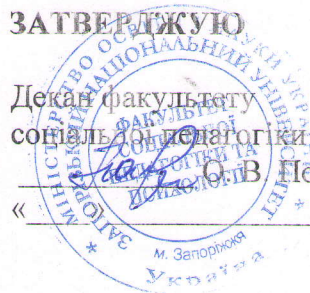


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА АКТОРСЬКОЇ МАЙСТЕРНОСТІ ТА ДИЗАЙНУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету
соціальної педагогіки та психології

Г.В. Пономаренко
«_____» _____ 2018 р.



ДИЗАЙН РЕКЛАМИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки бакалаврів

спеціальності 022 «Дизайн»

спеціалізації 022.01 «Графічний дизайн»

освітньо-професійна програма «Графічний дизайн»

Укладач: Виноградова А.С. викладач кафедри акторської майстерності і дизайну

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри акторської
майстерності та дизайну
Протокол № 1 від "29" серпня 2018 р.
Завідувач кафедри акторської майстерності
та дизайну *Г.В. Локарева* Г.В. Локарева
(підпис)

Ухвалено науково-методичною радою
факультету соціальної педагогіки та
психології
Протокол № 5 від "13" вересня 2018 р.
Голова науково-методичної ради
факультету соціальної педагогіки та
психології *І.В. Козич*
(підпис) І.В. Козич

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрямок підготовки, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 6	Галузь знань 02 Культура і мистецтво	за вибором	
Розділів – 2	Спеціальність 022 Дизайн	Цикл професійної підготовки	
Загальна кількість годин – 180		Рік підготовки:	
		3-й	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 6,6	Освітньо-професійна програма «Графічний дизайн»	Лекції	
		14 год.	
	Рівень вищої освіти: бакалаврський	Лабораторні	
		42 год.	
		Самостійна робота	
	124 год.		
	Вид підсумкового контролю: залік		

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Дизайн реклами та інформаційного середовища» є забезпечення особистісної готовності студентів до майбутньої професійної діяльності та формування умінь і навичок володіння основними інструментами з розробки дизайну реклами та інформаційного середовища.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Дизайн реклами та інформаційного середовища» є:

- ознайомлення з принципами оформлення реклами різних видів і засобами, якими організовується подання інформації, виділення, акцентування, композиція текстових та зображальних матеріалів;
- опанування технічних навичок зі створення реклами;
- набуття здатності вирішувати дизайн-завдання розробки елементів інформаційного середовища;
- засвоєння сутності понять форми, кольору та шрифту у візуальній комунікації;

- аналіз сучасних методів дизайну ефективної реклами та інформаційного середовища.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- сучасні напрямки в дизайні реклами та інформаційного середовища,
- специфіку візуальної мови реклами: особливості композиції, кольору, форми, шрифтового оформлення,
- основні методи реалізації можливостей графічних програм зі створення реклами у своїй проектній діяльності,
- основні можливості комп'ютерних програм для розробки елементів інформаційного середовища,
- особливості подання візуальної інформації у залежності від засобу реклами та інформаційного повідомлення.

вміти:

- застосувати композиційні закони у рекламі,
- обирати колірне рішення та шрифтове оформлення в залежності від завдань дизайн-проекування,
- знаходити візуальні образи втілення концепцій рекламної продукції,
- користуватися наявними у комп'ютерних програмах інструментами для створення реклами,
- формувати візуальний зміст у дизайні засобами інформаційних технологій,
- здійснювати аналіз мови візуальної комунікації та пропонувати власні дизайн-рішення.

Студенти згідно затвердженої освітньо-професійної програми «Графічний дизайн» повинні досягти таких результатів навчання (**компетентностей**):

- Здатність розв'язувати спеціальні завдання та практичні проблеми у галузі дизайну, виявляти структурні та функціональні зв'язки на основі комплексного художньо-проектного підходу.

- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, уміння встановлювати логічні зв'язки, виявляти функціональні залежності між процесами, генерувати нові ідеї (креативність).
- Здатність знаходити й аналізувати інформацію з різних джерел, приймати обґрунтовані рішення.
- Здатність здійснювати комунікаційну діяльність в усній і письмовій формах українською та іноземною мовами для рішення задач міжособистісної і міжкультурної взаємодії.
- Здатність працювати самостійно і автономно, забезпечувати якість роботи.
- Здатність використання сучасних інформаційних, комунікаційних і комп'ютерних технологій.
- Здатність діяти з позицій соціальної, екологічної, наукової відповідальності.
- Здатність до критики та самокритики, навчання впродовж життя.
- Здатність володіти знаннями й уміннями, спрямованими на досягнення успіху в професійній кар'єрі.
- Здатність володіти фаховою термінологією, теорією і методами дизайну.
- Здатність виконувати композиційну побудову і колірне рішення об'єктів дизайну.
- Здатність здійснювати макетування і моделювання об'єктів дизайну.
- Здатність застосовувати сучасну шрифтову культуру в дизайн-проекуванні.
- Здатність здійснювати пошук, збереження, обробку й аналіз текстової, графічної та образної інформації, представляти її в необхідному форматі з використанням інформаційних, комп'ютерних і мережних технологій.
- Здатність виконувати еталонні зразки об'єкта дизайну або його окремі елементи в макеті, матеріалі, формувати портфоліо робіт.
- Здатність до творчого самовираження й обґрунтування прийняття конкретного художньо-технічного рішення при розробці і створенні об'єктів дизайну.

Міждисциплінарні зв'язки. Для адаптації студентів до професійної діяльності та формування необхідних компетентностей проблематика курсу «Дизайн реклами та інформаційного середовища» тісно пов'язана з програмним матеріалом таких дисциплін як: «Основи композиції», «Кольорознавство», «Шрифти і типографіка», «Рисунок», «Живопис», «Проектна графіка», «Проектування в дизайні», «Комп'ютерні технології у дизайні».

3. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. Дизайн реклами

Тема 1. Види реклами. Особливості дизайну реклами.

Основні види і засоби реклами. Композиційні закони, засоби, закономірності дизайну рекламної продукції. Візуальна складова як невід'ємна частина бізнесу та візуальної комунікації у суспільстві.

Тема 2. Дизайн зовнішньої реклами.

Розмаїття зовнішньої реклами: білборди, сітілайти, брендмауери, троли, медіа-фасади, вивіски, штендери, кронштейни. Розробка дизайну елементів зовнішньої реклами.

Тема 3. POS materials design / Дизайн POS-матеріалів.

Point of Sale (POS) materials in advertising campaigns. POS materials functions. A variety of POS materials: Wobblers, Shelf-talkers, Stoppers, Price tags, Packaging, Promotional stands, Roll-stands, Banners, Hard posters, etc. POS production design / POS-матеріали у рекламних кампаніях. Функції POS-матеріалів. Різновиди POS-матеріалів: воблери, шелфтокери, стопери, ярлики, пакування, промо-стійки, рол-стенди, банери, таблички та ін. Розробка дизайну POS-продукції.

Тема 4. Дизайн рекламної поліграфічної продукції.

Технологічні та художньо-оформлюючі особливості дизайну рекламної поліграфічної продукції. Дизайн календарів, візитівок, буклетів, каталогів.

Тема 5. Дизайн соціальної реклами.

Особливості візуального представлення соціальної реклами. Соціальний плакат.

Тема 6. Modern advertising design trends / Сучасні тренди у дизайні реклами.

Analysis of current trends in advertising design: creative advertising, native advertising, ambient media. Preparation of a multimedia presentation "Modern trends in advertising design" / Аналіз сучасних трендів у рекламному дизайні: креативна реклама, нативна реклама, ambient media. Підготовка мультимедійної презентації «Сучасні тренди у дизайні реклами».

Розділ 2. Дизайн інформаційного середовища

Тема 7. Особливості дизайну інформаційного середовища.

Поняття інформаційного середовища. Практика художньо-технічного оформлення та представлення різної інформації з урахуванням ергономіки, функціональних можливостей, психологічних критеріїв сприйняття інформації людиною, естетики візуальних форм представлення інформації та інших чинників.

Тема 8. Формування візуального змісту у дизайні засобами інформаційних технологій. Інфографіка.

Формування мови візуального повідомлення, робота дизайнера над сполученнями кольорів, символів, графіки, інтерактивністю, мультимедіа. Візуалізація даних.

Тема 9. Розробка ефективної візуальної комунікації.

Методи дизайну для розробки ефективної візуальної комунікації. Аналіз візуальних матеріалів бренда. Побудова брендбуку.

Тема 10. Система інформаційних знаків міста.

Особливості подання інформації засобами дизайну в місті. Аналіз мови візуальної комунікації м. Запоріжжя.

Тема 11. Візуальна комунікація у всесвітній мережі.

