

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2021 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Графічні технології: WEB дизайн
для студентів

спеціальності - *061 Журналістика*
освітнього рівня *першого (бакалаврського)*
освітньої програми *061.00.02 "Реклама і зв'язки з громадськістю"*

Київ – 2021

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Програма № 0333/21
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)

« 20 » 2021

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

« 08 » « 09 » 2020 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ГРАФІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ:
WEB дизайн

для студентів

Спеціальності *061 Журналістика*

Освітнього рівня *першого (бакалаврського)*

Освітньої програми *061.00.02 "Реклама і зв'язки з громадськістю"*

Київ - 2020



Розробники:

Яремчук Олег Михайлович, ст. викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка

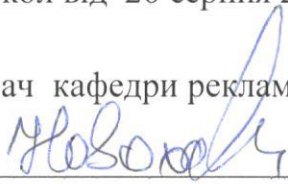
Викладач:

Яремчук Олег Михайлович, ст. викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка.

Протокол від 26 серпня 2020 року № 1

Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю



Л.М.Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

26 серпня 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми



М.М.Нетреба

Робочу програму перевірено

27 серпня 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи



О.А.Росінська

Пролонговано

на 2020/2021 н.р. підпис (ПІБ), «26» 082020 р., протокол № 1 Новохатько, Яремчук

на 2021/2022 н.р. підпис (ПІБ), «27» 082021 р., протокол № 1 Новохатько, Яремчук

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	основна	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	3/90	-
Курс	2	-
Семестр	3	-
Кількість змістових модулів з розподілом	3	-
Обсяг кредитів	3	-
Обсяг годин, в тому числі:	90	-
Аудиторні	42	-
Модульний контроль	6	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	42	-
Форма семестрового контролю	залік	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: формувати теоретичну базу та базові практичні навички фахівця із реклами та зв'язків з громадськістю через ознайомлення і засвоєння базових положень науково-прикладної дисципліни «WEB-Дизайн», основних тенденцій WEB-дизайну та відповідним інструментарієм, розширити знання та вміння студентів користуватися комплексом засобів, пов'язаних з професійною діяльністю.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

розвивати додаткові фахові компетентності для спеціалізації «Digital продакшн»:

- ДФК-2. Знання основ digital індустрії, здатність формувати Digital стратегії та застосовувати відповідний інструментарій при виробництві і просуванні контенту. Володіння 3D технологіями в рекламі, інструментарієм WEB-дизайну.

Фахові компетентності формуються у Центрі мультимедійних технологій Інституту журналістики Університету Грінченка.

3. Програмні результати навчання за дисципліною.

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких *програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»:*

ДПРН-2 Для спеціалізації «Digital продакшн». Знання основ digital індустрії, здатність формувати Digital стратегії та застосовувати відповідний

інструментарій при виробництві і просуванні контенту. Володіти 3D технологіями в рекламі, інструментарієм WEB-дизайну.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен:

- розуміти основні поняття та визначення пов'язані з поняттями «WEB-дизайн», «UI-дизайн» та «інструментарій WEB-дизайну»;
- знати вимоги та тенденції щодо сучасного оформлення інтерфейсів;
- володіти базовими технологіями формування візуальних засобів Інтернет ресурсів та користувацьких інтерфейсів;
- володіти засобами та інструментаріями створення та редагування Інтернет ресурсів та користувацьких інтерфейсів.
- здійснювати ефективний пошук потрібної інформації в друкованих виданнях, інформаційних базах та мережі Internet;
- використовувати можливості програмного забезпечення (Adobe Photoshop/Illustrator/DreamWaver та ін.) для реалізації прикладних професійних завдань;
- створювати та оформлювати Інтернет ресурси.

4. Структура навчальної дисципліни

№ теми	Назви теоретичних розділів	Розподіл годин між видами робіт					
		Усього	Аудиторних			Модульний контр	Самостійна робота
			Лекції	Семінари	Практична		
Модуль I. ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ WEB-РЕСУРСІВ							
1	Засоби формування WEB-ресурсів в епоху Web 1.0 та Web 2.0	16	4	2	2		8
2	Засоби формування WEB-ресурсів в епоху Web 3.0	12	2		4		6
	Модульна контрольна робота №1	2				2	
	<i>Разом</i>	30	6	2	6	2	14
Модуль II. ОСНОВИ UI							
3	Інструментарій web-дизайну	12	2	2	2		6
4	Дизайн Landing Page	16	2	2	4		8
	Модульна контрольна робота №2	2				2	
	<i>Разом</i>	30	4	4	6	2	14
Модуль III. ТИПОЛОГІЯ WEB-РЕСУРСІВ							
5	Дизайн сайтів візитівок.	12	2	2	2		6
6	Дизайн сайтів електронної комерції	16	2	2	4		8
	Модульна контрольна робота №3	2				2	
	<i>Разом</i>	30	4	4	6	2	14
	Всього за навчальним планом	90	14	10	18	6	

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль I.

ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ WEB-РЕСУРСІВ

Тема 1. Засоби формування WEB-ресурсів в епоху Web 1.0 та Web 2.0.

Історія зародження та розповсюдження інтернет-технологій. Служба WWW. Етапи розвитку інформаційних технологій та візуальних засобів. Основні поняття та визначення: поняття Hypertext Markup Language (HTML), WEB-ресурси, WEB-технології, CSS та ін.. Типологія та класифікація технологічних засобів в епоху Web 1.0 та Web 2.0. Основні об'єкти Інтернету.

Тема 2. Засоби формування WEB-ресурсів в епоху Web 3.0

Основні поняття та визначення: поняття Bootstrap, Lavala, Yii, ін.. Історія виникнення нових технологій в оформленні WEB-ресурсів. Типологія та класифікація класифікація технологічних засобів в епоху Web 3.0 Етапи розвитку та тенденції.

Модуль II. ОСНОВИ UI

Тема 3. Інструментарій web-дизайну

Огляд сучасного інструментарію розробки web-дизайну і сервісів, які спрощують, пришвидшують роботу та допомагають підвищити її ефективність. Конструктори веб-ресурсів та користувацьких інтерфейсів. Особливості використання наборів елементів для створення макетів сайтів та прототипування інтерфейсів. Системи управління контенту (CMS) та особливості організації контенту.

Тема 4. Дизайн Landing Page

Специфіка та особливості практичного використання Landing Page. Особливості веб-дизайну в розробці Landing Page. Інструментарій та технології в розробці Landing Page. Типологія та класифікація базових одиниць Landing Page. Структура та принципи організації елементів веб-ресурсу Landing Page. Підготовка матеріалів та розробка дизайну Landing Page.

Модуль III. ТИПОЛОГІЯ WEB-РЕСУРСІВ

Тема 5. Дизайн сайтів візитівок

Роль сайту візитівки. Специфіка та особливості практичного використання сайту візитівки. Особливості веб-дизайну в розробці сайту візитівки. Інструментарій та технології в розробці сайту візитівки. Принципи організації структури та елементів веб-ресурсу сайту візитівки. Підготовка матеріалів та розробка дизайну сайту візитівки.

Тема 6. Дизайн сайтів електронної комерції

Роль електронна комерція. Специфіка та особливості практичного використання сайту електронної комерції. Напрямки веб-дизайну в розробці сайту електронної комерції в цифровому просторі. Інструментарій та технології в розробці сайту електронної комерції. Принципи організації структури та

елементів веб-ресурсу електронної комерції. Підготовка матеріалів для розробки дизайну картки продукту та веб-ресурсу.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	3	3	2	2	2	2
Відвідування на семінарських занятті	1	1	1	2	2	2	2
Відвідування лабораторного заняття	1	3	3	3	3	3	3
Робота на семінарському занятті	10	1	10	2	20	2	20
Робота на практичному занятті							
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	10	3	30	3	30	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ							
<i>Разом</i>	281		87		97		97
Максимальна кількість балів	281						
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $281:100=2,81$ Студент набрав: 252 балів Оцінка: $252:2,81 = 90$ балів А						

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль I.

Тема 1-2. ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ WEB-РЕСУРСІВ

1. Скласти загальний перелік сучасних технологій для розробки візуальної частини веб-ресурсів.
2. Зробити порівняльну характеристику можливостей та перспективи розвитку.
3. Оцінити переваги та недоліки сучасних технічних засобів формування веб-ресурсів.
4. Оцінити перспективи використання сучасних технічних засобів формування веб-ресурсів.

Модуль II.

Теми 3-4. ОСНОВИ UI

1. Скласти перелік базових інструментів формування веб-ресурсів та користувацьких інтерфейсів.

2. Освоїти навички роботи з програмними засобами та відповідним інструментарієм для створення та редагування web-ресурсів та користувацьких інтерфейсів.
3. Ознайомитися зі структурою та візуальними засобами елементів сайтів Landing Page.
4. Розробити пакети пропозицій з оформлення графічно-текстової інформації Landing Page.

