

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« 01 » 09 2021 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ДИЗАЙН АКЦИДЕНТНОЇ ПРОДУКЦІЇ

для студентів

спеціальності 061 *Журналістика*

освітнього рівня *першого (бакалаврського)*

освітньої програми 061.00.03 *Видавнича справа та редагування*



Київ – 2021

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра видавничої справи



ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов
2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ДИЗАЙН АКЦИДЕНТНОЇ ПРОДУКЦІЇ

для студентів

спеціальності 061 «журналістика»

освітнього рівня першого (бакалаврського)

освітньої програми 061.00.03 «Видавнича справа та редагування»

Київ - 2020

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Прогр. № 0953/20
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 2020 р.

Розробник:

Женченко Ігор Вікторович, старший викладач кафедри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач:

Женченко Ігор Вікторович, старший викладач кафедри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол від 31 серпня 2020 року № 1

Завідувач кафедри Ма Л. Г. Масімова

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з видавничої справи та редагування

31 серпня 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми Ш В. І. Шпак

Робочу програму перевірено

1 вересня 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Р О. А. Росінська

Пролонговано

на 2021/2022 н.р. підпис (ПІБ), «27» 08 20 21 р., протокол № 1 Ма

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	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	7/210	-
Курс	2	-
Семестр	3,4	-
Кількість змістових модулів з розподілом	7	-
Обсяг кредитів	7	-
Обсяг годин, в тому числі:	210	-
Аудиторні	98	-
Модульний контроль	14	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	98	-
Форма семестрового контролю	Залік у 4-му семестрі	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є вироблення у студентів професійних навичок уже у процесі навчання, а також засвоєння студентами теоретичних та практичних знань у галузі дизайну акцидентної продукції, ознайомити студентів з типологією акцидентної продукції, особливостями розроблення дизайн-концепції акцидентної друкованої продукції.

Завдання курсу полягають у засвоєнні студентами основних етапів створення та втілення дизайн-концепції різних видів акцидентної друкованої продукції.

Під час практичних занять, індивідуальної та самостійної практичної роботи студенти повинні набути таких **компетентностей**:

Завдання дисципліни передбачають: розвивати *фахові компетентності* спеціальності:

- **ФК-1.** Здатність застосовувати та оцінювати знання з галузі соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності:
 - знання алгоритму редакційної підготовки видавничого продукту (друкованого, електронного, теле- та радіопродукту) ;
 - знання основних поліграфічних процесів і вимоги до поліграфічного виконання видання;
 - здатність до засвоєння фундаментальних знань з комп'ютерно-видавничих технологій.

- **ФК-2.** Здатність організовувати й проводити професійну діяльність у галузі соціальних комунікацій:
 - здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.
- **ФК-5.** Здатність формувати та створювати інформаційний контент:
 - уміння застосувати комп'ютерно-видавничі технології у процесі медіа-виробництва;
 - здатність аналізувати дизайн-концепцію видання, місце в ній структурно виражальних компонентів, уміння їх фахово оцінювати, оптимізувати;
 - здатність контролювати якість текстового та мультимедійного контенту різних видів медійних продуктів.

3.РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Програмні результати навчання:

- **ПРН-10.** Відтворювати інформаційні та комунікаційні технології.

Діяльність (робота) студентів у Центрах компетентностей РОБОТА У ЦЕНТРІ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ Виконання модульних контрольних робіт

Завдання 1: Підготувати кілька варіантів логотипу для розроблення друкованої акцидентної продукції як основи фірмового стилю видавництва.

Завдання 2: Розробити дизайн-концепцію та створити календар для рекламування конкретного видавничого продукту.

Завдання 3: Розробити дизайн-концепцію та створити плакат для рекламування видавництва.

Завдання 4: Розробити дизайн-концепцію та створити іміджеву візитівку.

Завдання 5: Розробити дизайн-концепцію та створити листівку для рекламування видавничого продукту.

Завдання 6: Розробити дизайн-концепцію та створити буклет видавництва.

Завдання 7: Розробити дизайн-концепцію та створити каталог видань.

4. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна:					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторна	Модульні	
Ш семестр							
Змістовий модуль 1. Поняття «акцидентна друкована продукція».							
Товарний знак (логотип) в дизайні акцидентної продукції							
Тема 1. Поняття, види акцидентної друкованої продукції. Роль товарного знаку (логотипу) у системі акцидентної продукції. Класифікація та етапи розробки знаку (логотипу)	14		4				
Тема 2. Реалізація візуального образу знаку (логотипу) шляхом мікрозамальовок. Створення векторних об'єктів (знаків і логотипів) в Adobe Illustrator	8		4				14
Тема 3. Види акцидентної продукції у формуванні фірмового стилю. Особливості розроблення графічних концепцій для різних видів акцидентної продукції	4		4				
Модульний контроль	2					2	
Разом	28		12			2	14
Змістовий модуль 2. Створення закладки і календаря							
Тема 4. Створення закладки для рекламування видавничої продукції. Вибір формату, фону, ілюстративного матеріалу, композиції, технічна редакція закладки	10		4				6
Тема 5. Кишеньковий календар як вид акцидентної продукції	12		4				8
Тема 6. Добір ілюстративного матеріалу, композиційне вирішення та оформлення календаря	4		4				
Модульний контроль	2					2	
Разом	28		12			2	14
Змістовий модуль 3. Створення плаката							
Тема 7. Плакат як вид акцидентної продукції	18		4				14
Тема 8. Акцидентні та набірні шрифти в плакаті	4		4				
Тема 9. Пошук креативного рішення дизайну плакату	4		4				
Тема 10. Композиційне рішення плакату, принципи об'єднання елементів	4		4				
Тема 11. Підготовка pdf-файла календаря і плакату для друкарні	2		2				
Модульний контроль	2					2	
Разом	34		18			2	14
Усього	90		42			6	42

IV СЕМЕСТР

Змістовий модуль 4. Візитівка як вид акцидентної продукції

Тема 1. Створення горизонтальної та вертикальної іміджевої візитівки видавництва	18		4				14
Тема 2. Створення бланку видавництва. Правила розташування елементів	4		4				
Тема 3. Ілюстрація в акцидентній продукції. Класифікація ілюстрацій	4		4				
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	28		12			2	14

Змістовий модуль 5. Створення листівки і буклету

Тема 4. Цільове призначення та типологічні особливості листівок. Етапи розроблення макету листівки	18		4				14
Тема 5. Буклет як вид акцидентної друкованої продукції	4		4				
Тема 6. Створення оригінал-макету буклету	6		6				
Тема 7. Підготовка буклету до друку	4		4				
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	34		18			2	14

Змістовий модуль 6. Каталог як вид акцидентної продукції

Тема 8. Особливості розроблення багатосторінкової акцидентної продукції	4		4				
Тема 9. Створення дизайн-концепції каталогу	4		4				
Тема 10. Робота з оригінал-макетом каталогу. Модульна сітка, ілюстрації	18		4				14
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	28		12			2	14

Змістовий модуль 7. Створення різних типів обкладинок

Тема 11. Ритм, стиль та цілісність обкладинки	4		4				
Тема 12. Створення обкладинки до каталогу	4		4				
Тема 13. Створення технічної редакції для різних типів обкладинок	14						14
Тема 14. Особливості підготовки до друку обкладинок у програмах Adobe Photoshop і Adobe Illustrator	4		4				
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	28		12			2	14
<i>Залік</i>							
<i>Усього</i>	120		56			8	56
<i>Разом за курс</i>	210		98			14	98

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

III семестр

Змістовий модуль I. ТОВАРНИЙ ЗНАК (ЛОГОТИП) В ДИЗАЙНІ АКЦИДЕНТНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Тема 1. Поняття, види акцидентної друкованої продукції. Роль товарного знаку (логотипу) у системі акцидентної продукції. Класифікація та етапи розробки знаку (логотипу)

Поняття «акцидентна друкована продукція». Основні особливості графічного дизайну друкованих медій: образність (візуальне образне мислення), інноваційність (здатність втілювати креативні ідеї), системність. Визначення поняття «товарний знак». Функції товарного знаку у дизайні акцидентної продукції. Види товарних знаків та їх особливості: зображувальні товарні знаки, словесні товарні знаки, комбіновані товарні знаки, об'ємні товарні знаки. Етапи розробки товарних знаків і логотипів.