Особливості подання візуальної інформації у мережі Internet: на веб-сайтах, у соціальних мережах, банерній реклами. Інформаційна взаємодія користувачів у Internet-середовищі засобами графічного дизайну.

Тема 12. Дизайн освітнього інформаційного середовища.

Художні рішення освітнього простору закладів освіти. Специфіка використання кольорів у освітньому просторі. Продукти графічного дизайну в освітньому інформаційному середовищі. Підготовка мультимедійної презентації «Дизайн освітнього інформаційного середовища».

4. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Дизайн реклами												
Тема 1 Види реклами. Особливості дизайну реклами.	12	2				10						
Тема 2 Дизайн зовнішньої реклами.	17	1		6		10						
Тема 3 POS materials design / Дизайн POS-матеріалів.	15	1		4		10						
Тема 4 Дизайн рекламної поліграфічної продукції.	15	1		4		10						
Тема 5 Дизайн соціальної реклами.	19	1		6		12						
Тема 6 Modern advertising design trends / Сучасні тренди у дизайні реклами.	16	2		2		12						
Разом за розділом 1	94	8		22		64						
Розділ 2. Дизайн інформаційного середовища												
Тема 7. Особливості дизайну інформаційного середовища.	7	1				6						

Тема 8 Формування візуального змісту у дизайні засобами інформаційних технологій. Інфографіка.	17	1	4	12						
Тема 9 Розробка ефективної візуальної комунікації.	15	1	4	10						
Тема 10 Система інформаційних знаків міста.	19	1	6	12						
Тема 11 Візуальна комунікація у всесвітній мережі.	15	1	4	10						
Тема 12 Дизайн освітнього інформаційного середовища.	13	1	2	10						
Разом за розділом 2	86	6	20	60						
Усього	180	14	42	124						

5. Теми лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Види реклами. Особливості дизайну реклами.	2
2.	Дизайн зовнішньої реклами.	1
3.	POS materials design / Дизайн POS-матеріалів.	1
4.	Дизайн рекламної поліграфічної продукції.	1
5.	Дизайн соціальної реклами.	1
6.	Modern advertising design trends / Сучасні тренди у дизайні реклами.	2
7.	Особливості дизайну інформаційного середовища.	1

8.	Формування візуального змісту у дизайні засобами інформаційних технологій. Інфографіка.	1
9.	Розробка ефективної візуальної комунікації.	1
10.	Система інформаційних знаків міста.	1
11.	Візуальна комунікація у всесвітній мережі.	1
12.	Дизайн освітнього інформаційного середовища.	1
Разом		14

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Види реклами. Особливості дизайну реклами.	-
2.	Дизайн зовнішньої реклами.	6
3.	POS materials design / Дизайн POS-матеріалів.	4
4.	Дизайн рекламної поліграфічної продукції.	4
5.	Дизайн соціальної реклами.	6
6.	Modern advertising design trends / Сучасні тренди у дизайні реклами.	2
7.	Особливості дизайну інформаційного середовища.	-
8.	Формування візуального змісту у дизайні засобами інформаційних технологій. Інфографіка.	4
9.	Розробка ефективної візуальної комунікації.	4
10.	Система інформаційних знаків міста.	6
11.	Візуальна комунікація у всесвітній мережі.	4
12.	Дизайн освітнього інформаційного середовища.	2
Разом		42

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Види реклами. Особливості дизайну реклами.	10
2.	Дизайн зовнішньої реклами.	10
3.	POS materials design / Дизайн POS-матеріалів.	10
4.	Дизайн рекламної поліграфічної продукції.	10
5.	Дизайн соціальної реклами.	12
6.	Modern advertising design trends / Сучасні тренди у дизайні реклами.	12
7.	Особливості дизайну інформаційного середовища.	6
8.	Формування візуального змісту у дизайні засобами інформаційних технологій. Інфографіка.	12
9.	Розробка ефективної візуальної комунікації.	10
10.	Система інформаційних знаків міста.	12

11.	Візуальна комунікація у всесвітній мережі.	10
12.	Дизайн освітнього інформаційного середовища.	10
Разом		124

Теми 3 та 6 викладаються англійською мовою.

Під час вивчення курсу «Дизайн реклами та інформаційного середовища» передбачено виконання студентами *індивідуального завдання* з розробки проекту дизайну рекламної продукції закладу освіти / кав'ярні / салону краси / кінотеатру / спортивного клубу / автомайстерні / тощо (за вибором студента).