Модуль III.

Теми 5-6. ТИПОЛОГІЯ WEB-РЕСУРСІВ

1. Ознайомитися зі структурою та візуальними засобами елементів сайтів візитівок.
2. Розробити пакети пропозицій з оформлення графічно-текстової інформації сайтів візитівок.
3. Ознайомитися зі структурою та візуальними засобами елементів сайтів електронної комерції.
4. Розробити пакети пропозицій з оформлення графічно-текстової інформації сайтів електронної комерції.

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими *критеріями*:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- 6) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання, творчий підхід та ініціативність у виконанні завдання.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Форма – модульна контрольна робота. Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом у вигляді електронного документу або презентації власного проєкту.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля, передбачає використання набутих теоретичних знань та практичних навичок: відповіді на запитання, створення документаційної бази по власним проєктам, презентація проєктів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 3, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на лекційних, семінарських, лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Орієнтовні практичні завдання модульних контрольних робіт

1. Розробити орієнтовну структуру навігаційного меню web-ресурсу комерційної, політичної та державної структури.
2. Підготувати пропозиції дизайну блоку header web-ресурсу.
3. Підготувати пропозиції дизайну блоку footer web-ресурсу.
4. Підготувати пропозиції дизайну блоку body web-ресурсу.
5. Підготувати пропозиції дизайну блоку side-bar web-ресурсу.
6. Підготувати пропозиції дизайну Landing Page.
7. Підготувати пропозиції дизайну сайту візитівки.
8. Підготувати пропозиції дизайну картки товару.
9. Підготувати пропозиції дизайну сайту електронної комерції.

Кількість балів за одну МКР – 25 балів, залежить від дотримання таких *вимог*:

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

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 знань студентів проводиться у формі заліку з навчальної дисципліни «Графічні технології», в якій змістовий модуль «WEB дизайн» є одним з двох. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, модульні контрольні роботи. Визначається за результатами поточної роботи.

6.5. 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. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Биченкова У., Кудінова Н., Соломадіна А. Знак. Українські товарні знаки 1960-80-х років. Харків : IST Publishing, 2019. 160 с.
2. Гевін Емброуз, Ніл Леонард. Основи. Графічний дизайн 03. Генерування ідей : пер. Марія Мельник, Вероніка Пугач. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.
3. Гладкий А. Веб-Самоделкин. Как самому создать сайт быстро и профессионально. С.-Петербург : Питер, 2012. 250 с.
4. Кроудер, Дэвид Создание веб-сайта для чайников. Издательство. Вильямс, 2009. 352 с.
5. Коньк Д., Рендер С. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса. Киев : ООО «Компания ЛИК», 2011. 120 с.
6. Кубрак Н.Р., Демцюх Л.А. Інноваційна реклама як ефективний спосіб просування товару. Львів : Національний університет «Львівська політехніка». 2011. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16187/1/37_Kubrak_76_76_Modern_Problems_.pdf (дата звернення: 18.08.2020).
7. Лесняк В. Відтворення шрифтової спадщини. 40 оригінальних шрифтів. Київ : ArtHuss, 2020. 160 с.
8. Фельке-Моррис Т. Большая книга веб-дизайна : пер. с англ. Н.А. Райтмана. Москва : Эксмо, 2012. 608 с. +1 CD. (Мировой компьютерный бестселлер).
9. Фримен Э., Фримен Э. Изучаем HTML, XHTML и CSS. С.-Петербург : Питер, 2012. 656 с.

Допоміжна

10. Пользователи Интернет в Украине: характеристики и прогноз численности [электронный ресурс] // InMind factor group. – URL: <http://www.inmind.com.ua/press/publications/188/>
11. Рагимова С. Найди меня, если сможешь [Электронный ресурс] / С.Рагимова // Sostav.ru . - URL: <http://www.sostav.ru/articles/2010/06/16/ko1/>

15. Інформаційні ресурси

12. Для тех кто делает сайты [электронный ресурс] // [Самоучитель HTML4](http://htmlbook.ru/samhtml) URL: <http://htmlbook.ru/samhtml>
13. Для тех кто делает сайты [электронный ресурс] // [Самоучитель CSS](http://htmlbook.ru/samcss) URL: <http://htmlbook.ru/samcss>
14. Интернет в Украине [электронный ресурс] // Википедия. – URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82_%D0%BD%D0%B0_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5