

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор
з науково-методичної та навчальної
роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ
« 18 » 12 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ВИСТАВКОВИЙ ТА РЕКЛАМНИЙ ДИЗАЙН

для студентів спеціальності 023 «Образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво, реставрація»
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньої програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво»
спеціалізації «Художня культура та арт-менеджмент»

Київ – 2020

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02130554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
№ 2579/20
Жилищ (підпис)
20 20

Розробник: Кашшай О.С., старший викладач кафедри образотворчого мистецтва Інституту Мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач: Кашшай О.С., старший викладач кафедри образотворчого мистецтва Інституту Мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка


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

Протокол № 7 від «27» серпня 2020 р.

Завідувач кафедри
образотворчого мистецтва  Ольга ШКОЛЬНА

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми
023.00.01 «Образотворче мистецтво»

«__» _____ 2020 р.

Гарант освітньо-професійної програми
023.00.01 «Образотворче мистецтво»  Ольга ШКОЛЬНА

Робочу програму перевірено
«__» _____ 2020 р.

Заступник директора
з науково-методичної та навчальної роботи  Алла 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 ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ВИСТАВКОВИЙ ТА РЕКЛАМНИЙ ДИЗАЙН»

Найменування показників	Характеристики дисципліни за	
	денна	заочна
Вид дисципліни	Вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів / годин	6 / 180	
Курс	6	
Семестр	11	11
Кількість змістових модулів з розподілом:	1	1
Обсяг кредитів	2	2
Обсяг годин, в тому числі:	60	60
<i>Аудиторні</i>	16	8
<i>Модульний контроль</i>	4	-
<i>Семестровий контроль</i>	-	-
<i>Самостійна робота</i>	40	52
Форма семестрового контролю	залік	залік

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ВИСТАВКОВИЙ ТА РЕКЛАМНИЙ ДИЗАЙН»

Мета викладання навчальної дисципліни – формування у студентів спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація» базових знань у галузі виставкового та рекламного дизайну, його розвитку в історичному та культурному контексті; розуміння сучасних стилістичних та формальних тенденцій, що панують у світі, а також вивчення комп'ютерних програм, призначених для роботи в зазначеній галузі.

Курс спрямований на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок в сфері виставкового та рекламного дизайну, які він міг би успішно реалізувати у своїй професійній діяльності.

Завдання вивчення навчальної дисципліни:

- розвиток вміння самостійного реалізовувати дизайн-макети;
- оволодіння практичними вміннями та навичками, необхідними для втілення власних дизайн-проектів.
- ознайомлення з етапами реалізації виставково-реklamного дизайну: від художнього втілення графічними та комп'ютерними засобами до реалізації в матеріалі та друку;
- засвоєння ключових понять і принципів теорії дизайну;
- вивчення сучасних стилів, концепцій, видів дизайну у виставково-реklamній сфері;
- ознайомлення з сучасними вимогами до проектів виставково-реklamного дизайну, вивчення найкращих світових проектів.

Впродовж опанування навчальної дисципліни передбачено формування наступних базових компетенцій:

теоретичної:

- розуміння специфіки еволюції дизайну у виставково-художній сфері, його призначення, основних характеристик та відмінностей;
- формування широти кругозору, вміння бачити та використовувати різні види мистецтва для створення гармонійних та сучасних проектів у сфері виставкового та рекламного дизайну;
- здатності до самостійного аналізу та оцінки якості творів виставкового та рекламного дизайну;
- розуміння базових принципів творів виставкового та рекламного дизайну – ідеї, теми, формальних прийомів та ін..
- володіння фаховою термінологією.

художньо-практичної:

- формування базових уявлень про етапи створення цілісного проекту виставково-художнього дизайну від ескізу до його практичної реалізації;
- розуміння сучасних вимог до дизайну якісної рекламної продукції;
- знайомство з комплексом технічних аспектів у процесі створення рекламного дизайну;
- здатності самостійно та послідовно реалізовувати рекламно-дизайнерські проекти: від графічних замальовок, вибору ідеї, побудови композиції, взаємоз'язку всіх елементів, втілення у професійних комп'ютерних програмах, друку;
- оволодіння практичними вміннями та навичками реалізації графічних дизайн-проектів рекламної продукції в комп'ютерних програмах.

