

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

Рівень освіти (бакалавр / магістр)	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Кафедра (за якою закріплена дисципліна)	кафедра графічного дизайну
Терміни вивчення (курс / семестр)	VIII семестр (IV курс)
Вид дисципліни (кількість лекційних / практичних годин)	Вибіркова (Загальна кількість годин – 180 годин, з них практичних – 84 години, самостійна робота – 86 годин)

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 та організації проектно-дослідницької роботи;
- 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 архітекtonіки друкованих видів рекламної продукції;

Вміти:

- здійснювати пошук, систематизацію, аналіз та узагальнення інформації, спрямованої на забезпечення фахового підходу до проектування за обраною темою;
- досягати художньої виразності та образності дизайн-об'єктів в проектуванні оптимальними засобами дизайну;
- обирати та обґрунтовувати використання певної методологічної основи передпроектного дослідження згідно поставленої проектної задачі;
- 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 проєктування рекламно-графічних комплексів компанії / підприємства / торгової марки;

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

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

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

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

Форма підсумкового контролю: екзамен. перегляд

Автор програми (викладач, який буде забезпечувати викладання курсу):

Кравченко О.В., к. арх., доцент кафедри графічного дизайну