

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА У МІСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Семестри: 8.

Обсяг: загальний обсяг годин – 90 (кредитів ЄКТС – 3), аудиторних годин – 24 (лекційних – 12, практичних – 12).

Викладач: Прищенко Світлана Валеріївна

Доктор наук габіліт. у галузі дизайну,
кандидат технічних наук (з естетики), професор НАКККіМ,
член Спілки дизайнерів України.

Результати навчання:

- вивчити основні вимоги до методики проектування соціальної реклами як засобу візуальних комунікацій;
- дослідити арсенал візуальної мови, і зокрема кольору, для художньо-проектної діяльності;
- вміти виконувати стилізацію, формалізацію та трансформацію природних форм;
- засвоїти базові знання сучасних комп'ютерних технологій і поліграфічного відтворення проектних образів;
- опанувати прийоми стилістичного аналізу об'єктів проектування та гармонійної організації візуальних комунікацій у міському, предметно-просторовому і віртуальному середовищі;
- оволодіти навичками концептуальної візуалізації відповідно до конкретної тематики.

Спосіб навчання (аудиторне, дистанційне навчання): аудиторне.

Зміст:

Системно-структурний підхід надає можливість у рамках навчальної дисципліни вивчати та засвоювати методи проектної графіки при розробці різноманітних засобів візуальних комунікацій (виставкових стендів, сувенірної продукції, графічних концепцій для мас-медіа, рекламних звернень і соціальних плакатів). Великої уваги приділяється розвитку аналітичного мислення при сприйнятті і проектуванні серійних візуальних об'єктів. Курс містить зведену інформацію з галузі графічного дизайну щодо базових принципів композиції і колористики, творчого використання українських етномистецьких традицій та особливостей художньо-образного вирішення проектних завдань. Практична робота спрямована на оволодіння професійними навичками художнього проектування і доцільного вибору кольоро-графічних засобів у процесі дизайн-розробки візуальних ідей, функціональної та естетичної гармонізації об'єктів графічного дизайну соціального спрямування з об'єктами міського середовища.

Рекомендована література:

1. Боумен У. Графическое представление информации/ У.Боумен. – М.: Мир, 1971. – 225 с.
2. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне: коллективная монография/ под ред. В.О.Пигулевского. – Х.: Гуманитарный центр, 2011. – 404 с.
3. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебн. пособие. – М.: Юнити-Дана, 2010. – 271 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. 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. Снарский О.В. Реклама вокруг нас/ О.В.Снарский. – К.: Реклама, 1983. – 160 с.
8. Тихоновский В.Г. Торговая реклама и основы декорирования: учебник/ В.Г.Тихоновский. – 2-е изд. – М.: Высшая школа, 1983. – 128 с.
9. Чернышев О.В. Формальная композиция. Творческий практикум/ О.В.Чернышев. – Мн.: Харвест, 1999. – 312 с.
10. Шарков Ф.И. Технологии рекламы/ Ф.И.Шарков, В.И.Гостенина. – М.: РИП-Холдинг, 2007. – 216 с.
11. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий: учебн. пособие. – СПб.: БХВ-Петербург, 2004. – 240 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%, залік 8 сем.).

Мова навчання: українська.