

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

**Навчально-науковий інститут мистецтв**

Кафедра дизайну і теорії мистецтва

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Дизайн реклами**

Освітня програма: Графічний дизайн

Спеціальність: 022 Дизайн

Галузь знань: 02 Культура і мистецтво

Затверджено на засіданні кафедри  
дизайну і теорії мистецтв  
Протокол № 1 від 2 вересня 2019 р.

## ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Дизайн реклами
<b>Викладач (-і)</b>	Чуйко Олег Дмитрович
<b>Контактний телефон викладача</b>	+38 (0342) 52 34 29
<b>E-mail викладача</b>	oleg.chuyko@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	Стаціонар, заочна
<b>Обсяг дисципліни</b>	6 кредитів ЄКТС, 180 год.
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="http://www.d-learn.pu.if.ua/">http://www.d-learn.pu.if.ua/</a>
<b>Консультації</b>	Консультації проводяться відповідно до графіку індивідуальних занять зі студентами. Також можливі консультації шляхом листування через електронну пошту, зокрема, що стосується погодження планів та змісту практичних, індивідуальних завдань. Консультації до самостійної роботи проводиться на практичних заняттях.
<b>2. Анотація до курсу</b>	
<p>Навчальна дисципліна «Дизайн реклами» призначена для підготовки студентів освітньої програми «Графічний дизайн». Курс розкриває сутність дизайну в рекламі та спрямований на формування компетентностей для реалізації проектних рішень, що формують широку гаму рекламних продуктів. Навчальна дисципліна є вибірковою й покликана розвивати творчі професійні здібності майбутнього дизайнера поліграфічної продукції та мультимедійних систем.</p> <p>Предметом вивчення курсу є створення реклами різних видів, зокрема, можливі складові елементи реклами, засоби, організації надання інформації, виділення, акцентування, композиція текстових та зображальних матеріалів. Важливим аспектом є значення кольору у формуванні сприйняття реклами.</p> <p>У процесі навчання студенти знайомляться із сучасними напрямками в дизайні, вчать знаходити візуальні образи втілення концепцій рекламної продукції й аргументовано відстоювати їх перед замовником.</p>	
<b>3. Мета та цілі курсу</b>	
<p>Мета курсу – сформувати у студентів уявлення про структурну модель рекламної діяльності та професійні компетентності в створенні рекламного продукту.</p> <p>Основні цілі:</p> <p>Сформувати розуміння теоретичних основ застосування методів дизайну і ергономіки для створення рекламного дизайн-продукту;</p> <p>Ознайомити студента з особливостями, етапами, технологіями та техніками розробки рішень, що забезпечують високий рівень дизайну реклами.</p> <p style="padding-left: 20px;">дизайну</p>	
<b>4. Результати навчання (компетентності)</b>	
<p>Основні загальні та спеціальні (фахові) компетентності курсу:</p> <p><i>Інтегральна компетентність (ІК).</i></p> <p>Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі дизайну, або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій і методів дизайну й реклами та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p> <p><i>Загальні компетентності (ЗК).</i></p> <p>Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>Здатність працювати в команді.</p> <p>Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p><i>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності.</i></p> <p>Здатність застосовувати сучасні методики проектування одиничних, комплексних, багатofункціональних об'єктів дизайну.</p> <p>Здатність здійснювати композиційну побудову об'єктів дизайну.</p> <p>Здатність застосовувати у проектно-художній діяльності спеціальні техніки та технології роботи у відповідних матеріалах (за спеціалізаціями).</p>	

Здатність здійснювати колористичне вирішення майбутнього дизайн-об'єкта.  
Розробляти композиційне вирішення об'єктів дизайну у відповідних техніках і матеріалах.

### 5. Організація навчання курсу

Обсяг курсу									
Вид заняття				Загальна кількість годин					
лекції				16 год					
семінарські заняття / практичні заняття				110 год					
самостійна робота				234 год					
Ознаки курсу									
Семестр	Спеціальність			Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий				
4, 5, 6, 7	дизайн			2, 3, 4 рік навчання	вибірковий				
Тематика курсу									
Тема, план	Форма заняття	Література		Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання			
<b>4 семестр</b> Тема 1 Роль та функції реклами у суспільстві. Реклама в соціокультурному просторі.	лекції, практичні, самостійна робота	Бхаскаран Л. Анатомія дизайна: реклама, книги, газети, журнали / Л. Бхаскаран; пер. с англ.— М.: Астрель, 2006. — 256 с.: ил. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне. — Х.: «Гуманитарный Центр», 2011.— 404 с. Глинтерник Э. Графический дизайн как художественно-коммуникативная система и средство рекламы / Э. М. Глинтерник. — СПб.: Издательство «Петербургский институт печати», 2002. — 136 с.: ил. Закон України «Про рекламу» / [уклад. Н. Борщ]. — Х.: Фактор, 2003. — 32 с.			10 балів	згідно розкладу лютий-березень			
					Тема 2 Основні етапи історичного розвитку реклами. Вплив мистецьких стилів на рекламну творчість.	лекції, практичні, самостійна робота		30 балів	згідно розкладу квітень
					Тема 3 Сучасна реклама та її види. Засоби рекламного інформування. Роль комп'ютерних технологій у розвитку рекламних комунікацій.	лекції, практичні, самостійна робота		60 балів	згідно розкладу травень
<b>5 семестр</b> Тема 1. Психологія рекламного впливу як прояв соціальної	лекції, практичні, само-	Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы / А. Н. Лебедев-Любимов.— СПб: Питер, 2007.— 384 с.: ил.		20 балів	згідно розкладу вересень				

