

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан соціально-гуманітарного
факультету
Оксана ГОМОТЮК
« 30 » _____ 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-педагогічної
роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ
« 30 » _____ 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор навчально-наукового
інституту новітніх
освітніх технологій
Святослав ПИТЕЛЬ
« 30 » _____ 2024 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА
вибіркова дисципліна**

**з дисципліни «Дизайн рекламної продукції»
ступінь вищої освіти – бакалавр
галузь знань – 02 Культура та мистецтво
спеціальність – 022 Дизайн
освітньо-професійна програма – «Графічний дизайн»**

кафедра архітектури та дизайну

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (год.)	ІРС (год.)	Тренінг (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Разом (год.)	Залік (сем.)
Денна	3	5	32	14	3	4	97	150	5
Заочна	3	5	8	4			138	150	5

**Тернопіль – ЗУНУ
2024**

Робочу програму розробив викладач кафедри архітектури та дизайну Кулик Ольга Сергіївна.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри архітектури і дизайну, протокол № 1 від «_30_» _серпня__ 2024 р.

Завідувач кафедри архітектури і дизайну
доктор архітектури, професор


О.М. Дячок

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності «Дизайн»
протокол № 1 «_30_» _серпня__ 2024 р..

Керівник групи забезпечення спеціальності
канд. пед. наук, ст. викладач


І.І. Цідило

Гарант ОП «Графічний дизайн»
канд. пед. наук, ст. викладач


І.І. Цідило

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Дизайн рекламної продукції»

1. Опис дисципліни «Дизайн рекламної продукції»

Дисципліна «Дизайн рекламної продукції»	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»	Статус дисципліни <i>вибіркова</i> Мова навчання <i>українська</i>
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність: 022 «Дизайн»	Рік підготовки: <i>Денна – 3</i> <i>Заочна - 3</i> Семестр: <i>Денна – 5</i> <i>Заочна - 12</i>
Кількість змістових модулів – 2	Освітньо-професійна програма «Графічний дизайн»	Лекції: <i>1 семестр</i> <i>Денна – 32 год.</i> <i>Заочна – 8 год.</i> Практичні заняття: <i>1 семестр</i> <i>Денна – 14 год.</i> <i>Заочна – 4 год.</i>
Загальна кількість годин – 150	Ступінь вищої освіти: бакалавр	Самостійна робота: <i>1 семестр</i> <i>Денна – 97 год.</i> <i>Заочна – 138 год.</i> Тренінг: <i>1 семестр</i> <i>Денна – 4 год.</i> Індивідуальна робота: <i>1 семестр</i> <i>Денна – 3 год.</i>
Тижневих годин – 5 з них аудиторних – 3		Вид підсумкового контролю: 6 семестр – залік

2. Мета і завдання дисципліни «Дизайн рекламної продукції»

2.1. Мета вивчення дисципліни «Дизайн рекламної продукції»

Мета вивчення дисципліни - є підготовка фахівця з високим рівнем графічної майстерності на основі поступового засвоєння ними теоретичних основ графічного дизайну, формування умінь та навичок використання засобів і методів графічного дизайну для створення рекламної продукції. Знання з «дизайну рекламної продукції» закріплюються в процесі виконання практичних робіт.

2.2. Завдання вивчення дисципліни:

- 1) навчити грамотно обирати та використовувати методи та засоби графічного дизайну, працювати з візуальним та шрифтовим матеріалом;
- 2) навчити особливостям дизайнування рекламної продукції;
- 3) ознайомити студента з особливостями, етапами, технологіями та техніками розробки рішень, що забезпечують високий рівень дизайну реклами;
- 4) використовувати сучасне комп'ютерне забезпечення (графічні програми та онлайн-сервіси) для створення об'єктів рекламної продукції;
- 5) вміти створювати і застосовувати дизайн-концепції для серійної рекламної продукції.

3. Зміст дисципліни «Дизайн рекламної продукції»

Змістовний модуль № 1 ОСНОВИ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Тема 1. Вступ. Завдання, зміст, мета та значення курсу

Концепція реклами. Види рекламної продукції. Мала поліграфічна продукція, цифрова рекламна продукція. Завдання рекламної продукції.

