

ОСНОВИ РЕКЛАМНОГО ДИЗАЙНУ

Семестр: 4, 5, 6.

Обсяг: загальний обсяг годин – 360 (кредитів ЄКТС – 12), аудиторних годин – 152 (лекційних – 78, практичних – 74).

Викладач: Прищенко Світлана Валеріївна,

Доктор наук габіліт. у галузі дизайну

кандидат технічних наук (з естетики), професор НАКККіМ,

член Спілки дизайнерів України.

Результати навчання:

- опанувати наукову термінологію графічного дизайну та реклами;
- знати колористику світового мистецтва, особливості української палітри і національні тенденції використання кольору у дизайні;
- вивчити семантику кольору і принципи побудови гармонійних колірних сполучень у різновидах реклами;
- усвідомити особливості психофізіологічного впливу кольору на людину та природу колірних асоціацій;
- розуміти специфіку кольору, залежно від споживчого ринку;
- вміти ефективно використовувати набуті знання в процесі проектування різноманітної рекламно-поліграфічної продукції.

Спосіб навчання (аудиторне, дистанційне навчання): аудиторне.

Зміст:

Навчальна дисципліна «Основи рекламного дизайну» – одна з основних фахових дисциплін у процесі підготовки дизайнерів-графіків та дизайнерів реклами. Метою курсу є поглиблення та закріплення знань студентів для комплексного проектування продукції рекламного дизайну: рекламних листівок, буклетів, проспектів, каталогів, плакатів, запрошень, тематичних і фірмових календарів, що виконують рекламну функцію. Основними проектними завданнями стають комунікативність об'єктів реклами у системі споживання, технологічність, екологічна спрямованість, естетичне формоутворення, композиційний синтез, гармонізація форми та кольору, візуальні засоби та стильова єдність в контексті етнокультурних традицій тощо. Теоретичний блок передбачає розвиток системного мислення, аналіз чинників психологічного та емоційного впливу кольоро-графічних засобів для посилення художньо-образного вирішення теми, дослідження найефективніших сучасних методів візуалізації інформації відповідно до життєвого циклу товару, урахування регіональних груп при рекламуванні товарів/ послуг/ комерційних або культурних заходів.

Рекомендована література:

1. Аржанов Н.П. История отечественной рекламы: сб. статей/ Н.П.Аржанов, Т.А.Пирогова; под общ. ред. Е.В.Ромата. – Х.: Студцентр, 2004. – 299 с.

2. Даниленко В.Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури: монографія. – Х.: ХДАДМ, Колорит, 2005. – 244 с.
3. Куленко М.Я. Основи графічного дизайну: підручник. – К.: Кондор, 2006. – 492 с.
4. Локс Ф. Упаковка и экология: учебн. пособие; пер. с англ. О.В.Наумовой. – М.: Изд-во МГУП, 1999. – 220 с.
5. Прищенко С.В. Колір у дизайні та рекламі // Кольорознавство: навч. посібник/ за ред. проф. Є.А.Антоновича. – К.: НАКККіМ, 2009. – 348 с.
6. Савахата Л. Гармония цвета: справочник / Л.Савахата. – М.: Астрель, 2003.
7. Сурина М.О. Цвет и символ в искусстве, дизайне и архитектуре / М.О.Сурина. – М.: ИКЦ “МарТ”, 2003.
8. Тейлор Ф. Применение принципов цвета / Ф.Тейлор. – М.: Астрель, 2005.
9. Хайн Т. Все об упаковке; пер. с англ. И.Шаргородской. – СПб.: Азбука-Терра, 1997. – 288 с.
10. Шевченко В.Я. Композиція плаката: навч. посібник/ В.Я.Шевченко.– Х.: Колорит, 2004. – 123 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 сем. залік, 4, 6 сем. екзамени).

Мова навчання: українська.