Тема 2. Реалізація візуального образу знаку (логотипу) шляхом мікрозамальовок. Створення векторних об'єктів (знаків і логотипів) в Adobe Illustrator

Основні ознаки графічних елементів фірмового стилю: новизна ідеї, асоціативність, лаконічність, естетичність, колір, здатність до пристосування. Мікрозамальовки як техніка реалізації візуального образу товарного знаку (логотипу). Використання інструментів Adobe Illustrator для побудови композиції товарних знаків (логотипів) як основи графічного дизайну носіїв фірмового стилю: пропорції, масштаб, контраст, ритм, форма і колір, акцент.

Тема 3. Види акцидентної продукції у формуванні фірмового стилю. Особливості розроблення графічних концепцій для різних видів акцидентної продукції

Види акцидентної продукції. Основні носії елементів фірмового стилю: друкована реклама фірми; сувенірна реклама; елементи діловодства (цінні папери організації; настільні щоденники, фірмові бланки, конверт, фірмові папки; фірмові блоки паперів для записів, запрошення); документи і посвідчення: пропуски; візитні картки; посвідчення співробітників; значки стендистів. Особливості розроблення дизайн-концепції поліграфічних носіїв фірмового стилю: видових листівок; проспектів; каталогів; путівників, реклами в пресі; буклетів; календарів (настінних, настільних, кишенькових), плакатів.

Змістовий модуль II. СТВОРЕННЯ ВЕКТОРНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ДИЗАЙНУ АКЦИДЕНТНОЇ ПРОДУКЦІЇ І ЗАКЛАДКИ

Тема 4. Створення закладки для рекламування видавничої продукції. Вибір формату, фону, ілюстративного матеріалу, композиції, технічна редакція закладки

Види закладок. Створення фону (використання кольорів, градієнтів, створення переходу кольорів за допомогою масок шару) в програмі Adobe Photoshop. Вибір шрифтів, ілюстративного матеріалу для закладки. Особливості додрукарської підготовки закладки у програмах Adobe Photoshop і Adobe InDesign. Ознайомлення з принципами розроблення технічної редакції з використанням інструментів Adobe Photoshop.

Тема 5. Кишеньковий календар як вид акцидентної продукції

Композиція як основа графічного дизайну носіїв фірмового стилю: пропорції, масштаб, контраст, ритм, форма і колір, акцент.

Класифікація календарів. Використання законів композиції в оформленні календаря. Зображення і шрифт як засоби виразності композиції.

Специфіка створення технічної редакції календаря залежно від виду та функціонального призначення.

Тема 6. Добір ілюстративного матеріалу, композиційне вирішення та оформлення календаря

Вибір шрифтів, ілюстративного матеріалу для календаря. Опрацювання зображень у програмі Adobe Photoshop (кадрування, кольорна і тонова корекція). Створення першої сторінки календаря у програмі Adobe Photoshop. Створення другої сторінки календаря у програмі Adobe Illustrator.

Змістовий модуль III. Плакат як вид акцидентної продукції

Тема 7. Плакат як вид акцидентної продукції

Витоки плакату. Виділення плакату у професійній та творчій діяльності. Мистецькі пошуки та експерименти 20-30-х років ХХст. Роль і місце плаката в системі візуальної комунікації. Образотворчі засоби композиції плаката. Графічна мова плаката.

Тема 8. Акцидентні та набірні шрифти в плакаті

Поняття «акцидентний шрифт». Акцидентний шрифт як засіб візуальної комунікації. Техніки акцидентних шрифтів у мистецтві плакату.