моди. Проблеми візуалізації рекламної ідеї.	стійна робота				
Тема 2. Креатив в комунікаційному маркетингу	лекції, практичні, самостійна робота	Ковриженко М. Креатив в рекламе / М. Ковриженко.— СПб.: Питер, 2004.— 253 с.: ил. 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. Лаврентьева Е. Текст и контекст в графическом дизайне / Е. А. Лаврентьева.— М.: МГХПУ им. С. Г. Строганова, 2008.— 323 с.: ил.		20 балів	згідно розкладу жовтень-листопад
Тема 3. Стилiстика рекламної графіки. Національні та iнтернаціональні риси реклами.	лекції, практичні, самостійна робота			60 балів	згідно розкладу грудень
<b>6 семестр</b> Тема 1. Фiрмовий/корпоративний стиль як комплексна реклама.	лекції, практичні, самостійна робота	Глинтерник Э. Графический дизайн как художественно-коммуникативная система и средство рекламы / Э. М. Глинтерник.— СПб.: Издательство «Петербургский институт печати», 2002.— 136 с.: ил.		5 балів	згідно розкладу лютий-березень
Тема 2. Бренд и ребрендинг.	лекції, практичні, самостійна робота	Глинтерник Э. Графический дизайн как художественно-коммуникативная система и средство рекламы / Э. М. Глинтерник.— СПб.: Издательство «Петербургский институт печати», 2002.— 136 с.: ил.		5 балів	згідно розкладу квітень
Тема 3. Композиція у рекламі. Особливості зорового сприйняття. Засоби організації рекламної площини. Специфіка кольору у рекламних зверненнях.	лекції, практичні, самостійна робота	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. Лаврентьева Е. Текст и контекст в графическом дизайне / Е. А. Лаврентьева.— М.: МГХПУ им. С. Г. Строганова, 2008.— 323 с.: ил.		60 балів	згідно розкладу травень
<b>7 семестр</b> Тема 10. Маркетингові дослідження. Життєвий цикл товару/ послуги/ підприємства. Цільова аудиторія. Оцінка естетичної якості рекламної продукції.	лекції, практичні, самостійна робота	Победин В. А. Знаки в графическом дизайне / В. А. Победин.— Х.: Ранок, 2001.— 95 с.: ил.		10 балів	згідно розкладу вересень-жовтень
Тема 11. Методика	лекції,			30	згідно

проектування об'єктів рекламного дизайну.	практичні, самостійна робота			балів	розкладу листопад
Тема 12. Розробка цілісного рекламного продукту	лекції, практичні, самостійна робота	<p>Павловская Е. Дизайн рекламы: поколение NEXT / Е. Павловская.— СПб.: Питер, 2004.— 320 с.: ил.</p> <p>Победин В. А. Знаки в графическом дизайне / В. А. Победин.— Х.: Ранок, 2001.— 95 с.: ил.</p> <p>Тангейт М. Всемирная история рекламы / М. Тангейт; пер. с англ.— М.: Альпина Бизнес Букс, 2008,— 270 с.: ил.</p> <p>Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Э. Туэмлоу; пер. с англ.— М.: ООО «Издательство Астрель», 2006.— 256 с.: ил.</p> <p>Шевченко В. Я. Композиція плаката: [навч. посібн.] / Я. Шевченко.— Х.: Колорит</p>		10 балів	згідно розкладу грудень