Тема 2. Етапи розробки рекламної продукції.

Етапи розробки рекламної продукції. Бріф, аналіз цільової аудиторії, мети та завдання дизайну в розробці рекламної продукції, вивчення ринку. Поняття ай-стопера і креативності в рекламі. Пошук і використання референсів. Створення візуального рекламного образу. Методи рекламного впливу.

Тема 3. Закони візуального сприйняття.

Застосування гештальт-психології в дизайні. Візуальне сприйняття елементів дизайну. Принципи гештальт-дизайну. Застосування принципів в розробці рекламної продукції. Ефективний дизайн реклами.

Тема 4. Фірмовий стиль в дизайні рекламної продукції

Поняття фірмового стилю. Носії фірмового стилю. Базові елементи фірмового стилю: знак, логотип, фірмовий блок, кольорова гамма, шрифти. Стилеутворюючі елементи. Слоган, підслоган. Розробка та використання маскота.

Змістовний модуль 2. СКЛАДОВІ ДИЗАЙНУ. ЗАСОБИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Тема 5. Складові дизайну

Головні «ключі», складові дизайну. Основа – формат, відступи під обрізку, поля, сітка. Візуальні елементи – колір, форми, зображення, іконографіка, текстури. Композиція – візуальна ієрархія, ай-стопер, основний/головний елемент «хук», другорядник елемент, додаткові підтримуючі елементи, простір, заклик до дії, довідкові данні, колонтитули/колонцифри.

Тема 6. Сітки у дизайні

Види сіток. Застосування у дизайні. Швейцарська школа дизайну. Модульні сітки в рекламній продукції. Створення модульної сітки в графічних редакторах.

Тема 7. Логотипи, іконки, графіка в рекламній продукції

Різниця між іконками та логотипами. Види і типи логотипів. Правила створення логотипів. Графічні програми для створення логотипів.

Тема 8. Портфоліо, презентація

Репрезентація проекту. Створення презентації. Мета і засоби візуалізації продукції. Ресурси для розміщення портфоліо.

4. Структура залікового кредиту з дисципліни «Дизайн рекламної продукції»

Денна форма

Тема	Кількість годин					
	Лекції ї	Практ. заняття	СРС	ІРС	Тренінг	Контр. заходи
Змістовий модуль 1. ОСНОВИ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ						
Тема 1. Вступ. Завдання, зміст, мета та значення курсу	4	-	10	1	2	Поточне опитування
Тема 2. Етапи розробки рекламної продукції.	4	2	14			Поточне оцінювання
Тема 3. Закони візуального сприйняття	4	2	12			практичної роботи
Тема 4. Фірмовий стиль в дизайні рекламної продукції	4	2	12			
Змістовий модуль 2. СКЛАДОВІ ДИЗАЙНУ. ЗАСОБИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ						
Тема 5. Складові дизайну	6	2	12	2	2	Поточне оцінювання практичної роботи
Тема 6. Сітки у дизайні	2	2	10			
Тема 7. Логотипи, іконки, графіка в рекламній продукції	4	2	11			
Тема 8. Портфоліо, презентація	4	2	16			
Разом	32	14	97	3	4	залік

Заочна форма

Тема	Кількість годин		
	Лекції	Практ. заняття	СРС
<i>Змістовий модуль 1. ОСНОВИ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ</i>			
Тема 1. Вступ. Завдання, зміст, мета та значення курсу	1	2	10
Тема 2. Етапи розробки рекламної продукції.	1		16
Тема 3. Закони візуального сприйняття	1		16
Тема 4. Фірмовий стиль в дизайні рекламної продукції	1		20
<i>Змістовий модуль 2. СКЛАДОВІ ДИЗАЙНУ. ЗАСОБИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ</i>			
Тема 5. Складові дизайну	1	2	26
Тема 6. Сітки у дизайні	1		16
Тема 7. Логотипи, іконки, графіка в рекламній продукції	1		16
Тема 8. Портфоліо, презентація	1		18
Разом	8	4	138

5. Тематика практичних занять

(денна форма)

Практичне заняття № 1

Тема 1. Розробка рекламної продукції для кафедри архітектури та дизайну

Мета: Сформувати бриф з визначенням цільової аудиторії, мети та завдання рекламної продукції, де рекламная продукція буде розповсюджуватись.

