

**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**Проектування рекламно-графічних комплексів**  
(назва дисципліни)

Рівень освіти (бакалавр / магістр)	Бакалавр
Кафедра (за якою закріплена дисципліна)	кафедра графічного дизайну
Терміни вивчення (курс / семестр)	IV курс, VII семестр
Вид дисципліни (кількість лекційних / практичних годин)	вибіркова

Внаслідок вивчення навчальної дисципліни студент повинен бути здатним продемонструвати такі результати навчання:

**Знати:**

- цілі та завдання у сфері дизайну рекламно-графічних комплексів;
- сучасні теорії, методологію і методи проектування стосовно до завдань фундаментальних та прикладних досліджень у сфері комплексного підходу до дизайну об'єктів реклами та її носіїв;
- особливості проектування об'єктів дизайну друкованих рекламних видань у контексті традицій української історії та культури;
- терміни і поняття щодо додрукарської підготовки, типографіки, графічних засобів візуалізації та архітектоніки друкованих видів рекламної продукції;

**Вміти:**

- досягати художньої виразності та образності дизайн-об'єктів в проектуванні оптимальними засобами дизайну;
- застосовувати принципи етапності та послідовності в проектуванні дизайн-об'єктів;
- володіти навичками аргументовано формулювати та обґрунтовувати актуальність та сутність концепції проектування конкретного дизайн-об'єкта;
- володіти навичками переосмислення наявних та створення нових професійних практик побудови об'єктів дизайну;
- вміти впроваджувати результати передпроектного аналізу в розробку дизайн-проекту.
- вміти переконливо демонструвати споживачеві привабливу культурну цінність та економічну вартість створеного креативного продукту.

**Короткий зміст дисципліни (перелік тем):**

**Тема 1.** Соціально-економічне значення та еволюція рекламно-графічних комплексів компанії / підприємства / торгової марки;

**Тема 2.** Різновиди та класифікація рекламно-графічних комплексів компанії / підприємства / торгової марки;

**Тема 3.** Тенденції розвитку та сучасні принципи проектування рекламно-графічних комплексів компанії / підприємства / торгової марки;

**Тема 4.** Проектування та застосування оригінальних шрифтових гарнітур при розробці рекламно-графічних комплексів;

**Тема 5.** Кольорові рішення при розробці рекламно-графічних комплексів;

**Тема 6.** Проектування дрібної та середнього розміру рекламної графіки, постерів, буклетів, каталогів, календарів, тощо;

**Тема 7.** Проектування рекламно-графічних об'єктів великого розміру, з урахуванням просторової композиції в міському середовищі.

**Форма підсумкового контролю: диференційований залік**

**Автор програми (викладач, який буде забезпечувати викладання курсу):** Кравченко О.В., к. арх., доцент кафедри графічного дизайну