

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ

_____ 2020 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КОМУНІКАЦІЙНИЙ ДИЗАЙН

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»

освітнього рівня другого (магістерського)

освітньої програми 022.00.01 «Графічний дизайн»

спеціалізації «Дизайн реклами»

Київ – 2020



Розробник:

Алла ПОЛЩУК, старший викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач:

Тетяна КУТНЯХОВА, викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

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

Протокол № 18 від « 31 » серпня 2020 року

Завідувач кафедри дизайну  Наталія КРАВЧЕНКО

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 022.00.01 «Графічний дизайн»

« ____ » _____ 2020 р.

Гарант освітньо-професійної програми 022.00.01 «Графічний дизайн»  Олег КАРДАШ

Робочу програму перевірено
« ____ » _____ 2020 р.

Заступник директора
з науково-методичної та навчальної роботи  Алла ТАРАННИК

Пролонговано:

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

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

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

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

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

_____ Олексій ЖИЛЬЦОВ
“ _____ ” _____ 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КОМУНІКАЦІЙНИЙ ДИЗАЙН

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньої програми 022.00.01 «Графічний дизайн»
спеціалізації «Дизайн реклами»

Розробник:

Алла ПОЛЩУК, старший викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач:

Тетяна КУТНЯХОВА, викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

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

Протокол № 18 від « 31 » серпня 2020 року

Завідувач кафедри дизайну _____ Наталія КРАВЧЕНКО

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 022.00.01 «Графічний дизайн»

«___» _____ 2020 р.

Гарант освітньо-професійної програми

022.00.01 «Графічний дизайн» _____ Олег КАРДАШ

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 НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання		
	денна	заочна	
Вид дисципліни	вибіркова		
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська		
Загальний обсяг кредитів / годин	6 / 180		
Курс	5		
Семестр	9	10	-
Кількість змістових модулів з розподілом:	2		-
Обсяг кредитів	3	3	-
Обсяг годин, в тому числі:	90	90	-
Аудиторні	24	24	-
Модульний контроль	6	6	-
Семестровий контроль	-	30	-
Самостійна робота	60	30	-
Форма семестрового контролю	-	іспит	-

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 проектуванні об'єктів комунікаційного дизайну.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- набуття базових знань з комунікаційного дизайну;
- ознайомлення з основними напрямками розвитку сучасних рекламних технологій;
- засвоєння основних понять візуальної комунікації та виявлення особливостей історичного розвитку комунікаційного дизайну у синтезі з розвитком науки, техніки й технології;
- придбання практичних навичок в проектуванні об'єктів комунікаційного дизайну.

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

Загальні компетентності:

Світоглядна (ЗК 1):

- розуміння сутності і соціальної значущості майбутньої професії;
- здатність до абстрактного та аналітичного мислення й генерування ідей;
- розуміння значущості для власного розвитку історичного досвіду людства,
- збереження національних духовних традицій,

Громадська (ЗК 2):

- повага до Батьківщини, народу, держави, її символіки, традицій, мови,
- уміння діяти із соціальною відповідальністю та громадською свідомістю,
- здатність цінувати і поважати національну своєрідність та мультикультурність.

Комунікативна (ЗК 3)

- здатність до міжособистісного спілкування, емоційної стабільності, толерантності,
- здатність працювати в команді (творчому колективі),
- навички використання комунікаційних технологій.

Науково-дослідницька (ЗК 5)

- 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,
- здатність до нестандартних рішень типових задач і здатність вирішувати нестандартні завдання.

Самоосвітня (ЗК 6)

- здатність до самостійної пізнавальної діяльності, самоорганізації та саморозвитку,

- спрямованість на розкриття особистісного творчого потенціалу та самореалізацію,
- прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху.