Розроблення концепції: вибір кольорової гами, комбінації шрифтів, логотипу, пошук зображень. Композиційне розміщення зображення всієї групи та окремих елементів на заданному форматі.

Практичне завдання: Розробити дизайн рекламної продукції (плакат, флаер, банери для соцмереж) для кафедри архітектури та дизайну.

Послідовність виконання завдання:

- 1) аналіз і розробка брифу. Пошук референсів. Вибір формату;
- 2) розробка концепції дизайну. Пошук зображень, кольорової гами, шрифтових композицій, використання логотипу;
- 3) застосування трьох основних засобів дизайну при розробці. Виявлення головного і другорядного в дизайні рекламної продукції; підпорядкування всіх частин зображення задуму концепції;
- 4) композиційне розміщення зображення всієї групи та окремих предметів на заданому форматі;
- 5) фінальний етап, підготовка до друку. Друк продукції.

Практичне заняття № 2

Тема 2. Розробка рекламної продукції для ветеринарної клініки/зоомагазину або для косметичного бренду/магазину

Практичне завдання: Розробити дизайн рекламної продукції (буклет, акційні рекламні продукти – флаер, банери соцмереж, сувенірну продукцію) для ветеринарної клініки/зоомагазину або для косметичного бренду/магазину.

Мета: Сформувати бриф з визначенням цільової аудиторії, мети та завдання рекламної продукції, де рекламна продукція буде розповсюджуватись. Розробити концепцію: вибір кольорової гами, комбінації шрифтів, логотипу, пошук зображень. Композиційне розміщення зображення всієї групи та окремих елементів на заданному форматі.

Послідовність виконання завдання:

- 1) Аналіз і розробка брифу. Пошук референсів. Вибір формату;
- 2) Розробка концепції дизайну. Пошук зображень, кольорової гами, шрифтових композицій, використання логотипу;
- 3) Застосування трьох основних засобів дизайну при розробці. Виявлення головного і другорядного в дизайні рекламної продукції; підпорядкування всіх частин зображення задуму концепції;
- 4) Композиційне розміщення зображення всієї групи та окремих предметів на заданому форматі;
- 5) Фінальний етап, підготовка до друку. Друк продукції.

(заочна форма)

Практичне заняття № 1

Тема 1. Розробка рекламної продукції для кафедри архітектури та дизайну

Мета: Сформувати бриф з визначенням цільової аудиторії, мети та завдання рекламної продукції, де рекламная продукція буде розповсюджуватись. Розроблення концепції: вибір кольорової гами, комбінації шрифтів, логотипу, пошук зображень. Композиційне розміщення зображення всієї групи та окремих елементів на заданному форматі.

Практичне завдання: Розробити дизайн рекламної продукції (плакат, флаер, банери для соцмереж) для кафедри архітектури та дизайну.

Послідовність виконання завдання:

- 6) аналіз і розробка брифу. Пошук референсів. Вибір формату;
- 7) розробка концепції дизайну. Пошук зображень, кольорової гами, шрифтових композицій, використання логотипу;
- 8) застосування трьох основних засобів дизайну при розробці. Виявлення головного і другорядного в дизайні рекламної продукції; підпорядкування всіх частин зображення задуму концепції;
- 9) композиційне розміщення зображення всієї групи та окремих предметів на заданому форматі.

Практичне заняття № 2

Тема 2. Розробка рекламної продукції для ветеринарної клініки/зоомагазину або для косметичного бренду/магазину

Мета: Сформувати бриф з визначенням цільової аудиторії, мети та завдання рекламної продукції, де рекламна продукція буде розповсюджуватись. Розробити концепцію: вибір кольорової гами, комбінації шрифтів, логотипу, пошук зображень. Композиційне розміщення зображення всієї групи та окремих елементів на заданному форматі.

