



## СИЛАБУС КУРСУ РЕКЛАМНА ГРАФІКА

Галузь знань: **02 «Культура і мистецтво»**

Спеціальність: **022 Дизайн**

Ступінь вищої освіти: **перший (бакалаврський)**

Освітньо-професійна програма: **«Графічний дизайн»**

Рік навчання: **4**

семестр: **7**

Кількість кредитів: **5**

мова викладання: **українська**

### Керівник курсу

**ППП:**

викл. **Кулик Ольга Сергіївна**

**Контактна  
інформація:**

[Ternopil-oks@wunu.edu.ua](mailto:Ternopil-oks@wunu.edu.ua) (0352) 47-50-50#19-222

### *ОПИС ДИСЦИПЛІНИ*

Вибіркова дисципліна «Рекламна графіка» в системі підготовки дизайнера визначається сучасними вимогами до підготовки фахівців даного напрямку.

Мета курсу «Рекламна графіка» вивчення різновидів реклами і засобів рекламного інформування, особливостей психологічного впливу реклами на споживачів, специфіки композиції у рекламі та особливостей візуального сприйняття, історико-культурологічних аспектів семантики кольору у рекламі, стилістики рекламної графіки, основ маркетингових досліджень у дизайні. Результати навчання за навчальною дисципліною знати історичний розвиток рекламної графіки в контексті культури; використовувати базові поняття рекламної графіки в системі візуальних комунікацій; досліджувати вплив зображальних засобів мистецьких стилів на рекламну графіку; застосовувати принципи гармонійного кольороутворення у рекламі; володіти навичками стилістичного аналізу й організації рекламної площини щодо композиційного, колористичного та шрифтового вирішень; впроваджувати основи дизайн - розробки рекламної продукції кольоро-графічними засобами.

Курс передбачає теоретичний і практичний блоки навчання, сприяє

розвитку вміння аналізувати та систематизувати знання різних предметних сфер мистецької діяльності, а також відповідає профілю освітньо-професійної програми.

### *СТРУКТУРА КУРСУ*

	<i>Теми</i>	<i>Результати навчання</i>
<b>Змістовий модуль I. Графіка та реклама як види художнього проектування</b>		
1	Тема 1. Порівняльний аналіз образно-пластичних засобів проектування рекламної графіки.	Знати композиційні та художні принципи розробки об'єктів графічного дизайну, проводити порівняльний аналіз образно-пластичних засобів проектування рекламної графіки, визначати методики графічного відображення об'єктів дизайну в залежності від принципів їх створення. Вміти створювати концептуальне проектування об'єктів графічного дизайну та розробку затребуваного на ринку та суспільно відповідального продукту дизайну з урахуванням функціональних, технічних, технологічних, екологічних та естетичних вимог. Знати орієнтовні техніко-економічні показники втілення запропонованих варіантів авторської розробки дизайн-проектів рекламної графіки.
2	Тема 2. Основні принципи науково-обґрунтованої концепції для розв'язання фахових проблем в сфері графічного дизайну та рекламної графіки.	
3	Тема 3. Композиційні та художні принципи розробки об'єктів графічного дизайну.	
<b>Змістовий модуль II. Основи дизайн-композиції рекламної графіки.</b>		
4	Тема 4. Застосування новітніх комп'ютерних технологій у проектуванні рекламної графіки.	Знати методи опанування технологій і сфер практичного застосування графіки та реклами в графічному дизайні, теоретично ознайомитись з рекламою з позицій теорії комунікації та маркетингу; розуміти функціональне призначення реклами візуальними засобами; вміти вирішувати практичні завдання зі створення ефективного дизайну рекламної графіки; засвоїти практичні прийоми роботи з дизайном реклами та інтерактивними методиками щодо підвищення креативності мислення; оволодіти прийомами і навичками стилістичного
5	Тема 5. Розробка ефективного рекламного продукту різних типів.	
6	Тема 6. Зовнішня реклама та її класифікація.	

	аналізу візуальних рекламних оголошень в контексті сучасних візуальних комунікацій.
--	---

### ***ЛІТЕРАТУРНІ ДЖЕРЕЛА***

1. Алданькова Г.В. Комп'ютерна графіка в рекламі: лабораторний практикум : навч. посіб.– Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 262 с.
2. Алданькова Г.В. Дизайн в рекламі: опорний конспект лекцій/ Г.В. Алданькова. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018.– 90 с.
3. Білик Б.І. Культурологія : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Б.І. Білик. – К. : КНИГА, 2004. – 408 с.
4. Брюханова Г.В. Комп'ютерні дизайн-технології: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів/ Г.В. Брюханова. – К. : Центр учбової літератури, 2018. – 180 с.
5. Геллер С. Графічні стилі: Від вікторіанців до хіпстерів/ С. Геллер, С. Кваст. Пер. С англ. Журавльова О., Пінчук Д. – Київ, ArtHuss, 2019. – 288 с.
6. Куленко М.Я. Основи графічного дизайну: Підручник. Вид. 2-ге, доп. і випр. / М.Я. Куленко. – Київ: Кондор, 2007. – 492 с.
7. Михайленко В.Є. Основи композиції (геометричні аспекти художнього формотворення) : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / В.Є. Михайленко, М.І. Яковлев. – Київ : Каравела, 2015. – 304 с.
7. Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2016. – 384 с.

### ***ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ***

*Політика щодо дедлайнів і перескладання.* Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

*Політика щодо академічної доброчесності.* Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

*Політика щодо відвідування.* За об'єктивних причин (наприклад, карантин, військовий стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

### ОЦІНЮВАННЯ

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

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
<i>Поточне оцінювання</i>	<i>Модульний контроль</i>	<i>Тренінг</i>	<i>Самостійна робота</i>
Оцінка за поточне опитування визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять	Підсумкова письмова робота.	Оцінка за тренінг визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час виконання завдань тренінгу	Оцінка за самостійну роботу визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих за виконання завдань самостійної роботи блоку 1 і 2.

#### Шкала оцінювання:

Підсумковий бал	Оцінка за традиційною шкалою
	залік
90-100	зараховано
89-70	
60-69	
26-59	не зараховано
1-25	