

ДИЗАЙН РЕКЛАМИ

Тип дисципліни	Вибіркова
Освітній рівень	Другий (магістерський)
Мова викладання	Українська
Семестр	2
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	4,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна, заочна

Результати навчання. Сформовані фахові компетенції під час вивчення цієї дисципліни можуть бути використані у практичній професійній діяльності для розробки засобів реклами у міському та віртуальному середовищі. Студент повинен: **удосконалити** навички підготовки зображень до друку та розміщення їх в інтернет-просторі; **обирати** і творчі підходи до ефективного розв'язання завдань рекламодавців; **розуміти** вплив мистецьких стилів на рекламну графіку; **використовувати** прийоми створення рекламних зображень різними художніми матеріалами, техніками та комп'ютерними технологіями; **обґрунтовувати** колористичне вирішення рекламної продукції.

Зміст навчальної дисципліни: Роль і функції реклами в суспільстві. Етапи розвитку української та зарубіжної реклами. Еволюція реклами ХХ – поч. ХХІ ст. Відомі рекламні агенції і персоналії. Види реклами та засоби рекламного інформування. Соціальна мода і проблеми візуалізації рекламної ідеї. Типи споживачів. Наукові підходи до ефективності реклами. Принципи композиційної організації рекламного простору. Креативні рекламні технології. Психоемоційне, асоціативне та семантичне сприйняття кольору. Національні та інтернаціональні риси реклами. Стиль і стилістика рекламної графіки. Фірмовий стиль як комплексна реклама. Різновиди знакових форм в системі візуальної ідентифікації. Бренд, брендинг, ребрендинг. Баланс естетичних і комерційних чинників реклами. Естетична оцінка реклами. Друкована реклама. Особливості дизайну зовнішніх та транзитних засобів розповсюдження реклами. Світлова реклама. Цифрові медіа. Методика проєктування рекламних звернень. Рекламний бриф. Сутність дизайн-програми.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 18 год., лабораторні заняття – 36 год., самостійна робота – 66 год., разом – 120 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); лабораторні заняття (з використанням методів комп'ютерного моделювання, тренінгів, майстер-класів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: захист лабораторних робіт; портфоліо лабораторних робіт; презентація результатів виконання індивідуальних завдань; письмове опитування (тестування), перегляд (макетів, банерів, художніх робіт).

Вид семестрового контролю: залік.

Навчальні ресурси:

1. Прищенко С. Основи рекламного дизайну: підручник. Київ: Кондор, 2019. 400 с.
2. Владимирська А. Реклама: навч. посібник. Київ: Кондор, 2006. 334 с.
3. Дурняк Б. Розробка і дизайн рекламних видань. Львів.: Українська акад. друкарства, 2006. 315 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Режим доступу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Електронна бібліотека ХНУ. Режим доступу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php.