Тема 9. Пошук креативного рішення дизайну плакату

Розроблення дизайн-концепції плакату умовноствореного видавництва. Мозковий штурм, продукування та обговорення креативних дизайн-концепцій. Вибір шрифтового та ілюстративного матеріалу.

Тема 10. Композиційне рішення плакату, принципи об'єднання елементів
Робота над композицією рекламного плакату умовноствореного видавництва. Презентація дібраного для плакату матеріалу у групі, критичне оцінювання та обговорення, відбір і затвердження ілюстративного матеріалу для плакату.

Тема 11. Підготовка pdf-файла календаря і плаката для друкарні
Об'єднання шарів у програмі Adobe Photoshop. Експорт файла з програми Adobe Photoshop в програму Adobe InDesign. Встановлення налаштувань у програмі Adobe InDesign для збереження файла у формат pdf необхідної для поліграфічного відтворення якості.

IV семестр

Змістовий модуль 4. Візитівка як вид акцидентної продукції

Тема 1. Створення горизонтальної та вертикальної іміджевої візитівки видавництва

Розроблення дизайн-концепції візитівки. Вибір шрифтового оформлення візитівки. Особливості роботи з ілюстративним матеріалом для візитівки. Створення двосторонньої листівки. Дотримання правила єдності змісту і форми.

Тема 2. Створення бланку видавництва. Правила розташування елементів
Розроблення дизайн-концепції бланку. Вибір шрифтового оформлення для корпоративного бланку. Особливості роботи з ілюстративним матеріалом для бланку. Розроблення композиції.

Тема 3. Ілюстрація в акцидентній продукції. Класифікація ілюстрацій
Визначення поняття, функції ілюстрацій. Види ілюстрацій за їх значенням і місцем у книзі. Створення колажу з ілюстрацій. Створення 3-D ілюстрації.

Змістовий модуль 5. Створення листівки і буклету

Тема 4. Цільове призначення та типологічні особливості листівок. Етапи розроблення макету листівки

Розроблення дизайн-концепції і оригінал-макету двосторонньої листівки. Створення шаблонів та стилів. Вибір способів розташування ілюстративного матеріалу. Добір шрифтів. Розроблення оригінал-макету.

Тема 5. Буклет як вид акцидентної друкованої продукції

Види буклетів. Розроблення дизайн-концепції буклету на дві біговки. Створення шаблонів та стилів. Вибір способів розташування ілюстративного матеріалу.

Тема 6. Створення оригінал-макету буклету

Розроблення оригінал-макету буклету на дві біговки. Робота над композиційною структурою. Аналіз помилок у верстці буклету. Вичитування текстів. Підготовка файлу на вивід.

Змістовий модуль 6. Каталог як вид акцидентної продукції

Тема 8. Особливості розроблення багатосторінкової акцидентної продукції

Аналіз дизайн-концепцій різних видів багатосторінкової акцидентної друкованої продукції (ділові щоденники, каталоги, книги облікової та звітної документації тощо).

Тема 9. Створення дизайн-концепції каталогу

Специфіка розроблення дизайн-концепції каталогу. Дизайн-концепція блоку каталогу. Дизайн-концепція обкладинки каталогу.

Тема 10. Робота з оригінал-макетом каталогу. Модульна сітка, ілюстрації

Розроблення дизайн-концепції блоку каталогу. Модульна сітка як основа композиції каталогу.

Змістовий модуль 7. Створення різних типів обкладинок

Тема 11. Ритм, стиль та цілісність обкладинки

Види обкладинок. Специфіка розроблення дизайн-концепції м'якої обкладинки зі шрифтовою композицією, зі шрифтово-ілюстративною композицією. Специфіка дизайн-концепції обкладинки з клапанами.

Тема 12. Створення обкладинки до каталогу

Створення обкладинки для каталогу у програмі Adobe Photoshop. Підготовка файлу для часткового лакування у програмі Adobe Illustrator.

Тема 13. Створення технічної редакції для різних типів обкладинок

Підготовка у програмі Adobe Photoshop технічної редакції для м'якої обкладинки, м'якої обкладинки з клапанами, палітурки.