### 6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	<p>Курс завершується заліком.  Підсумкова оцінка викладається у 100-бальній шкалі.  Бали студент набираю впродовж семестру за відповіді, написання реферату, виконання практичних завдань.  Усні, поточні оцінки – 20 балів  Реферат (практичне завдання) – 5  Практичні завдання – 10</p>																													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Сума балів за всі види навчальної діяльності</th> <th rowspan="2">Оцінка ECTS</th> <th colspan="2">Оцінка за національною шкалою</th> </tr> <tr> <th>для екзамену, курсового проекту (роботи), практики</th> <th>для заліку</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>90 – 100</td> <td><b>A</b></td> <td>відмінно</td> <td rowspan="5">Зараховано</td> </tr> <tr> <td>80 – 89</td> <td><b>B</b></td> <td rowspan="2">добре</td> </tr> <tr> <td>70 – 79</td> <td><b>C</b></td> </tr> <tr> <td>60 – 69</td> <td><b>D</b></td> <td rowspan="2">задовільно</td> </tr> <tr> <td>50 – 59</td> <td><b>E</b></td> </tr> <tr> <td>26 – 49</td> <td><b>FX</b></td> <td>незадовільно з можливістю повторного складання</td> <td>не зараховано з можливістю повторного складання</td> </tr> <tr> <td>0-25</td> <td><b>F</b></td> <td>незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</td> <td>не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</td> </tr> </tbody> </table>			Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку	90 – 100	<b>A</b>	відмінно	Зараховано	80 – 89	<b>B</b>	добре	70 – 79	<b>C</b>	60 – 69	<b>D</b>	задовільно	50 – 59	<b>E</b>	26 – 49	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання	0-25	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою																												
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку																											
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	Зараховано																											
80 – 89	<b>B</b>	добре																												
70 – 79	<b>C</b>																													
60 – 69	<b>D</b>	задовільно																												
50 – 59	<b>E</b>																													
26 – 49	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання																											
0-25	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни																											
Вимоги до письмової роботи (план-проект)	<p>Контрольна робота передбачає оцінку теоретичних знань студента. Завдання до контрольної роботи формуються на основі питань лекцій, практичних занять та самостійної роботи. Контрольне завдання передбачає 4 питання, на які студент має дати розгорнуті відповіді письмово.</p> <p><b>Критерії оцінювання контрольної роботи:</b>  «Відмінно» (18-20) – питання розкриті повністю, без прогалин, необхідні практичні навички роботи з матеріалом сформовані. Відповіді повні, обгрунтовані. У відповідях студента чітко простежується вміння</p>																													

	<p>аналізувати, диференціювати, узагальнювати інформацію, оцінювати факти, події, оцінювати факти, події та прогнозувати очікувані результати від прийнятих рішень. Студент опирається у знаннях не тільки на лекційний матеріал та навчальні посібники, але й оперує матеріалом сучасних наукових досліджень.</p> <p>«Добре» (16-17) розкрито всі питання без прогалин. Одна з відповідей не повна, недостатньо обґрунтована. Сформовані вміння аналізувати, систематизувати, узагальнювати інформацію. Дано правильну відповідь на всі питання, можливі незначні неточності.</p> <p>«Добре» (13-15) деякі питання розкриті частково. Відповідь може носити переважно репродуктивний характер, немає цілісності у сприйнятті матеріалу, існують неточності у трактуванні понятійного апарату.</p> <p>«Задовільно» (11-12) – існують прогалини у знаннях. Відповіді неповні, не чіткі, простежується невміння інтегрувати матеріал. Студент не дає відповіді на всі питання контрольного завдання.</p> <p>«Задовільно» (9-10) – прогалини у знаннях суттєві, проте у відповідях простежується знання основних понять курсу, їх зв'язку. Студент не розкриває зовсім половини питань контрольної роботи.</p> <p>«Незадовільно» (1-8) – студент практично не оперує основними поняттями курсу, не здатен дати відповіді на більшість питань контрольної роботи.</p>
Семінарські заняття	<p>Семінарські заняття частково передбачають 2 форми роботи студента – вивчення та аналіз теоретичних питань та підготовка і аналіз практичних завдань.</p> <p><b>Критерії оцінювання (усні, поточні оцінки)</b></p> <p>Усні, поточні оцінки на заняттях виставляються у 5-бальній шкалі. Студент має отримати не менше 2-х оцінок за усні відповіді. Середній бал переводиться у 20 балів.</p> <p>«Відмінно» (5) – тему засвоєно повністю, без прогалин, необхідні практичні навички роботи з матеріалом сформовані. У відповідях студента чітко простежується вміння аналізувати, диференціювати, узагальнювати інформацію, оцінювати факти, події, оцінювати факти, події та прогнозувати очікувані результати від прийнятих рішень. Студент опирається у знаннях не тільки на лекційний матеріал та навчальні посібники, але й оперує матеріалом сучасних наукових досліджень.</p> <p>«Добре» (4) тема засвоєна повністю, без прогалин. Сформовані вміння аналізувати, систематизувати, узагальнювати інформацію. Дано правильну відповідь на всі питання, можливі незначні неточності. Відповідь може носити переважно репродуктивний характер, немає цілісності у сприйнятті матеріалу, існують неточності у трактуванні понятійного апарату.</p> <p>«Задовільно» (3) – існують прогалини у знаннях. Відповіді неповні, не чіткі, простежується невміння інтегрувати матеріал. Студент не дає відповіді на всі питання плану семінару.</p> <p>«Незадовільно» (2) – основні питання теми засвоєні мінімально, або ж не засвоєні, відсутність вміння аналізувати, систематизувати, узагальнювати інформацію, мінімальний рівень репродуктивних знань, нема відповідей на допоміжні.</p> <p><b>Критерії оцінювання практичного завдання:</b></p> <p>9-10 (відмінно) – засвоєно основні вимоги. Відображено особливості реклами дизайну. Засвоєно вимоги до оформлення складових елементів роботи.</p> <p>7-8 (добре) – частково виконано вимоги. Засвоєно не всі важливі аспекти щодо відображення складових елементів роботи.</p> <p>5-6 (задовільно) – недостатньо відображено основні вимоги. 3 суттєвими помилками виконана робота.</p> <p>1-4 (незадовільно) – робота не відповідає поставленим завданням. Виконано менше як 50% завдання.</p> <p>0 – завдання відсутнє.</p>
Умови допуску до	Впродовж семестру студент повинен набрати мінімум 50 балів, щоб курс було зараховано. Слід виконати всі завдання.