Фахові компетентності базові (організаційна (ФК1), естетико-культурологічна (ФК 2), особистісно-креативна (ФК 3), художньо-творча (ФК 4), практична (ФК 7), а саме:

- здатність до організації й виконання оригінальних творчих проектів у складі групи;
- здатність до естетизації середовища та активної участі у соціокультурному житті;
- здатність виявляти художні знання, які відображають видову специфіку та взаємодію візуальних мистецтв;
- здатність до формування сучасного дизайнерського та художньо-творчого мислення, застосування набутих знань на практиці;
- здатність визначати доцільну стилістику дизайн-проекту та дотримуватися принципів стилістичної єдності в розробці й подачі всіх складових проекту;
- здатність застосовувати здобуті знання на практиці, розв'язувати складні задачі в галузі дизайнерської, виставкової, викладацької діяльності.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Знання:

- класифікації основних видів комунікаційного дизайну;
- основних методів, прийомів і засобів комунікаційного дизайну;
- закономірностей сприйняття рекламної інформації, значення кольору в предметному середовищі;

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-проектуванні об'єктів рекламної продукції;
- застосує художньо-виразні засоби в проектуванні об'єктів рекламної продукції в галузі графічного дизайну, візуальних комунікацій і дизайну реклами.

Програмні результати навчання (ПРН 1, ПРН 2, ПРН 5, ПРН 6, ПРН 12, ПРН 15)

- Розуміти специфіку концептуального проектування;
- Формулювати авторську концепцію проекту;
- Критично опрацьовувати проектний доробок українських та зарубіжних фахівців, застосовувати сучасні методики та технології наукового аналізу.
- Здатність до застосування засобів кольорової гармонії в художньо-образному проектуванні.
- Мати синтетичне уявлення щодо історії формування сучасної візуальної культури, вміти абстрагувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах.
- Розробляти науково-обґрунтовану концепцію для розв'язання фахової проблеми.
- Здатність до науково-дослідницької діяльності у сфері дизайну.
- Мисленнєва активність, творчий підхід у вирішенні нестандартних завдань.
- Орієнтуватись у генезисі сучасного художнього процесу в дизайні, знати естетичні проблеми дизайнерських шкіл та напрямків.
- Відображати концептуальне рішення об'єктів дизайну, застосовувати прийоми графічної подачі при розв'язанні проектних завдань; формувати і розвивати власний авторський стиль, манеру виконання.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для денної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт				
		Аудиторна робота			МК Сем. контроль	Самостійна
		Лекцій	Семінари	Практичні		
9-й семестр						
Змістовий модуль I. Дизайн візуальних комунікацій реклами						
Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії	12	2	-	2		8
Комунікаційний дизайн соціально-інформаційної реклами	30	-	-	10		20
Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами	42	-	-	10		32
Модульний контроль	6				6	
Разом	90	2	-	22	6	60
10-й семестр						
Змістовий модуль II. Проектування об’єктів комунікаційного дизайну						
Концептуальна графіка	10	2	-	2		6
Інфографіка як супровід дизайн-проектів	18	-	-	10		8
Візуальна ідентифікація та ребрендінг громадських об’єктів	14	-	-	6		8
Інформаційно-рекламна продукція	12	-	-	4		8
Модульний контроль	6				6	
Підготовка та проходження контрольних заходів	30	-	-	-	30	-
Разом	90	2	-	22	36	30
Разом за навчальним планом	180	4	-	44	42	90

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

9-й семестр

Змістовний модуль I. Дизайн візуальних комунікацій реклами

Тема 1. Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії

Лекція (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 XX ст.), поява цифрових носіїв, глобальної мережі, інформаційних комп'ютерних технологій (кінець XX ст. і початок XXI ст.).

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

Засоби візуальної комунікації та рекламної продукції та їх види: телереклама (анімаційні та графічні відео тощо), друкована поліграфічна реклама (буклети, плакати, листівки тощо), засоби зовнішньої реклами (реklamні 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.

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

Література: [1, 2, 3, 6].

Практичне заняття (2 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити концепцію заходу на тему «Ландшафтний етнофестиваль».