Тема 14. Особливості підготовки до друку обкладинок у програмах Adobe Photoshop і Adobe Illustrator

Використання інструментарію програм растрової і векторної графіки Adobe Photoshop і Adobe Illustrator для втілення дизайн-концепції обкладинки (палітурки).

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Семестр 3		Семестр 4	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування на практичному занятті	1	21	21	28	28
Робота на практичному занятті	10	21	210	28	280
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	4	20
Виконання модульної роботи	25	3	75	4	100
Виконання ІНДЗ					
<i>Разом</i>	749		321		428
Максимальна кількість балів	749				
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $749:100 = 7,49$ Студент набрав: 712 балів Оцінка: $712:7,49 = 95$ балів А (зараховано)				

До залікового портфоліо входять підготовлені студентами протягом 3-го і 4-го семестрів календарик, візитівка, бланк, листівка, плакат, буклет, каталог.

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль І (14 год.)

Тема 2. Реалізація візуального образу знаку (логотипу) шляхом мікрозамальовок. Створення векторних об'єктів (знаків і логотипів) в Adobe Illustrator

Завдання 1. Розробити дизайн-концепцію логотипу для майбутньої акцидентної друкованої продукції в програмі Adobe Illustrator.

Змістовий модуль ІІ (14 год.)

Тема 4. Створення закладки для рекламування видавничої продукції. Вибір формату, фону, ілюстративного матеріалу, композиції, технічна редакція закладки

Завдання 2. Розробити дизайн-концепцію та створити закладку для рекламування видавництва загалом.

Змістовий модуль III (14 год.)

Тема 10. Плакат як вид видавничої продукції

Завдання 3

1. Ознайомитися із творчістю сучасних українських плакатистів (наприклад, з творчістю Ірини Вештак-Остроменської. Адреса сайту: <http://www.veshtakostromenska.com>).
2. Ознайомитися із сайтами, присвяченими мистецтву плаката (<http://www.plakaty.ru/remarks>).

IV СЕМЕСТР

Змістовий модуль IV (14 год.)

Тема 1. Створення горизонтальної та вертикальної іміджевої візитівки видавництва

Завдання 1

- 1) Розробити концепцію
 - поштової листівки,
 - художньої листівки.
- 2) Створити власну двомовну візитівку.

Змістовий модуль V (14 год.)

Тема 4. Цільове призначення та типологічні особливості листівок. Етапи розроблення макету листівки

Завдання 2

Проаналізувати різні типи листівок. Визначити та пояснити типові помилки. Розробити оригінал-макет рекламної листівки книги.

Змістовий модуль VI (14 год.)

Тема 10. Робота з оригінал-макетом каталогу. Модульна сітка, ілюстрації

Завдання 3

Дібрати приклади різних видів растрових і векторних ілюстрацій відповідно до класифікації.
Оформити роботу як презентацію.

Змістовий модуль VII (14 год.)

Тема 13. Створення технічної редакції для різних типів обкладинок

Завдання 4

Розробити технічну редакцію для м'якої обкладинки, м'якої обкладинки з клапанами і палітурки.

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали
III семестр		
Тема 2. Реалізація візуального образу знаку (логотипу) шляхом мікрозамальовок. Створення векторних об'єктів (знаків і логотипів) в Adobe Illustrator	Практичні заняття, модульний контроль, залік	5
Тема 4. Створення закладки для рекламування видавничої продукції. Вибір формату, фону, ілюстративного матеріалу, композиції, технічна редакція закладки	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5
Тема 10. Плакат як вид видавничої продукції	Практичне заняття, семінарське заняття, модульний контроль, залік	5
IV семестр		
Тема 1. Створення горизонтальної та вертикальної іміджевої візитівки видавництва	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5
Тема 4. Цільове призначення та типологічні особливості листівок. Етапи розроблення макету листівки	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5
Тема 10. Робота з оригінал-макетом каталогу. Модульна сітка, ілюстрації	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5
Тема 13. Створення технічної редакції для різних типів обкладинок	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5
Разом: 98 год		35

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом в електронному вигляді і прикріплюється до електронного курсу в Google Classroom.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем робочій програмі. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих завдань. Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 7, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Модульна контрольна робота № 1

Завдання: Підготувати кілька варіантів логотипу для розроблення друкованої акцидентної продукції як основи фірмового стилю видавництва.