## 7. Політика курсу

Курс носить прикладний характер, тому значна частина завдань є практичними. Студент повинен вчасно виконувати завдання. За значне запізнення виконання завдання знімається 10% балів. Студент, який пропустив заняття без поважних причин, не отримує бали за усні відповіді, знижуються бали за виконання практичних завдань. Студенти, які навчаються за індивідуальним графіком, виконують всі завдання згідно вимог, проходять тестування за темами.

Викладання курсу та взаємодія із студентом ґрунтуються на політиці академічної доброчесності, очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>.

## 8. Рекомендована література

Бхаскаран Л. Анатомія дизайна: реклама, книги, газети, журнали / Л. Бхаскаран; пер. с англ.— М.: Астрель, 2006.— 256 с.: ил.

Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне.— Х.: «Гуманитарный Центр», 2011.— 404 с.

Глинтерник Э. Графический дизайн как художественно-коммуникативная система и средство рекламы / Э. М. Глинтерник.— СПб.: Издательство «Петербургский институт печати», 2002.— 136 с.: ил.

Закон України «Про рекламу» / [уклад. Н. Борщ].— Х.: Фактор, 2003.— 32 с.

Ковриженко М. Креатив в рекламе / М. Ковриженко.— СПб.: Питер, 2004.— 253 с.: ил.

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.

Лаврентьева Е. Текст и контекст в графическом дизайне / Е. А. Лаврентьева.— М.: МГХПУ им. С. Г. Строганова, 2008.— 323 с.: ил.

Лаптев В. Швейцарский панк, или Типографика «новой волны» / В. В. Лаптев // ПРОЮО дизайн. Журнал по графическому дизайну.— 2005. - № 2 (17). —С. 12-23.

Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы / А. Н. Лебедев-Любимов.— СПб: Питер, 2007.— 384 с.: ил.

Павловская Е. Дизайн рекламы: поколение NEXT / Е. Павловская.— СПб.: Питер, 2004.— 320 с.: ил.

Победин В. А. Знаки в графическом дизайне / В. А. Победин.— Х.: Ранок, 2001.— 95 с.: ил.

Тангейт М. Всемирная история рекламы / М. Тангейт; пер. с англ.— М.: Альпина Бизнес Букс, 2008,— 270 с.: ил.

Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Э. Туэмлоу; пер. с англ.— М.: ООО «Издательство Астрель», 2006.— 256 с.: ил.

Чуева О.В. Місце художньо-образних проблем у проектуванні пакувань: Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. Київ: Міленіум, 2013. № 31. С. 328 – 335.

Шевченко В. Я. Композиція плаката: [навч. посібн.] /Я. Шевченко.— Х.: Колорит, 2004.— 123 с.: ил.

Gomez-Palacio B. Graphic design, referenced: a visual guide to the language, applications, and history of graphic design / Bryony Gomez-Palacio and Armin Vit.— Beverly Massachusetts: Rockport Publishers.— 2009,— 400 p.:il.

Ryari W. E. Graphic communications today / William E. Ryan, Theodore E. Conover.— Thomson. Delmar Learning.— 2004.— 690 p.: il.

**Викладач**



**Чуйко О. Д.**