

# МІСЬКА РЕКЛАМА ТА ОФОРМЛЕННЯ ВІТРИН

(освітній ступінь «бакалавр»)

**Семестри:** 5, 6, 7.

**Обсяг:** загальний обсяг годин – 240 (кредитів ЄКТС – 8), аудиторні години – 92 год. (92 год. – практичні заняття).

**Викладачі:** Прищенко Світлана Валеріївна, професор кафедри графічного дизайну; Креховецький Ігор Володимирович, старший викладач кафедри дизайну середовища

## **Результати навчання:**

- вивчити базові поняття прикладної графіки у рекламній творчості;
- дослідити вплив зображальних засобів мистецьких стилів на рекламу;
- засвоїти історичний розвиток реклами як візуальних комунікацій;
- усвідомити принципи та функції кольору у рекламі;
- оволодіти навичками стилістичного аналізу й гармонійної організації рекламного простору в середовищі;
- опанувати основи графічного мистецтва у рекламі відповідно до конкретних об'єктів середовища.

**Спосіб навчання:** аудиторне.

## **Зміст:**

Навчальна дисципліна є інтегрованим курсом, що поєднує вивчення засобів прикладної графіки у рекламній галузі, специфіки композиції у рекламі, особливостей візуального сприйняття, естетичних, культурологічних та асоціативних аспектів семантики колірних сполучень, стилістичних тенденцій у рекламі, ролі нових матеріалів і комп'ютерних технологій у розвитку рекламних комунікацій тощо. Практична майстерність та творче використання графічних технік, розуміння їхнього інформативного й образного потенціалу допоможуть дизайнерам середовища орієнтуватися у виборі кольоро-графічних засобів для розробки і грамотного розміщення рекламних носіїв у внутрішньому та зовнішньому просторі. Сферою застосування набутих знань є емблент-реклама, реклама в інтер'єрах комерційного та культурного призначення з урахуванням елементів фірмового стилю, виставкові парки, виставкові стенди та оформлення тематичних експозицій, плакат, вивіски, реклама на транспорті, арт-дизайн і суперграфіка в архітектурному середовищі з метою підвищення іміджу компаній та виробничих структур.

**Рекомендована література:**

1. Боумен У. Графическое представление информации. Москва: Мир, 1971. 225 с.
2. Дейан А. Реклама; пер. с фр. Санкт-Петербург: Изд. дом «Нева», 2004. 126 с.
3. Куленко М.Я. Основи графічного дизайну: підручник. Київ: Кондор, 2006. 492 с.
4. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебн. пособие. Москва: Юнити-Дана, 2010. 271 с.
5. Прищенко С.В. Колір у дизайні та рекламі// Кольорознавство: навч. посібник/ за ред. проф. Є.А.Антоновича. Київ: НАКККіМ, 2009.348 с.
6. Прищенко С.В. Теорія та методологія дизайну: навч.-метод. посібник/ за ред. проф. Є.А.Антоновича. Київ: Альтерпрес, 2010. 208 с.
7. Пронин С.Г. Рекламисту о дизайне. Дизайнеру о рекламе. Москва: Бератор, 2004. 168 с.
8. Снарский О.В. Реклама вокруг нас. Киев: Реклама, 1983. 160 с.
9. Тихоновский В.Г. Торговая реклама и основы декорирования: учебник.Москва: Высшая школа, 1983. 128 с.
- 10.Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учебн. пособие. Москва: Астрель, 2006. 239 с.
- 11.Хмельовський О. Графіка й основи графічного мистецтва: навч. посібник. Луцьк: ЛДТУ, 2003. 160 с.

**Форми та методи навчання:** практичні заняття, самостійна робота.

**Методи і критерії оцінювання:**

- поточний контроль (60%, аналітична робота, практичні завдання, тестове опитування);
- підсумковий контроль (40%, 5, 6, 7 сем.- диференційовані заліки).

**Мова навчання:** українська.