Модульна контрольна робота № 2

Завдання: Розробити дизайн-концепцію та створити календар для рекламування конкретного видавничого продукту.

Модульна контрольна робота № 3

Завдання: Розробити дизайн-концепцію та створити плакат для рекламування видавництва.

Модульна контрольна робота № 4

Завдання: Розробити дизайн-концепцію та створити іміджеву візитівку.

Модульна контрольна робота № 5

Завдання: Розробити дизайн-концепцію та створити листівку для рекламування видавничого продукту.

Модульна контрольна робота № 6

Завдання: Розробити дизайн-концепцію та створити буклет видавництва.

Модульна контрольна робота № 7

Завдання: Розробити дизайн-концепцію та створити каталог видань.

Критерії оцінювання:

- 1) якість дизайн-концепції на рівні креативної ідеї;
- 2) якість технічного втілення дизайн-концепції.

Правильне виконання завдання кожної модульної роботи оцінюється максимально у 25 балів.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі заліка і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

6.5. Орієнтований перелік питань для семестрового контролю

1. Класифікація акцидентної продукції.
2. Класифікація ілюстрацій.
3. Феномен листівок та плакатів як зображальних видань.
4. Визначення, типологічний ряд, цільове призначення листівок та плакатів.
5. Синтез мистецтв як домінуючий принцип створення листівок та плакатів
6. Листівки як видавничий метажанр.
7. Визначення. Цільове призначення. Типологічні особливості листівок: рекламні, інформаційні, художні, психологічні.
8. Поштова листівка. Художня листівка.
9. Етапи розробки проекту листівки.
10. Методика роботи редактора і художнього редактора над листівкою різних типів.
11. Структура листівки. Робота редактора над елементами листівки різних типів. Єдність форми і змісту в листівці.

12. Плакат як витвір графічного дизайну.
13. Історія рекламно-плакатної графіки: «малі форми» плаката (фірмові бланки і листівки).
14. Функціональне призначення плакатів. Їх типологічні особливості.
15. Плакат як засіб інформаційної та іміджевої реклами.
16. Композиція й архітектоніка плакатів різних типів.
17. Специфіку дизайн-концепції візитівок різних видів.
18. Композиційні особливості каталогів.
19. Ілюстрації. Принципи вибору візуальних образів і засобів для рекламного видання. Єдність форми і змісту тексту.
20. Особливості багатoelementної композиції буклету.
21. Робота із модульною сіткою в багатосторінковій акцидентній продукції.

6.6. Шкала відповідності оцінок

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

7 Навчально-методична карта дисципліни

«Дизайн акцидентної продукції»

Разом: 210 год., з них практичні заняття – 98 год., самостійна робота – 98 год., мк – 14 год.

V семестр

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI
Модулі	Змістовий модуль I			Змістовий модуль II			Змістовий модуль III				
Назва модуля	Поняття «акцидентна друкована продукція». Товарний знак (логотип) в дизайні акцидентної продукції			Створення закладки і календаря			Створення плакату				
Кількість балів за модуль	96 балів			96 балів			129 балів				
Практичні заняття	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Теми практичних занять	Поняття, види акцидентної друкованої продукції. Роль товарного знаку (логотипу) у системі акцидентної продукції. Класифікація та етапи розробки знаку (логотипу) (22 бали)	Реалізація візуального образу знаку (логотипу) шляхом мікрозамальовок. Створення векторних об'єктів (знаків і логотипів) в Adobe Illustrator (22 бали)	Види акцидентної продукції у формуванні фірмового стилю. Особливості розроблення графічних концепцій для різних видів акцидентної продукції (22 бали)	Створення закладки для рекламування видавничої продукції. Вибір формату, фону, ілюстративного матеріалу, композиції, технічна редакція закладки (22 бали)	Кишеньковий календар як вид акцидентної продукції (22 бали)	Добір ілюстративного матеріалу, композиційне вирішення та оформлення календаря (22 бали)	Плакат як вид акцидентної продукції (22 бали)	Особливості розроблення багатосторінкової акцидентної продукції (22 бали)	Пошук креативного рішення дизайну плакату (22 бали)	Композиційне рішення плакату, принципи об'єднання елементів (22 бали)	Підготовка pdf-файла календаря і плакату для друкарні (11 балів)
Самостійна робота	(5x1=5 балів)			(5x1=5 балів)						(5x1=5 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			Модульна контрольна робота 2 (25 балів)			Модульна контрольна робота 3 (25 балів)				