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

- специфіка використання основних законів зорового сприйняття в графічному дизайні та рекламному комунікаційному дизайні;
- аналіз прикладів оптичних ілюзій в рекламному аспекті дизайн-проектів;

- використання графічних прийомів у синтезі з комп'ютерною графікою для створення ефективного комунікаційного повідомлення в рекламній графіці та дизайн-проектах.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Література: [2, 3, 7].

Тема 2. Комунікаційний дизайн соціально-інформаційної реклами

Практичні заняття (10 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити рекламно-інформаційний щит (білборд) інформаційного спрямування на тему «Ландшафтний етнофестиваль», використовуючи закони зорового сприйняття (оптичні ілюзії).
2. Створити рекламно-інформаційний плакат інформаційного спрямування на тему «Ландшафтний етнофестиваль», використовуючи закони зорового сприйняття (оптичні ілюзії).
3. Створити рекламно-інформаційну листівку інформаційного спрямування на тему «Ландшафтний етнофестиваль», використовуючи закони зорового сприйняття (оптичні ілюзії).

Матеріал: папір (формат А-4), комп'ютерна графіка, авторська техніка.

Роздрукувати роботу на кольоровому принтері.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

- різні види композиційної організації білбордів: монтажна, сюжетна й формальна;
- змістова та художньо виразна складова зображення з використанням оптичних ілюзій;

- вибір найкращого варіанту інформаційно-рекламного плакату по темі з опрацьованого ескізного матеріалу (цікавий задумі виразне графічне рішення);
- специфіка графічних прийомів у синтезі з комп'ютерною графікою.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Література: [2, 3, 7].

Тема 3. Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами

Практичні заняття (10 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити логотип для теми «Ландшафтний етнофестиваль», використовуючи закони зорового сприйняття (оптичні ілюзії).
2. Створити умовні позначення (знаки) для теми «Ландшафтний етнофестиваль», використовуючи закони зорового сприйняття, інфографіку.

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 рекламного логотипу;
- значення візуальних прийомів метафори при створенні рекламного образу;
- специфіка підготовчої роботи для створення рекламної друкованої продукції (логотипу, умовних позначень).

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

III. Модульний контроль знань.

Література:[3, 5, 7]

Інтернет ресурси: <http://kak.ru/>, <http://graphic.org.ru/>

10-й семестр

Змістовний модуль II. Проектування об'єктів комунікаційного дизайну**Тема 4. Концептуальна графіка****Лекція 2. (2 год.)**

Концептуальна графіка, специфіка використання в комунікаційному дизайні та методика графічного супроводу дизайн-проектів. *Інфографіка* – це графічне візуальне подання інформації, даних або знань, призначених для швидкого та чіткого відображення комплексної інформації; різновид сучасного візуального дизайну. Графічні засоби інфографіки передають суть інформації в оригінальній художньо-виразній формі, яка добре запам'ятовується. Графічні зображення і візуалізація інформації роблять її більш привабливою та переконливою. Інфографіка ґрунтується на певних законах побудови інформаційної графіки та зорового сприйняття зображень (знаків, піктограм, фотографій, рисунків тощо). Специфікою успішної інфографіки є поєднання ручної графіки і зрозумілої, точної текстової інформації у синтезі з інноваційними технологіями. Використовуються прийоми візуальної ідентифікації певної компанії: створення образу (keyvisual), персонажів, розкадровки і графіки для реклами, сторітеллінг (storytelling) тощо.

Основні поняття теми: *концептуальна графіка, інфографіка, сторітеллінг.*

Література:[1, 2, 3, 6].

Практичне заняття (2 год.)**План****I. Виконання практичної роботи.**

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити концептуальний графічний власний бренд.

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

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

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Література:[1, 3, 4]

Інтернет ресурси: <http://kak.ru/>

Тема 5. Інфографіка як супровід дизайн-проектів

Практичні заняття (10 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

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

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

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Література:[1, 3, 4]

Інтернет ресурси: <http://kak.ru/>

Тема 6. Візуальна ідентифікація та ребрендінг громадських об'єктів

Практичні заняття (6 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити фірмовий знак для громадських об'єктів (Молодіжний центр дозвілля).

