1		74
<i>Змістовий модуль 2</i>		
1	Відвідування практичних занять	4
2	Практичні заняття	30
3	Самостійна робота	15
4	Модульна контрольна робота	25
Рейтинговий бал ЗМ2		74
Підсумковий рейтинговий бал (коефіцієнт успішності) 148 : 100 = 1,48		148
Розрахунок (наприклад $125 : 1,48 = 84,4$)		ПМК

9. Розподіл балів, які отримують студенти

Таблиця 6

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумковий рейтинговий бал	Сума
3-й семестр									
Змістовий модуль № 1 <i>Дизайн візуальних комунікацій реклами</i>				Змістовий модуль № 2 <i>Проектування об'єктів комунікаційного дизайну</i>				Коефіцієнт успішності $148 : 100 = 1,48$	
Т1	Т2	Т3	МК1	Т4	Т5	Т6	МК2		
6	16	22	25	16	16	17	25	148	100

Сума рейтингових оцінок (балів), отриманих студентом в межах залікового кредиту та підсумкового модульного контролю (ПМК), порівнюється з даними порівняльних таблиць оцінок і робиться відповідний висновок (табл. 6, 7).

Порядок переведення рейтингових показників успішності

Таблиця 7

Рейтингова оцінка	Оцінка за шкалою університету	Значення оцінки
А	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	<u>Незадовільно з можливістю повторного складання</u> – незадовільний рівень знань (умінь) з можливістю перескладання за умов належного самостійного доопрацювання.
F	1-34	<u>Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням курсу</u> – достатньо низький рівень знань, що вимагає повторного проходження курсу.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти дисципліни (табл. 8., с.15), де зазначено види й терміни контролю.

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):

- ✓ опорні конспекти лекцій, презентації (у PowerPoint);
- ✓ навчальні посібники, підручники тощо;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ збірка тестових і контрольних завдань для тематичного (модульного) оцінювання навчальних досягнень студентів;
- ✓ дидактичний матеріал (комплект практичних завдань, виконаних студентами попередніх курсів різними техніками) та презентації (у PowerPoint) практичних завдань і вправ.

11. Рекомендована література

Основна:

1. Глазычев В. Дизайн как он есть. — 2-е изд., доп. — М.: Издательство «Европа», 2006. — 320 с.

2. Николаева Ж. В. Основы теории коммуникации: Учебно-методическое пособие для студентов. — Улан-Удэ: Издательство ВСГТУ, 2004. — 274 с.
3. Поліщук А.А. Теорія та практика графіки. : навч. пос. / Поліщук А.А. — К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. — 212 с.
4. Серов С.И. Графика современного знака. — М. : Линия График, 2003. — С. 381 – 385.

Додаткова:

5. Лесняк В. Акцидентный шрифт. — Харьков.: Колорит, 2004.
6. 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.
7. Яковлев М.И. Композиция + геометрия. — К.: Каравела, 2007. — 240 с.

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/>
4. <http://www.exlibris.su/>

Навчально-методична карта дисципліни «Комунікаційний дизайн» 3-й семестр

Разом: 60 год., лекції – 2 год., практичні заняття – 14 год., самостійна робота – 40 год., модульний контроль – 4 год., підсумковий контроль – ПМК.

Таблиця 8

Модулі	Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2			
Назва модуля	<i>Дизайн візуальних комунікацій реклами</i>							
Кількість балів	74							
Лек., лаб/прак.	1	2	3	4	5	6	7	8
Дати								
Теми лекцій	Комунікативно-візуальний аспект реклами. 1 б.							
Теми практичних занять		Комунікаційний дизайн зовнішньої реклами. Білборд (10 бал.) 1 б.	Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами. Обкладинка (10 бал.) Місяць календаря (10 бал.) 2 б.	Фірмовий знак. Фірмовий стиль. Знак (10 бал.) 1 б.	Інформаційно-рекламна продукція. Афіша (10 бал.) 1 б.	Суперграфіка в комунікаційному дизайні. Оригінал макет (10 бал.) 2 б.		
Сам.робота	Створення презентації (5 бал.)		Ескізи та аналіз зовнішньої реклами (5 балів)		Ескізи рекламного календаря (5 бал.)		Ескізи афіш (5 бал.)	
Види поточ. контролю	Модульна контрольна робота 1 25 балів							
ПМК	Модульна контрольна робота 2 25 балів							
	148 балів (коефіцієнт успішності: 148 : 100 = 1,48)							