VI семестр

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	XIV
Модулі	Змістовий модуль IV			Змістовий модуль V				Змістовий модуль VI			Змістовий модуль VII			
Назва модуля	<i>Візитівка як вид акцидентної продукції</i>			<i>Створення листівки і буклету</i>				<i>Каталог як вид акцидентної продукції</i>			<i>Створення різних типів обкладинок</i>			
Кількість балів за модуль	96 балів			118 балів				96 балів			118 балів			
Практичні заняття	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Теми практичних занять	Створення горизонтальної та вертикальної іміжевої візитівки видавництва (22 бали)	Створення бланку видавництва. Правила розташування елементів (22 бали)	Ілюстрація в акцидентній продукції. Класифікація ілюстрацій (22 бали)	Цільове призначення та типографічні особливості листівок. Етапи розроблення макету листівки (22 бали)	Буклет як вид акцидентної друкованої продукції (22 бали)	Добір ілюстративного матеріалу, композиційне вирішення та оформлення календаря (22 бали)	Підготовка буклету до друку (22 бали)	Особливості розроблення видавничої концепції рекламного буклета	Створення дизайн-концепції каталогу (22 бали)	Робота з оригінал-макетом каталогу. Модульна сітка, ілюстрації (22 бали)	Ритм, стиль та цілісність обкладинки (22 бали)	Створення обкладинки до каталогу (22 бали)	Створення технічної редакції для різних типів обкладинок (22 бали)	Особливості підготовки до друку обкладинок у програмах Adobe Photoshop і Adobe Illustrator
Самостійна робота	(5x1=5 балів)			(5x1=5 балів)						(5x1=5 балів)			(5x1=5 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 4 (25 балів)			Модульна контрольна робота 5 (25 балів)				Модульна контрольна робота 6 (25 балів)			Модульна контрольна робота 7 (25 балів)			

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основна:

1. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця: практич. посіб. 2-ге вид., стереотип. К.: Наша культура і наука, 2006. 560 с.
2. Смітт Д. К. Посібник книговидавця: пер. з англ. К.: Любіть Україну, 1999. 192 с.
3. Печенюк Т. Г. Кольорознавство : підручник для студ. вищ. навч. закл. К.: Грані-Т, 2009. 191 с.

Додаткова:

1. Батаєва, Катерина. Візуальне від античності до постсучасності : навчальний посібник. Київ: Кондор, 2017. 241 с.
2. Женченко, Ігор. Графічний дизайн в рекламі. Фірмовий стиль : відеолекції [Електронний ресурс]. 2017. Доступно в репозитарії КУБГ. URL:
<http://elibrary.kubg.edu.ua/cgi/users/home?screen=EPrint%3A%3AView&printid=22395>.
3. *Женченко І. В.* Комп'ютерна графіка : Adobe Photoshop: інтеракт. навч. посіб. / Ігор Женченко, Марина Женченко. Київ : Жнець, 2016. 96 с. : іл. (доступний для студентів на е-курсі в Moodle).
4. Роде, Майк. Скетчноутинг. Посібник із візуалізації ідей. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 224 с.
5. Посібник користувача Photoshop // Офіційний сайт Adobe. URL: <https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html> (дата звернення: 19.01.2021).
6. Посібник користувача Illustrator // Офіційний сайт Adobe. URL: <https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html> (дата звернення: 19.01.2021).