- Виявити специфіку візуальних характеристик створеного логотипу (емблеми), використовуючи трансформацію основних структурних елементів і дотримання засад узагальнення, використовуючи концепцію фірмового стилю іподрому.

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

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

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

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Література:[1, 3, 4]

Інтернет ресурси: <http://kak.ru/>

Тема 7. Інформаційно-рекламна продукція

Практичні заняття (4 год.)

План

I. Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити рекламну афішу для Молодіжного центру дозвілля.

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/)

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Таблиця 3

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1			
		ЗМ1 1-й семестр		ЗМ2 2-й семестр	
		Кількість одиниць	Максимальна к-сть балів	Кількість одиниць	Максимальна к-сть балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
Відвідування практичних занять	1	1	11	1	11
Робота на практичному занятті	10	3	30	4	40
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом			82		97
Максимальна кількість балів: 179					
Розрахунок коефіцієнта: 179 : 60 = 2,98					

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Бал
	ЗМ 1. Дизайн візуальних комунікацій реклами	60	15
1.	Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії. - Опрацювання фахових видань і створення концепції заходу «Ландшафтний етнофестиваль»	8	5
2.	Комунікаційний дизайн соціально-інформаційної реклами. - Ескізи білборду «Ландшафтний етнофестиваль»;	20	5

	- ескізи рекламного плакату «Ландшафтний етнофестиваль»		
3.	Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами. - Ескізи логотипу «Ландшафтний етнофестиваль» - Ескізи знаків «Ландшафтний етнофестиваль»	32	5
	ЗМ 2. Проектування об'єктів комунікаційного дизайну	30	20
4.	Концептуальна графіка - Ескізи концептуального графічного власного бренду	6	5
5.	Інфографіка як супровід дизайн-проектів. - Ескізи інфографіки реклами власної дизайн-студії; - Ескізи персонажа-символа дизайн-студії	8	5
6.	Візуальна ідентифікація та ребрендінг громадських об'єктів. - Ескізи розробки логотипа, фірмового знаку Молодіжного центру дозвілля	8	5
7.	Інформаційно-рекламна продукція. - Ескізи розробки рекламної продукції	8	5
	Разом	90	35

Критерії оцінювання рівня виконання завдань для самостійної роботи:

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

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

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

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

Критерії оцінювання модульного контролю наведено у таблиці.

Критерії оцінювання	К-ть балів
– виконав в зазначений термін і на високому рівні весь обсяг роботи – володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на високому рівні; – здатний грамотно визначати й ефективно здійснювати навчальні задачі з урахуванням особливостей навчально-виховного процесу;	21 – 25

– продемонстрував старанність, самостійність, ініціативу, активність, творче ставлення у процесі виконання усіх завдань, здатність робити висновки й обґрунтовувати свою позицію на основі проведених спостережень.	
– 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, 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.	17 – 20
– 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, свідомо використовувати теоретичні знання, застосовувати практичні вміння під час проходження курсу; – виявив здатність грамотно, але недостатньо самостійно опрацьовувати навчальні матеріали; – продемонстрував старанність, відповідальне ставлення у процесі виконання завдань, але недостатньо виявив уміння обґрунтовано і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень.	13 – 16
– 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; – недостатньо виявив самостійність, ініціативу у процесі вирішення навчальних задач; не завжди враховував специфіку організації навчально-виховного процесу; – 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.	9 – 12
– 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; – завдання курсу були виконані в неповному обсязі, неохайно, з помилками, подані на перевірку не своєчасно, не містили усіх	5 – 8

необхідних елементів, визначених програмою курсу; – ставлення студента до навчання недостатньо старанне та відповідальне.	
– завдання не виконані; – студент виявив незадовільний рівень знань, умінь; невміння послідовно, грамотно і самостійно планувати й організовувати навчання, 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.	1 – 4

6.4. ФОРМИ ПРОВЕДЕННЯ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Семестровий контроль проводиться перед екзаменом у вигляді перегляду оформлених та роздрукованих практичних робіт (А-4, А-3 формат).