художньо-творчої:

- здібність створювати концепції виставкового та рекламного дизайну для власної творчої діяльності;;
- вміння творчо втілювати ідеї виставкових та рекламних проектів в рекламній продукції, компетентно виконувати завдання замовників;
- розуміння поняття «ідея» дизайн-проекту та вміння знаходити оптимальні образотворчі засоби та технічні шляхи для її втілення.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- основні поняття теорії дизайну;
- головні елементи теорії дизайну;
- різновиди графічного дизайну;

- види виставкового дизайну;
- основні стилі мистецтва;
- елементи та складові фірмового стилю;
- програми Adobe Photoshop, Illustrator, Indesign, Corel Draw. вміти:
- створювати проекти виставкового-рекламного дизайну з урахуванням всіх базових законів теорії дизайну;
- виконувати творчі роботи у вигляді рекламного буклету, плакату, афіші, товарного знаку, логотипу та інших видів графічного дизайну;
- розробляти фірмовий стиль підприємства;
- працювати з растровою графікою в програмі Adobe Photoshop використовуючи стандартні об'єкти малювання;
- редагувати зображення, створювати нові зображення;
- працювати з колірними каналами, фільтрами.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

тематичний план для денної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторна					
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. Інноваційні технології дизайну у художньо-галерейній сфері							
Тема 1. Рекламний дизайн в музейному і художньо-галерейному середовищі як складова естетичної комунікації з глядачем.	12	2		2			10
Тема 2. Музейний та галерейно-виставковий брендинг і айдентика.	12	2		2			10
Тема 3. Диджиталізація музейно-виставкової комунікації.	12	2		2			10
Тема 4. Креативна реклама музейно-виставкової сфери як тренд просування арт-проектів. Техніки гри у формуванні музейно-виставкової комунікації.	12	2		2			10
<i>Модульний контроль</i>	4						
Разом	60	8		8			40
<i>Підготовка та проходження контрольних заходів</i>							
Усього	60	8		8			40

тематичний план для заочної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторна					
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. Інноваційні технології дизайну у художньо-галерейній сфері							
Тема 1. Рекламний дизайн в музейному і художньо-галерейному середовищі як складова естетичної комунікації з глядачем.	14	2					12
Тема 2. Музейний та галерейно-виставковий брендинг і айдентика.	16			2			14
Тема 3. Диджиталізація музейно-виставкової комунікації.	14	2					12
Тема 4. Креативна реклама музейно-виставкової сфери як тренд просування арт-проектів. Техніки гри у формуванні музейно-виставкової комунікації.	16			2			14
<i>Модульний контроль</i>							
Разом	60	4		4			52
<i>Підготовка та проходження контрольних заходів</i>							
<i>Усього</i>	60	4		4			52

**5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ВИСТАВКОВИЙ ТА РЕКЛАМНИЙ ДИЗАЙН»
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.**

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДИЗАЙНУ У ХУДОЖНЬО-
ГАЛЕРЕЙНІЙ СФЕРІ**

ТЕМА 1. Рекламний дизайн в музейному і художньо-галерейному середовищі як складова естетичної комунікації з глядачем (4 год.)

Лекція (2 год.). Виставкова сфера як сфера комунікації з глядачем. Види комунікації в художньо-виставковій сфері. Сучасні форми комунікації в експозиціях музеїв і художніх виставок. Еволюція художніх форм комунікативної реклами і інформації. Вітчизняні дизайн-проекти. Образотворчі особливості рекламно-інформаційної комунікації на ринку антикварного і сучасного мистецтва. Зразки зображальної комунікації на мистецьких заходах і культурних подіях.

Засоби зображальної і незображальної комунікації як синтез мистецтв, в якому гармонійно поєднуються різні види дизайну.

Мистецтво виставкового дизайну як платформа для організації ефективної участі у виставці. Виставковий дизайн як оформлення загального інтер'єру

куточка виставки, зайнятого компанією.

Елементи виставкового дизайну: архітектурні (стенд, приміщення для переговорів, підсобне приміщення для стендистів), графічні (рекламна продукція, іміджі на загальних площах стенду), приладдя (демонстраційні столи, вітрини, стійки, техніка).

Практичне заняття (2 год.). Виконання ескізного проекту стенду галереї в боксі з інтер'єром для виставки сучасного мистецтва (галерея – за вибором студента чи умовна).

Виконати дизайн-проект боксу галереї із стендами, стінами і інтер'єром.

