



Силабус дисципліни «Рекламне образотворення»

Викладач: Тригуб Олена Леонідівна

PhD, старший викладач кафедри дизайну

факультету комп'ютерних наук ЧНУ ім. Петра Могили

Очікувані результати навчання

В результаті вивчення дисципліни здобувач освіти

має знати:

- види, форми і жанри реклами;
- основи психології реклами;
- особливості створення рекламного образу в знаково-символічній системі;
- технічні умови проєктування та експонування продукції;

має вміти:

- аналізувати цільову аудиторію, на яку розрахований продукт, що рекламується;
- розробляти рекламний образ бренду;
- художньо та технічно грамотно візуалізувати рекламний образ;
- засобами рекламного образотворення транслювати торговельну пропозицію споживачу;
- втілювати рекламну ідею на різних видах рекламних носіїв;
- реалізовувати рекламний проєкт у зовнішньому та внутрішньому середовищі.

Пререквізити

базується на засвоєнні теоретичних положень та практичних навичок з основ композиції та проєктної графіки, типографіки, комп'ютерної графіки, дизайну упаковки та етикетки, айдентики.

Обсяг: 4 кредити ECTS (120 год), з яких 60 годин самостійної роботи.

Мета: ознайомлення з концепціями рекламного образотворення, вивчення художніх та маркетингових особливостей створення рекламного образу товару та компанії.

Оригінальність навчальної дисципліни: авторський курс.

Зміст дисципліни

Тема 1. Реклама в сучасному світі. Класифікація, види й функції реклами

Тема 2. Закономірності зорового сприйняття форми й простору рекламного повідомлення. Стили рекламної графіки

Тема 3. Образотворення в друкованій рекламі

Тема 4. Образотворення в зовнішній рекламі

Тема 5. Образотворення в транзитній рекламі

Тема 6. Розроблення комплексного проєкту брендування об'єкта міської інфраструктури

Критерії оцінювання лабораторних робіт

Дотримання вимог завдання; правильність техніки виконання роботи; оригінальність ідеї проєкту, влучність створеного рекламного образу; композиційна, художньо-графічна якість; повнота обсягу роботи.

Пореквізити

сприяє вивченню основ дизайн-проектування, дизайну реклами, підготовці кваліфікаційної роботи.

Семестровий контроль: залік**Оцінювання:**

За семестр: 70 балів

За залік: 30 балів

Види робіт:

Лабораторні роботи – 60 балів (12 x 5б.)

Самостійна робота – 10 балів

Технічне забезпечення

Проекційне мультимедійне обладнання (проектор, екран, ноутбук/комп'ютер). Доступ до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi. Програмне забезпечення: Google Meet, пакет Microsoft Office (Microsoft 365), FastStone Image Viewer, Photopea (онлайн-редактор), GIMP (GNU Image Manipulation Program), Inkscape, Vectr (онлайн-редактор). Система електронного навчання Moodle 3.

Політика щодо дедлайнів

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.

Політика щодо академічної доброчесності

Передбачає самостійне виконання всіх видів робіт та завдань. Списування під час заліку (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв) заборонено. У разі виявлення плагіату або списування роботи не зараховуються.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Концептуальна оригінальність, художньо-графічна, технічна якість розроблення рекламного проекту; якість аргументації щодо одержаних результатів.