Практичне завдання: Розробити дизайн рекламної продукції (буклет, акційні рекламні продукти – флаер, банери соцмереж, сувенірну продукцію) для ветеринарної клініки/зоомагазину або для косметичного бренду/магазину.

Послідовність виконання завдання:

- 6) Аналіз і розробка брифу. Пошук референсів. Вибір формату;
- 7) Розробка концепції дизайну. Пошук зображень, кольорової гами, шрифтових композицій, використання логотипу;
- 8) Застосування трьох основних засобів дизайну при розробці. Виявлення головного і другорядного в дизайні рекламної продукції; підпорядкування всіх частин зображення задуму концепції;
- 9) Композиційне розміщення зображення всієї групи та окремих предметів на заданому форматі.

6. Самостійна робота

Мета: формування уміння розробляти якісні демонстраційні та презентаційні матеріали дизайн-проекту.

Завдання:

1. Підготовка демонстраційної графіки проекту.
2. Створення презентаційних матеріалів.

Критерії оцінювання: теоретичний та художній рівень проекту, графічна підготовка представлених матеріалів, володіння законами композиції, кольорознавства, уміння студента аргументовано викладати свою концепцію.

Обсяг і зміст самостійної роботи визначається робочою програмою та робочим планом в межах встановленого обсягу годин із навчальної дисципліни, методичними вказівками викладача. Навчальний матеріал з дисципліни, передбачений для засвоєння студентом у процесі самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався при проведенні навчальних занять.

Навчальний матеріал, передбачений навчальним планом для засвоєння студентом в процесі самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд з навчальними матеріалом, який опрацьовувався при проведенні навчальних занять.

Викладач проводить діагностику якості самостійної роботи студента на індивідуальних заняттях. Вони проводяться в позааудиторний час за окремим графіком, складеним кафедрою.

Самостійна робота студента проводиться за такими напрямками:

1. Підготовка до практичних занять:
 - вивчення лекційного матеріалу;
 - опрацювання рекомендованої монографічної літератури та періодики;
 - опрацювання завдань до практичних занять.
2. Підготовка до модульних контрольних робіт.

№ п/п	Тематика
1.	PDF-презентація першого проекту «рекламна продукція для кафедри архітектури та дизайну» у вигляді кейсу для сайту Behance
2.	PDF-презентація другого проекту «рекламна продукція для ветеринарної клініки/зоомагазину або для косметичного бренду/магазину» у вигляді кейсу для сайту Behance

7. Тренінг з дисципліни «Створення святкового банера»

Основна мета тренінгу: Навчитись створювати концепції святкового дизайну банеру: вибір кольорової гами, комбінації шрифтів, логотипу, пошук мокапів. Композиційне розміщення зображення всієї групи та окремих елементів на заданному форматі.

Тема: Розробка святкового банера (на тему Різдва, Нового Року, «Дня студента») для двох проектів, зроблених на практичних заняттях.

Практичне завдання: Розробити святковий банер (на тему Різдва, Нового Року, «Дня студента») для двох проектів, зроблених на практичних заняттях. Розробка візуального ряду, використання мокапів і фонів.

Послідовність виконання завдання:

- 1) Аналіз і розробка брифу. Пошук референсів. Вибір формату;
- 2) Розробка концепції дизайну. Пошук зображень, кольорової гами, шрифтових композицій, використання логотипу;
- 3) Застосування трьох основних засобів дизайну при розробці. Виявлення головного і другорядного в дизайні рекламної продукції; підпорядкування всіх частин зображення задуму концепції;
- 4) Композиційне розміщення зображення всієї групи та окремих предметів на заданому форматі.

8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Дизайн рекламної продукції» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- поточне оцінювання виконаних практичних завдань;
- демонстраційна графіка, презентація;
- залік.

9. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Дизайн-проекування» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
Поточне оцінювання	Поточне оцінювання	Тренінг	Самостійна робота

практичних робіт	практичних робіт		
1. Оцінка за поточне опитування визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять		Оцінювання завдання «Розробка святкового банера (на тему Різдва, Нового Року, «Дня студента») для двох проєктів, зроблених на практичних заняттях	Оцінювання розробленого і проведеного тренінгу на теми: «PDF-презентація першого проєкту «рекламна продукція для кафедри архітектури та дизайну» у вигляді кейсу для сайту Behance» «PDF-презентація другого проєкту «рекламна продукція для ветеринарної клініки/зоомагазину або для косметичного бренду/магазину» у вигляді кейсу для сайту Behance
2. Оцінка за Модульний контроль 1 на підставі виконання практичного завдання, оцінюється правильність застосування принципів розробки дизайну, кольорових, шрифтових та змістових співвідношень та дотримання правил композиції			

Шкала оцінювання

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

Критерії оцінювання:

- Знання формальних характеристик: ідея, образ, форма, колір, композиція, шрифт; знання понять композиційна цілісність, кольорово-графічна виразність, узагальнення та умовність в передачі основного задуму; розуміння стилістичних особливостей.
- Знання технологічних операцій комп'ютерної графічної програми; здатність до інтеграції естетичних та інформаційно-візуальних інновацій у навчальному дизайн-проектванні.
- Уміння та навички візуалізувати проєктований об'єкт художньо-образними засобами в середовищі графічного редактора; вміння обирати програмні засоби для вирішення дизайн-образу, здатність до гнучкого та оригінального застосування комп'ютерної технології (актуальність, складність); вміння застосовувати можливості комп'ютерних графічних інструментів як художньо-виражальні засоби.
- Уміння визначати рівень власної готовності до використання комп'ютерних технологій; уміння аналізувати ступінь відповідності результату поставленій меті.

10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ з/п	Найменування	Номер теми
1	Мультимедійний проектор	1-8
2	Проекційний екран	1-8
3	Наявність доступу до мережі Інтернет (за необхідності)	1-8
4	Ноутбук	1-8
5	Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі он-лайн (за необхідності)	1-8
6	Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)	1-8

11. Рекомендовані джерела інформації

1. Емброуз Г., Оно-Біллсон Н. Основи. Графічний дизайн 01. Підхід і мова. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с
2. Дорон Маєр. WORKFLOW: Практичний посібник до творчого процесу. Київ : ArtHuss, 2020. 304 с.
3. Йоганнес Іттен. Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва. Київ : ArtHuss, 2022. 96 с.
4. Джон берджер. Як ми бачимо. Київ : ist publishing, 2020. 176 с.
5. Хеллер С., Кваст С. Графічні стилі. Київ : ArtHuss, 2019. 296 с.
6. Том Грівер. Формулювання дизайнерських рішень, ArtHuss.
7. Алекс В. Вайт. Основи графічного дизайну. Третє видання. Київ : ArtHuss, 2023. 232 с.
8. Гевін Емброуз, Ніл Леонард. Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.
9. Йозеф Альберс. Взаємодія кольору. Київ : ArtHuss, 2024. 208 с.
10. Криштопайтіс В. В. Класична типографіка друкованих видань: функціональні та естетичні аспекти: автореф. дис. на здобуття вченого ступеня канд. мистецтвознавства: спец. 17.00.07 «Дизайн»/В. В. Криштопайтіс.— Харків, 2010.— 20 с.

Додаткова література

1. Josef Muller Brockmann. Grid Systems In Graphic Design. Niggli Verlag. 2008. 176 с.
Principles for Good Layout Design. SendPoints. 2019. 256 с.
2. Visual communication in digital design. Park, Ji Yong. Seoul, Korea : YoungJin.com. 2007. 218 с.
3. Design basics : ideas and inspiration for working with layout, type, and color in graphic design. Kaye, Joyce Rutter. Gloucester, Mass. : Rockport. 251 с.

Електронні ресурси

1. Серія безплатних онлайн тренінгів. Лекції, майстер-класи та онлайн консультації. Для графічних дизайнерів та ілюстраторів. *Graphic Design Lab*
URL: <https://www.graphic-design-lab.com/>
2. Grid Systems In Graphic Design Josef Muller Brockmann by Josef Muller-Brockman. *Internet Archive*
URL: <https://archive.org/details/GridSystemsInGraphicDesignJosefMullerBrockmann>
(дата звернення: 01.09.2024).