Матеріали: папір ватман А3, кольоровий папір, акварель, гуаш, фломастери, туш, аплікація.

Інструменти: перо, пензлі, клей, ножиці, ніж, циркуль, лінійка.

Пошукові ескізи (1 год.). Виконати ряд пошукових ескізів. Визначити композицію стенду, розміщення стойки, принципіві схеми розміщення експонатів, зонування, просторове розміщення, загальну тональність та колорит. Відібрати остаточний варіант і затвердити.

Виконання чистового варіанта (1 год.). Виконати чистовий варіант в будь-якій комп'ютерній програмі з урахуванням фактур, фотоматеріалів.

Основні поняття теми: стенд як архітектурна конструкція, функціональні якості виставкового стенду, візуальне та естетичне сприйняття стенду, фактори формування художнього образу стенду.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [7], [6], [7], [8], [9].

ТЕМА 2. Музейний та галерейно-виставковий брендинг і айдентика (4 год.)

Лекція (2 год.). Музейний та галерейно-виставковий брендинг і айдентика. Брендінг музеїв, художніх галерей і арт-інституцій, його значення для розвитку арт-бізнесу. Логотип як мистецтво. Завдання формування власної айдентики у музейно-виставковій сфері. Сенс хвилі ре-брендінгу. Айдентика головних музеїв світу та їх впізнаваність.

Практичне заняття (2 год.). Запропонувати ескізи нової айдентики для обраного музею. Підготовка у програмі.

Результат: Макет в Photoshop. Матеріали, інструменти для створення ескізів за вибором студента.

Виконання ескізів (1 год.). Розробити згідно обраній концепції принципівий макет айдентики. В оформленні активно використати колір. Застосовувати шрифти та каліграфічне написання текстів.

Виконання оригіналу (1 год.). Виконати в комп'ютерній програмі згідно розробленого ескізу оригінал айдентики. Використати можливості багатостолбного набору та верстки ілюстрацій.

Рівномірно розподілити ілюстративний матеріал. Виділити акценти кольором та розміщенням.

Основні поняття теми: брендинг, ребрендинг, айдентика.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5].

Додаткова: [1], [2], [3], [6], [7], [8], [9], [17], [18], [19].

ТЕМА 3. Диджиталізація музейно-виставкової комунікації (4 год.)

Лекція (2 год.). Диджитальний рекламний дизайн: характеристика, особливості, види. Предмет рекламного дизайну як створення гармонійних, змістовно виразних форм об'єкта, що рекламується, в якому відбивається цілісне значення його цінності для споживача.

Образ як ідеальне уявлення про об'єкт, як художньо-образна модель, створена художником.

Функція, яку повинен виконувати виріб та її відображення у дизайні реклами.

Смислова, знакова і ціннісна роль об'єкту дизайн-проекування.

Морфологія як будова і структура форми виробу, організована відповідно до його функції матеріалом і способом виготовлення.

Технологічна форма як морфологія, втілена в способі промислового виробництва об'єкту дизайн-проекування в результаті художнього осмислення технології.

Практичне заняття (2 год.). Розробити та виконати в комп'ютерній програмі ескіз буклету формату А4 художньої виставки згідно обраній концепції.

Матеріали та інструменти за вибором студента. Передбачити наявність фальцувань та їх кількість (не менше двох).

Виконання ескізів (1 год.). Розробити згідно обраній концепції принциповий макет рекламного буклету на папері. В оформленні активно використати колір. В компоновці ілюстративного та текстового матеріалів відійти від стандартних рішень.

Виконання оригіналу (1 год.). Виконати в комп'ютерній програмі згідно розробленого ескізу оригінал буклету. Використати можливості багатостовпного набору та верстки ілюстрацій.

Рівномірно розподілити ілюстративний матеріал. Виділити акценти кольором та розміщенням.

Основні поняття теми: рекламний дизайн, предмет рекламного дизайну, образ, функція, ціннісна роль об'єкту дизайн-проекування, структура форми виробу.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [7], [6], [7], [8], [9].

ТЕМА 4. Креативна реклама музейно-виставкової сфери як тренд просування арт-проектів. Техніки гри у формуванні музейно-виставкової комунікації (4 год.)

