

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дизайн реклами

Статус дисципліни – вільного вибору здобувача вищої освіти.

Викладач кафедри графічного дизайну доктор філософії Журавель-Змєєва Л.С.

Рекомендовано – перший (бакалаврський) рівень вищої освіти.

Необхідні передумови: Необхідні базові знання з дизайн-проектування та основ композиції.

1.Анотація:

Обсяг: загальна кількість годин – 120; кількість кредитів ЄКТС – 4.

Мета дисципліни – Розвинути здібності з проектування рекламної продукції, оволодіння здатністю розробляти яскраву, креативну рекламу у рамках правового поля тощо надати здобувачам освіти необхідні знання та навички для створення соціально значимої рекламної продукції з креативним візуальним втіленням, що відповідає культурному простору застосування, є ефективною та своєчасною

Результати навчання дисципліни:

знати: основи дизайну реклам; розумітися на різновидах рекламної продукції; принципах створення та виготовлення реклами для різних видів носіїв; відрізняти типи рекламного дизайну за призначенням;

вміти: генерувати креативні рекламні ідеї, створювати компільовані образи для кращої передачі суті реклами; оцінити ефективність рекламної стратегії та ідеї, розбиратися в етичних та правових аспектах візуалізації рекламного продукту;

володіти навичками розробки гармонійних, композиційно влучних та сенсово відповідних рекламних продуктів; роботи у графічних редакторах; створення рекламних макетів для різних видів рекламних носіїв: друкованої продукції, вивісок, зовнішньої реклами тощо;

здатен продемонструвати: знання історії, теорії та сучасних тенденцій рекламного дизайну; розуміння ролі візуальної комунікації у рекламному процесі; здатність аналізувати рекламні повідомлення з позицій дизайну та ефективності впливу.

володіти навичками: створення рекламних макетів для друкованих та цифрових носіїв; застосування принципів композиції, кольорознавства й типографіки у рекламному дизайні; розробки візуальних образів бренду та рекламних концепцій; презентації й захисту власних рекламно-дизайнерських рішень.

самостійно вирішувати поставлені задачі у рамках створення ефективної рекламної продукції для товарів, брендів, подій і заходів, соціальних ініціатив та ін.; орієнтуватися в тенденціях та засобах ефективного просування продукту через візуальну рекламу.

Зміст дисципліни: Тема 1. Предмет та об'єкт дизайну реклами. Тема 2. Візуально-комунікативна роль реклами. Тема 3. Соціальна та політична рекламна продукція. Тема 4. Ребрендинг та редизайн: особливості та відмінності.

Форма підсумкового контролю: залік.

Засоби діагностики успішності навчання: практичні завдання, завдання для самостійної роботи, комплекти тестових завдань для поточного/модульного контролю.

Мова навчання: українська.

2. Оцінювання:

Розподіл балів з дисципліни, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне оцінювання та самостійна робота				МК	СУМА
T1	T2	T3	T4	10	100
20	20	40	10		

Розподіл балів за видами робіт

Види робіт, що оцінюються в балах	T1	T2	T3	T4	Усього
Практичні роботи	5	5	10	5	25
Самостійні роботи	15	15	30	-	60
Презентація	-	-	-	5	5
Модульний контроль (МК)	10				10
Всього з дисципліни					100

Критерії оцінювання видів робіт:**Виконання та захист практичних/самостійних робіт**

Оцінка в балах, шкала		Пояснення
5-бальна	15-бальна	
5	13-15	Здобувачем вищої освіти представлено практичну/самостійну роботу, що виконана своєчасно, в повному обсязі, на високому аналітичному та графічному рівнях. Здобувач володіє навчальним матеріалом та термінологією, виконує завдання стандартним або оригінальним способом, використовуючи обов'язкову та додаткову літературу, здійснює аналіз та робить висновки.
4	10-12	Здобувачем вищої освіти своєчасно представлено достатньо повне виконання практичної/самостійної роботи на хорошому аналітичному та графічному рівнях. Здобувач вільно застосовує вивчений матеріал у звичайних стандартних проєктних ситуаціях, використовуючи літературу, здійснює аналіз та робить висновки, допускаючи при цьому окремі неістотні неточності на незначні помилки.
3	7-9	Здобувачем вищої освіти представлено неповну або незавершену практичну/самостійну роботу, що виконана на достатньому аналітичному та графічному рівнях із неточностями та помилками, без аналізу та висновків.
1-2	1-6	Здобувачем вищої освіти представлено фрагментарне виконання практичної/самостійної роботи, або завдання виконано із істотними неточностями та грубими помилками, без аналізу та висновків.