Кількість балів за роботу за виконані та оформленні роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні та оформленні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

Тривалість проведення	4 години
Максимальна кількість балів	40 балів
Орієнтовний перелік питань	Розробити суперграфіку як рекламний об'єкт комунікаційного дизайну на фасаді будівлі. Тема композиції суперграфіки визначається студентом відповідно до призначення будівлі.
Перелік допоміжних матеріалів	Технічні засоби – комп'ютер. Встановлені програми Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, наявність інтернету.

Практичне екзаменаційне завдання здається в електронному вигляді.

Розміри графічного файлу: Ф – А4, збережений у JPG, PDF.

Критерії оцінювання	К-ть балів
Студент продемонстрував відмінний рівень знань основних методів і прийомів комунікаційного дизайну, закономірностей сприйняття графічної та рекламної інформації, композиційних прийомів зображення, уміння використовувати художньо-виразні засоби і прийоми, асоціативні та оптичні властивості візуальних образів суперграфіки, об'єктів графічного дизайну, оригінальне вирішення творчого проектного образу та відтворення двовимірних і тривимірних об'єктів рекламної продукції, використовуючи виразні можливості комп'ютерної графіки.	35 – 40
Студент продемонстрував добрий рівень знань основних методів і прийомів комунікаційного дизайну, закономірностей сприйняття графічної та рекламної інформації, композиційних прийомів зображення, уміння використовувати художньо-виразні засоби і прийоми суперграфіки, об'єктів графічного дизайну та відповідне відтворення двовимірних і тривимірних об'єктів рекламної продукції, використовуючи виразні можливості комп'ютерної графіки.	29 – 34
Студент продемонстрував знання основних методів і прийомів комунікаційного дизайну, закономірностей сприйняття графічної та рекламної інформації, композиційних прийомів зображення, проте не досконале використання художньо-виразних засобів і прийомів суперграфіки, об'єктів графічного дизайну, не узгодженість проектного образу суперграфіки та відтворення дизайн-об'єктів засобами комп'ютерної графіки.	23 – 28
Студент продемонстрував знання основних методів і прийомів комунікаційного дизайну, закономірностей сприйняття графічної та рекламної інформації, проте не досконале використання композиційних прийомів і художньої виразності суперграфіки, не узгодженість проектного зображення відтворенню дизайн-об'єктів засобами комп'ютерної графіки.	17 – 22
Студент продемонстрував лише мінімально можливий допустимий рівень знань основних методів і прийомів комунікаційного дизайну, закономірностей сприйняття графічної та рекламної інформації, завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання виявлено чимало помилок, що засвідчує низький рівень знань матеріалу навчальної дисципліни.	11 – 16
Студент виявив незадовільний рівень знання основних методів і прийомів комунікаційного дизайну, закономірностей сприйняття графічної та рекламної інформації, відсутність навичок використання художньо-виразних засобів зображення, завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання виявлено суттєві помилки, що засвідчує низький рівень знань матеріалу навчальної дисципліни.	0 – 10

6.6. Шкала відповідності оцінок

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

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

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

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

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

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

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

Книга у вільному доступі Інтернету: www.nauka/x-pdf.ru

Додаткові:

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

5. Лесняк В. Акцидентный шрифт. – Харьков.: Колорит, 2004.

6. Николаева Ж. В. Основы теории коммуникации: Учебно-методическое пособие для студентов. — Улан-Удэ: Издательство ВСГТУ, 2004. — 274 с.

7. Претте М.К. Как понимать искусство: Живопись. Скульптура. Архитектура. История, эпохи и стили / Мария Карла Претте, Альфонсо Де Джорджис: Пер. с итал. – М.: ЗАО "Интербук-бизнес", 2002. – 432 с.: ил.

Інтернет джерела:

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