Лекція (2 год.). Види сучасного креативного рекламного дизайну. Вимоги суспільства до сучасного рекламного дизайну. Розвиток технологій як мотивація для розвитку нових медіа, видів та форм реклами. Світові лідери по створенню сучасної реклами. Наука як мотивація для нових видів реклами. Розвиток сучасного мистецтва як можливість застосування нових образотворчих форм у сучасній рекламі. Способи організації композиції в дизайні реклами. Види рівноваги. Врівноваженість композиції. Співвідношення форм. Домінанта як композиційний центр. Побудова простору.

Реклама у виставковому просторі та в інтер'єрі художньої галереї. Естетична цінність. Сприймання об'єкту рекламного дизайну людиною в експозиційному просторі художньої галереї. Естетичний та психо-емоційний вплив, чуттєве переживання. Оцінки ступеня відповідності рекламного об'єкту естетичному ідеалу суб'єкта.

Види POS-матеріалів: воблери; мобайли; лайнери; шелф-токери; стенди, павуки та інші рекламні конструкції; муляжі; стоппери; диспенсери; прапорці та гірлянди; упаковка; цінники; наклейки; листівки та флаєри; брошури; буклети; каталоги; сувенірна продукція.

Практичне заняття (2 год.). Виконання ескізного проекту портфоліо художника чи художнього проекту для презентації. Використати креативні рішення.

Виконати розгортку портфоліо на 8 сторінок.

Матеріали: папір А4, кольоровий папір, акварель, гуаш, фломастери, туш, аплікація.

Інструменти: перо, пензлі, клей, ножиці, ніж, циркуль, лінійка.

Виконання ескізів (1 год.). Виконати ряд пошукових ескізів. Визначити композицію стенду, розміщення стойки, принципові схеми розміщення експонатів, зонування, просторове розміщення, загальну тональність та колорит. Відібрати остаточний варіант і затвердити.

Виконання оригіналу (1 год.). Виконати чистовий варіант в будь-якій комп'ютерній програмі з урахуванням фактур, фотоматеріалів.

Основні поняття теми: стенд як архітектурна конструкція, функціональні якості виставкового стенду, візуальне та естетичне сприйняття стенду, фактори формування художнього образу стенду.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ СТУДЕНТІВ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль I	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4
Відвідування семінарських занять	1	4	4
Відвідування практичних занять	1	Не передбачено навчальним планом	
Робота на семінарському занятті	10	4	40
Робота на практичному занятті	10	Не передбачено навчальним планом	
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	10	Не передбачено навчальним планом	
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25
Разом		-	93
Максимальна кількість балів:		93	
Розрахунок коефіцієнта:		93:100=0,93	

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДИЗАЙНУ У ХУДОЖНЬО-ГАЛЕРЕЙНІЙ СФЕРІ

ТЕМА 1. Рекламний дизайн в музейному і художньо-галерейному середовищі як складова естетичної комунікації з глядачем (10 год.)

Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Загальний зміст виставкового дизайну.
2. Художній та комерційний образ дизайну виставкового середовища як синтез роботи дизайнерів та маркетологів.
3. Організація композиції виставкового середовища та виставкових стендів.
4. Побудова простору у виставковому дизайні.
5. Застосування кольору у виставковому дизайні: знайти та проаналізувати кращі зразки стендів.
6. Застосування ефектів композиції у виставковому дизайні: знайти та проаналізувати кращі зразки.
7. Композиційний аналіз виставкового стенду.
8. Оформлення стенду: графічні декорації, флористика, скульптурні елементи, звуковий супровід, світлові ефекти.
9. Варіанти експозиційного розміщення експонатів на стендах.
10. Виставкова сфера як вид ринкової діяльності.
11. Види реклами в художньо-виставковій сфері.
12. Історія розвитку виставкових афіш.

13. Видатні європейські художники, що створювали афіші до виставок та їх твори.
14. Видатні американські художники, що створювали афіші до виставок та їх твори.
15. Сучасна реклама художніх виставок.
16. Реклама виставок в Україні: специфічні риси становлення і розвитку в умовах Незалежності.
17. Еволюція художніх форм рекламних афіш від кінця XIX до кінця XX ст.
18. Новітня форми реклами виставкових засобів.
19. Інноваційні технології реклами у виставковому середовищі.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5].

Додаткова: [1], [2], [3], [6], [7], [8], [9], [17], [18], [19].

ТЕМА 2. Музейний та галерейно-виставковий брендинг і айдентика (10 год.)

Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Кращі стенди галерей на міжнародних виставках та ярмарках.
2. Виставкові стенди-мобілі.
3. Специфіка формування виставкового дизайну для галерей.
4. Елементи виставкового дизайну у виставковому середовищі музеїв та галерей.
5. Зразки кращого виставкового дизайну в сучасній Америці.
6. Зразки кращого виставкового дизайну сучасній Європі.
7. Зразки кращого виставкового дизайну в сучасних країнах Сходу.
8. Виставковий дизайн скандинавських країн.
9. Виставкових дизайн Німеччини.
10. Виставковий дизайн Італії.
11. Види сучасного виставкового дизайну.
12. Вимоги суспільства до сучасного виставкового дизайну.
13. Розвиток технологій як мотивація для розвитку нових медіа, видів та форм виставкового дизайну.
14. Світові лідери по створенню сучасного виставкового дизайну.
15. Наука як мотивація для нових видів виставкового дизайну.
16. Нові матеріали та досягнення технологій у боротьбі за споживача.
17. Розвиток сучасного мистецтва як можливість застосування нових образотворчих форм у сучасному виставковому дизайні.
18. Види дизайну, що задіяні у художньо-виставковій та рекламній сфері.
19. Залежність художнього образу реклами від аналізу утилітарних і естетичних запитів груп споживачів.
20. Залежність художнього образу реклами від вікових та соціально-культурних характеристик споживачів.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [7], [6], [7], [8], [9].

ТЕМА 3. Диджиталізація музейно-виставкової комунікації (10 год.)

Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Рекламний дизайн: характеристика, особливості, види.
2. Предмет рекламного дизайну.
3. Образ реклами як ідеальне уявлення про об'єкт.
4. Сміслова, знакова і ціннісна роль об'єкту дизайн-проекування.
5. Форма виробу в дизайні.
6. Рекламний дизайн Америки другої половини ХХ ст.
7. Рекламний дизайн Європи другої половини ХХ ст.
8. Рекламний дизайн СРСР другої половини ХХ ст.
9. Рекламний дизайн України другої половини ХХ ст.
10. Вираження функцій виробу в дизайні реклами.
11. Розвиток технологій як мотивація для розвитку нових медіа, видів та форм рекламного дизайну.
12. Світові лідери по створенню сучасного рекламного дизайну.
13. Наука як мотивація для нових видів рекламного дизайну.
14. Нові матеріали та досягнення технологій у боротьбі за споживача.
15. Розвиток сучасного мистецтва як можливість застосування нових образотворчих форм у сучасному рекламному дизайні.
16. Види дизайну, що задіяні у художньо-виставковій та рекламній сфері.
17. Залежність художнього образу реклами від аналізу утилітарних і естетичних запитів груп споживачів.
18. Залежність художнього образу реклами від вікових та соціально-культурних характеристик споживачів.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [7], [6], [7], [8], [9].

ТЕМА 4. Креативна реклама музейно-виставкової сфери як тренд просування арт-проектів. Техніки гри у формуванні музейно-виставкової комунікації (10 год.)

Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Види сучасного рекламного дизайну.
2. Вимоги суспільства до сучасного рекламного дизайну.
3. Розвиток технологій як мотивація для розвитку нових медіа, видів та форм реклами.
4. Світові лідери по створенню сучасної реклами.
5. Наука як мотивація для нових видів реклами.

6. Розвиток сучасного мистецтва як можливість застосування нових образотворчих форм у сучасній рекламі.
7. Способи організації композиції в дизайні реклами.
8. Естетична цінність рекламного дизайну.
9. Сприймання об'єкту дизайн-проекування людиною.
10. Естетичний та психо-емоційний вплив реклами на людину.
11. Дизайн стенду як художнє втілення маркетингових цілей.
12. Виставковий дизайн як синтез архітектурного, інтер'єрного та графічного дизайну.
13. Стенд як архітектурна конструкція.
14. Стенд як оформлення інтер'єру.
15. Складові виставкового стенду.
16. Стенд як витвір дизайну.
17. Візуальне та естетичне сприйняття стенду.
18. Формування художнього образу фірми-експонента з точки зору сприйняття відвідувачами виставки.
19. Художній образ стенду.
20. Формальна конструкція стенду: види, структури, конфігурації та пошук композиції стенду.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4].

Додаткова: [4], [9].