8. Види контролю і система накопичення балів

Накопичення балів студентами відбувається у період вивчення дисципліни на підставі проведення викладачем двох основних видів контролю: *поточного* (перевірка виконання лабораторних робіт) та *підсумкового* (перевірка рівня засвоєння студентами матеріалу навчальної дисципліни). Поточний контроль виконання лабораторних робіт здійснюють під час проведення лабораторних занять. Він має за мету перевірку рівня підготовленості студента. По завершенні роботи над лабораторним завданням, у кінці останнього лабораторного заняття з конкретної теми, у присутності студентів проводиться аналіз виконаних ними робіт. До уваги беруться: композиція, побудова, колірне вирішення, рівень технічного виконання лабораторної роботи, доцільність застосування обраних програмних засобів, інструментів, мультимедіа ресурсів, глибина опрацювання матеріалів заданої теми. Таким чином, виставляються бали (оцінка) згідно з рівнем виконання напрацьованого матеріалу (оцінюються вміння володіння інструментами графічних редакторів, графічна майстерність). *Самостійна робота* студента передбачає доопрацювання основного матеріалу лабораторних занять. *Форми звітності*: ескізи, макети, виконані засобами комп'ютерної графіки, макети демонстраційних матеріалів, пояснювальна записка до дизайн-проекту, мультимедійні презентації, доповіді.

Поточне тестування та самостійна робота		Залік	Сума
Атестація 1	Атестація 2	40	100
30	30		

Максимальна кількість балів за результатами поточного контролю становить 60 балів за практичні вміння (5 балів за кожну тему лабораторних занять, 12 тем). Допуск до підсумкового контролю – 35 балів. Максимальна кількість балів за результатами підсумкового контролю (залік) становить 40 балів: залік (теоретична частина) – проходження електронного тестування в СЕЗН ЗНУ для перевірки якості засвоєння матеріалу (20 балів), залік (практична частина) – виконання індивідуального завдання (20 балів). Термін виконання: згідно з графіком навчального процесу.

Критерії поточного оцінювання знань студентів

Лабораторні заняття	Критерії оцінювання
5 балів (відмінно)	У повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно та аргументовано працює над виконанням лабораторних робіт, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань під час здачі лабораторних робіт, макети завдань виконані на високому рівні. Вибір інструментарію графічних редакторів здійснюється доцільно поставленому дизайн-завданню. Застосовуються сучасні мультимедійні ресурси. Лабораторні роботи у вигляді файлів <i>.ai</i> , <i>.psd</i> , <i>.pdf</i> , <i>.tiff</i> , <i>.jpeg</i> вчасно завантажені у систему Moodle (СЕЗН ЗНУ).
4 бали (добре)	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його розкриває під час лабораторних занять, макети лабораторних завдань виконані з окремими несуттєвими недоліками та незначними помилками. Не вистачає достатньої глибини та аргументації. Лабораторні роботи у вигляді файлів <i>.ai</i> , <i>.psd</i> , <i>.pdf</i> , <i>.tiff</i> , <i>.jpeg</i> вчасно завантажені у систему Moodle (СЕЗН ЗНУ).
3 бали (задовільно)	У цілому володіє навчальним матеріалом, розкриває його основний зміст під час лабораторних занять, але без глибокого всебічного аналізу; макети завдань виконані на задовільному рівні з окремими суттєвими недоліками та помилками. Інструментарій графічних редакторів обирається недоцільно поставленому дизайн-завданню. Допускає помилки при підготовці файлів.

1–2 бали (незадовільно)	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) розкриває його під час лабораторних занять, макети завдань виконані на незадовільному рівні, зі суттєвими недоліками. Не володіє певним інструментарієм графічних редакторів. Не враховує технічні характеристики при підготовці файлів.
0 балів (незадовільно)	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту лабораторного завдання. Не володіє інструментарієм графічних редакторів та навичками комп'ютерної обробки інформації. Завдання не виконане.

Критерії оцінювання заліку

Теоретична частина (проходження електронного тестування в СЕЗН ЗНУ)	
0–20 балів	Загальна кількість тестових запитань – 10, правильна відповідь на кожне запитання оцінюється у 2 бали.
Практична частина (виконання індивідуального завдання з розробки проекту дизайну рекламної продукції)	
16–20 балів (відмінно)	Проект містить не менше 10 розроблених студентом елементів дизайну рекламної продукції, результати роботи оформлені у брендбук та роздруковані. Високий рівень технічного виконання проекту, вдало підібране колірне вирішення, шрифтове та композиційне оформлення елементів дизайну. Студент засобами візуальної комунікації зміг передати рекламне повідомлення та поєднав утилітарно-змістове призначення реклами та художньо-естетичні вимоги до дизайн-продукту.
11–15 балів (добре)	Проект містить не менше 7 розроблених студентом елементів дизайну рекламної продукції, результати роботи оформлені у брендбук та роздруковані. Достатньо високий рівень технічного виконання проекту, в цілому вдало підібране колірне вирішення, шрифтове та композиційне оформлення елементів дизайну, хоча присутні певні помилки та недоліки. Студент засобами візуальної комунікації зміг передати рекламне повідомлення.

