

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ОБ'ЄКТІВ СЕРЕДОВИЩА

Семестри: 3.

Обсяг: загальний обсяг годин – 90 (кредитів ЄКТС – 3), аудиторних годин – 32 (лекційних – 18, практичних – 14).

Викладачі: Прищенко Світлана Валеріївна,
Доктор наук габіліт. у галузі дизайну,
кандидат технічних наук (з естетики), професор НАКККіМ,
член Спілки дизайнерів України;
професор Антонович Євген Антонович.

Результати навчання:

- вивчити основні прийоми застосування елементів фірмового стилю в об'єктах середовища;
- засвоїти базові поняття фірмового стилю як комплексної реклами;
- усвідомити принципи та функції фірмових кольорів;
- оволодіти базовими навичками стилістичного аналізу носіїв фірмового стилю;
- професійно використовувати закони композиційного формоутворення для розв'язання конкретних проектних завдань у середовищі.

Спосіб навчання (аудиторне, дистанційне навчання): аудиторне.

Зміст:

Навчальний курс «Фірмовий стиль об'єктів середовища» знайомить дизайнерів середовища з процесом формування та розвитку системи візуальної ідентифікації компаній, підприємств, закладів з урахуванням його комерційної, іміджевої і соціокультурної функцій. Дисципліна поєднує вивчення складових і носіїв фірмового стилю, їхньої стильової єдності у середовищі, специфіки зображальних засобів та асоціативно-емоційного впливу на споживачів. Аналізуються етапи становлення й розвитку фірмового стилю, бренд і ребрендинг з позицій дизайну, стилістика об'єктів дизайну у рамках фірмового стилю, історико-культурологічні аспекти семантики кольору, принципи гармонізації кольорів у фірмовому стилі з метою підвищення його естетичного рівня. На практичних заняттях розробляються носії фірмового стилю в інтер'єрах та екстер'єрах офісного, комерційного, культурно-розважального середовища, громадських зон, залів очікування аеропортів і вокзалів, виставкових парках з урахуванням комплексного вирішення серійних об'єктів (зовнішня реклама і реклама на транспорті, вивіски, фірмова суперграфіка вхідної групи).

Рекомендована література:

1. Дегтярев А.Р. Изобразительные средства рекламы: слово, композиция, стиль, цвет/ А.Р.Дегтярев. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. – 256 с.
2. Костина А.В. Эстетика рекламы: учебн. пособие/ А.В.Костина. – М.: Вершина, 2003. – 296 с.

3. Наймушин А.Д. Товарные знаки и фирменный стиль в рекламе// Основы организации рекламы/ А.Д.Наймушин. – М.: Внешторгиздат, 1992. – 214 с.
4. Прищенко С.В. Колір у дизайні та рекламі// Кольорознавство: навч. посібник/ за ред. проф. Є.А.Антоновича. – К.: НАКККіМ, 2009. – 348 с.
5. Прищенко С.В. Фірмовий стиль як комплексна реклама// Теорія та методологія дизайну: навч.-метод. посібник/ за ред. проф. Є.А.Антоновича. – К.: Альтерпрес, 2010. – 208 с.
6. Пронин С.Г. Рекламисту о дизайне. Дизайнеру о рекламе/ С.Г.Пронин. – М.: Бератор, 2004. – 168 с.
7. Савін В.М. Фірмові графічні константи: методична розробка/ В.М.Савін. – К.: КДІДПМД ім. М.Бойчука, 2007. – 20 с.
8. Снарский О.В. Реклама вокруг нас/ О.В.Снарский. – К.: Реклама, 1983. – 160 с.
9. Шарков Ф.И. Технологии рекламы/ Ф.И.Шарков, В.И.Гостенина. – М.: РИП-Холдинг, 2007. – 216 с.
- 10.Щепилова Г.Г. Введение в рекламоведение/ Г.Г.Щепилова, В.М.Краснюк, К.В.Щепилов. – М.: Изд-во «ЭЛИТ 2000», 2002. – 303 с.
- 11.Ярошенко А.В. Традиції колористики міського середовища України XII–XVIII ст./ А.В.Ярошенко. – К., 1995. – 18 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%, екзамен).

Мова навчання: українська.