Кількість балів за під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання завдань – 1 б.;
- ✓ повний обсяг виконання завдань – 1 б.;
- ✓ якість виконання навчальних завдань – 1 б.;
- ✓ самостійність виконання – 1 б.;
- ✓ презентація результатів роботи на аудиторних заняттях – 1 б.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Модульний контроль проводиться у формі письмової контрольної роботи з урахуванням уніфікованої системи оцінювання навчальних досягнень студентів. Модульний контроль знань та вмінь магістрів проводиться згідно з тематичним планом і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Оцінювання відбувається після підсумкового аналізу письмових робіт студентів. Оцінка модульного контролю здійснюється за 25-бальною шкалою за такими складовими:

Теоретичні питання	5 балів
Тестові завдання	5 балів

Аналіз твору мистецтва по критеріях	10 балів
Оцінювання якості твору мистецтва по критеріях	5 балів
Всього	25 балів

Критерії оцінювання модульного контролю наведено у таблиці.

Критерії оцінювання	К-ть балів
<ul style="list-style-type: none"> повна, розгорнута, логічно побудована відповідь, застосовується фахова термінологія, подане власне бачення (демонструється не менше ніж 90% правильних відповідей по темі); володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на високому рівні; продемонстрував здатність робити висновки й обґрунтовувати свою позицію на основі проведених спостережень. 	21 – 25
<ul style="list-style-type: none"> розгорнута логічна відповідь, застосовується основна фахова термінологія, подане власне бачення (демонструється не менше ніж 80% правильних відповідей по темі); володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на високому рівні; продемонстрував здатність робити висновки на основі проведених спостережень. 	17 – 20
<ul style="list-style-type: none"> відповідь достатньо повна (не менш ніж 75% правильних відповідей), або повна з деякими незначними неточностями; не завжди демонстрував здатність свідомо використовувати теоретичні знання, застосовувати практичні вміння під час виконання модульного контролю; недостатньо виявив уміння обґрунтовано і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень. 	13 – 16
<ul style="list-style-type: none"> відповідь демонструє недостатнє знання фактичного матеріалу, допущені очевидні помилки при його викладенні; завдання виконано в неповному обсязі, у процесі його виконання допускалися помилки; студент в цілому виявив посередній рівень знань, умінь, навичок, допускав помилки у процесі виконання модульного контролю. 	9 – 12
<ul style="list-style-type: none"> відповідь неточна, тему розкрито неповно, наявні суттєві помилки; завдання виконано в неповному обсязі, у процесі його виконання виявлено чимало помилок; студент виявив лише мінімально можливий допустимий рівень знань, умінь, навичок. 	5 – 8
<ul style="list-style-type: none"> відповідь незадовільна, тему фактично не розкрито; завдання не виконано. 	1 – 4

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.

Семестровий контроль навчальним планом відповідно до освітньо-професійної програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво» передбачений у вигляді заліку, який виставляється, як сума балів за всі форми роботи протягом семестру.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю і екзамену

Семестровий контроль навчальним планом відповідно до освітньо-професійної програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво» передбачений у вигляді заліку, який виставляється, як сума балів за всі форми роботи протягом семестру.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100 балів	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками.
B	82-89 балів	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок.
C	75-81 балів	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності.
E	60-68 балів	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ «ВИСТАВКОВИЙ ТА РЕКЛАМНИЙ ДИЗАЙН»

Всього: 60 год., з них: 4ку лекцій - 8 год., практичних занять – 8 год., самостійна робота – 40 год., модульний контроль - 2 год.

Модулі	Змістовий модуль I			
Назва модуля	Інноваційні технології дизайну у художньо-галерейній сфері			
Лекції	1	2	3	4
Теми лекцій	Тема 1. Рекламний дизайн в музейному і художньо-галерейному середовищі як складова естетичної комунікації з глядачем <i>(Відвідування – 1 бал)</i>	Тема 2. Музейний та галерейно-виставковий брендинг і айдентика <i>(Відвідування – 1 бал)</i>	Тема 3. Диджиталізація музейно-виставкової комунікації <i>(Відвідування – 1 бал)</i>	Тема 4. Креативна реклама музейно-виставкової сфери як тренд просування арт-проектів. Техніки гри у формуванні музейно-виставкової комунікації <i>(Відвідування – 1 бал)</i>
Теми практичних занять	Тема 1. Рекламний дизайн в музейному і художньо-галерейному середовищі як складова естетичної комунікації з глядачем <i>(10 балів+1 бал за відвідування)</i>	Тема 2. Музейний та галерейно-виставковий брендинг і айдентика <i>(10 балів+ 1 бал за відвідування)</i>	Тема 3. Диджиталізація музейно-виставкової комунікації <i>(10 балів+1 бал за відвідування)</i>	Тема 4. Креативна реклама музейно-виставкової сфери як тренд просування арт-проектів. Техніки гри у формуванні музейно-виставкової комунікації <i>(10 балів+1 бал за відвідування)</i>
Самостійна робота	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота - 25 балів			
Всього балів	93			
Підсумковий рейтинговий бал	93 бали (коефіцієнт успішності: $93 \div 100 = 0,93$)			