6–10 балів (задовільно)	Проект містить не менше 5 розроблених студентом елементів дизайну рекламної продукції, результати роботи оформлені у брендбук та роздруковані. Достатній рівень технічного виконання проекту, є суттєві недоліки у підборі колірного вирішення, шрифтового та композиційного оформлення елементів дизайну, додрукарська підготовка макету здійснена некоректно. Студент засобами візуальної комунікації не у повній мірі зміг передати рекламне повідомлення.
0–5 балів (не задовільно)	Проект містить менше 5 розроблених студентом елементів дизайну рекламної продукції, результати роботи не оформлені у брендбук. Низький рівень технічного виконання проекту, є суттєві недоліки у підборі колірного вирішення, шрифтового та композиційного оформлення елементів дизайну. Студент засобами візуальної комунікації не зміг передати рекламне повідомлення.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

ЗА ШКАЛОЮ ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

8. Рекомендована література

Основна

1. Іванов С. Основи композиції видання. Львів : Світ, 2013. 232 с.
2. Даниленко В. Я. Основи дизайну: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : ІЗМН, 1996. 92 с.
3. Даниленко В. Я. Дизайн: підручник. Харків : ДАДМ, 2003. 664 с.
4. Косенко Д. Новий освітній простір: мотивуючий простір: інформаційний посібник. Київ, 2019.

Додаткова

1. Бут О. Ю. Сучасна реклама: нові тренди просування товарів та послуг: рекомендаційний бібліографічний покажчик. Запоріжжя. НБ ЗНТУ, 2017. 30 с.
2. Прищенко С. В., Антонович Є. А. Візуально-інформаційне середовище: стратегія розвитку інтегрованого курсу «Дизайн реклами» у вищій школі. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. Харків, 2017. С. 143-148.
3. Шевченко В. Становлення наукової думки щодо мови візуальної комунікації. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 9. С. 6-9.
4. Сухорукова Л. А. Дизайн візуальних комунікацій: основні поняття та особливості. *Дизайн-освіта 2009: сучасна концепція дизайн-освіти України: зб. матеріалів міжнар. наук.-метод. конф. проф.-викл. складу і молодих учених в рамках V міжнар. форуму «Дизайн-освіта 2009»*. Харків. держ. акад. дизайну і мистецтв. Харків, 2009. С. 128-131.
5. Гресько О. В. Візуальна комунікація як основа масово-інформаційної діяльності ХХІ століття. *Держава та регіони*, 2015. С. 4-8.
6. Квіт С. Візуальна комунікація. URL: <http://textbooks.net.ua/content/view/7020/52>
7. Beautiful visualisation: looking at data through the eyes of experts / ed. by J. Steele, N. Piinsky. Beijing [etc.] : O'Reilly Media, 2010.
8. Jorge Frascara. Communication design: principles, methods, and practice, 2004.

9. Kenneth Louis Smith. Handbook of visual communication: theory, methods, and media. Routledge, 2005.
10. Paul Martin Lester. Visual Communication: Images with Messages. Belmont, CA: Thomson Wadsworth, 2006.

Інформаційні ресурси

1. Національна бібліотека України імені В. В. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>
2. Instagram-канал Advertising Industry. URL: [instagram.com/advertising_industry](https://www.instagram.com/advertising_industry)
3. Instagram-канал Branding Inspiration. URL: [instagram.com/welovebranding](https://www.instagram.com/welovebranding)
4. Instagram-канал Illustration Inspiration. URL: [instagram.com/weloveillustration](https://www.instagram.com/weloveillustration)
5. Issuu | Digital Publishing Platform. URL: <https://issuu.com>
6. Рекомендації зі створення навчальних закладів #НОП на місцях для регіонів. URL: http://dfrr.minregion.gov.ua/foto/upload/NOP_Posibnik.pdf

Погоджено
навчальний відділ

« 13 » грудня

Лилишська О.В.