Оцінювання підготовки та оприлюднення інформації за темами дисципліни, а саме, підготовка презентації, оцінюється за 5-бальною шкалою:

3 – 5 балів отримують здобувачі вищої освіти за підготовку презентації, яка повністю висвітлює завдання за темою дисципліни на високому аналітичному та графічному рівні. Здобувач демонструє глибокі, узагальнені знання з даної теми дисципліни, вільно та обґрунтовано використовує їх, супроводжує свою доповідь графічною інформацією, яка відповідає поставленим завданням і повністю розкриває тему проєктування. Презентацію оформлено охайно, слайди мають заголовки, а рисунки мають підписи з наведенням інформації про зображення.

1 – 2 балів отримують здобувачі вищої освіти за підготовку презентації, яка не в повній мірі висвітлює завдання за темою дисципліни. Здобувач має поверхневі знання з даної теми дисципліни, використовує їх не достатньо обґрунтовано. Представлені презентація і доповідь не у повному обсязі розкривають інформацію щодо поставленого завдання; оформлення презентації виконано з недоліками. Усне повідомлення в аудиторії не розкриває тему, що представлена здобувачем вищої освіти.

Критерії оцінювання модульного контролю

Модульний контроль проводиться у тестовій формі. Здобувач вищої освіти дає відповідь на 20 запитань. Результати складання модульного контролю оцінюються за десятибальною шкалою автоматизовано відповідно до кількості правильно наданих відповідей. Кожне питання оцінюється в 0,5 балів.

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Оцінка за національною шкалою для екзамену, КП, КР / заліку	Оцінка за шкалою КНУТД	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно / зараховано	90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре / зараховано	82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
	74-81	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно / зараховано	64-73	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-63	E	Достатньо (виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно / не зараховано	35-59	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

3. Політика:

Обов'язкове дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю;
- посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;

- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Допускається визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих у неформальній (інформальній) освіті, а саме оцінювання практичних і самостійних робіт у балах за тему змістового модуля за наявності сертифікату з теми або суміжних напрямів, отриманого на платформах масових відкритих онлайн курсів/навчальних центрів/програм академічної мобільності тощо.

Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів за кожен вид роботи, що оцінюються в балах, і всі види контролю.

Перенесення терміну здачі робіт:

- з поважних причин можливе без зниження максимального балу за роботи за умови завчасного повідомлення про причину затримки та строки перенесення здачі роботи викладача особисто або через старосту групи;

- без поважних причин зі зниженням максимального балу за роботи.

При виявленні плагіату робота підлягає переробці зі зниженням максимального балу.

Пропущені без поважних причин заняття підлягають відпрацюванню за індивідуальним графіком, погодженим із викладачем.

Допускається перезарахування робіт, виконаних під час академічної мобільності здобувача вищої освіти.

4. Рекомендована література:

1. Девід Огілві Про рекламу. Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля». 2024 р. 240 с.
2. Еріка Файві Драми довкола реклами. Як реклама потрапляє в наші голови (і залишається в них). Видавництво Старого Лева. 2022 р. 72 с.
3. Олійник Г., Коваленко О., Кутліна І. Реклама в системі маркетингових комунікацій. Університет «Україна». 2021р. 144 с.
4. Рюбен Патер Політика дизайну. ArtHuss. 2021 р. 192 с.
5. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчям. ArtHuss. 2023 р. 206 с.