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА.

Основна:

1. Батра Р., Майерс Д., Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент / Р. Батра, Д. ДжМайерс, Д. Аакер. М.; СПбК.; Киев: 2000. – 312 с. (Наявний в електронній бібліотеці кафедри)
2. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и Public Relations / И. Л. Викентьев. – СПб.: Наука, 2000. – 172 с. (Наявний в електронній бібліотеці кафедри)
3. Джугенхаймер Д. У., Уайтт Г. Н. Основы рекламного дела / Д. У. Джугенхаймер, Г. Н. Уайтт. – Самара.: 2001. – 124 с. (Наявний в електронній бібліотеці кафедри)
4. Кликс Р. Р. Художественное проектирование экспозиций / Р. Р. Кликс. – М.: Высшая школа, 2000. – 368 с. (Наявний в електронній бібліотеці кафедри)
5. Лоренц Я. Дизайн выставок: практическое руководство / Ян Лоренц, Ли Сколник, Крейг Бергер; пер. с англ. П.В.Кодолова. – М. : АСТ : Астрель, 2008. – 256 с. (Наявний в електронній бібліотеці кафедри)

Додаткова

6. Козлов В.А. Работа с молодыми специалистами. // Museum, 1988, № 156. – С. 87-90.
7. Левковец Л. Adobe Indesign CS3. Базовый курс./ Левковец Л. – СПб: ООО «БХВ-Петербург», 2007. – 502 с.
8. Литвинов В.В. Практика современной экспозиции. – М.: Плакат, 1989. – 192 с.
9. Пазынич С.Н. Философия искусства как фактор развития коммуникативной культуры в условиях трансформации общества // Изд. Акад. наук Республики Таджикистан. – Сер. : Философия и правоведение, 2007. – №1-2. – С. 85-93.
10. Панкратова Т. Photoshop 7: Учебный курс / Панкратова Т. – СПб : Питер, 2002. – 138 с.
11. Панкратова Т. Freehand 9: Учебный курс / Панкратова Т. – СПб.: Пи-тер, 2001. – 207 с.
12. Петров Л. Photoshop 7. Для профессионалов / Петров Л. – СПб.: Питер, 2003. – 214 с.
13. Петров Л. Самоучитель CorelDRAW 11/ Петров Л. – СПб.: Питер, 2003. – 112 с.
14. Поліщук А. А. Теорія та практика графіки: навч. посібник / А. А. Поліщук. – К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. – 198 с.
15. Робин У. Недизайнерская книга о дизайне / Робин У. – СПб.: Весь, 2002. – 137 с.
16. Розенсон И. А. Основы теории дизайна / Яцюк О. – СПб: Питер, 2005 – 216 с.

17. Снарский О. В. Реклама вокруг нас / О. В. Снарский. – К: Реклама, 1993. – 160 с.
18. Ученова В. В., Шомова С. А., Гринберг Т. Э., Конаныхин К. В. Реклама: палітра жанров / В. В. Ученова, С. А. Шомова, Т. Э. Гринберг, К. В. Конаныхин. – М.: Рип-холдинг, 2003. – 96 с.
19. Шпаков В.Н. История всемирных выставок / В.Н. Шпаков. – М.: АСТ: Зебра Е, 2008. – 384 с.
20. Яцюк О. Компьютерные технологии в дизайне/ Яцюк О. – СПб: ООО «БХВ-Петербург», 2003. – 464 с.
21. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий / Яцюк О. – СПб.: «БХВ-Петербург», 2004. – 240 с
22. Martin M. Pegler Visual Reference Publications,/ Martin M. Pegler 2006 г.– 175 с.