

ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У МІСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Семестр: 5,6,7.

Обсяг: загальний обсяг годин – 210 (кредитів ЄКТС – 7), аудиторних годин – 92 (практичних – 92).

Викладач: Прищенко Світлана Валеріївна

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

Результати навчання:

- вивчити історичний розвиток віз. комунікацій в умовах урбанізму;
- дослідити вплив зображальних засобів мистецьких стилів на рекламну творчість;
- засвоїти базові поняття віз. комунікацій і реклами у міському середовищі;
- усвідомити принципи та функції кольору у рекламі;
- оволодіти навичками стилістичного аналізу й організації рекламного простору;
- опанувати основи реклами відповідно до конкретних об'єктів великих і малих міст.

Спосіб навчання (аудиторне, дистанційне навчання): аудиторне.

Зміст:

Навчальна дисципліна поєднує вивчення засобів рекламного інформування у сучасному міському середовищі, засад емоційно-естетичного впливу реклами на споживачів, специфіки композиції у рекламі та особливостей візуального сприйняття, історико-культурологічних аспектів семантики кольору, стилістики рекламної графіки, основ маркетингових досліджень у дизайні, ролі комп'ютерних технологій у розвитку рекламних комунікацій тощо. Професіоналізм дизайнера визначено з урахуванням вимог сучасного ринку. Це три важливі базові компоненти: проектна культура, соціологічна та маркетингова складові. Сферою застосування даної дисципліни є виставкові парки, різновиди зовнішньої реклами, вивіски, оформлення вітрин, носії фірмового стилю в дизайні екстер'єру. Основні практичні навички передбачають ефективне розміщення рекламних конструкцій у міському просторі, збереження культурної ідентичності сучасних міст, знаходження нових проектних вирішень для ембійент-реклами, організацію рекламного супроводу культурних й екологічних заходів, громадських ініціатив тощо. Розвиток творчого мислення допоможе дизайнерам середовища орієнтуватися у виборі засобів рекламного інформування в подальшій професійній діяльності.

Рекомендована література:

1. Глазычев В.Л. Урбанистика. – М.: Европа, 2008. – 220 с.

2. Дегтярев А.Р. Изобразительные средства рекламы: слово, композиция, стиль, цвет/ А.Р.Дегтярев. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. – 256 с.
3. Костина А.В. Эстетика рекламы: учебн. пособие/ А.В.Костина. – М.: Вершина, 2003. – 296 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. Шарков Ф.И. Технологии рекламы/ Ф.И.Шарков, В.И.Гостенина. – М.: РИП-Холдинг, 2007. – 216 с.
10. Яцюк О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама/ О.Яцюк, Э.Романычева. – СПб.: Питер, 2001. – 432 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%, заліки 5-6 сем., екзамен 7 сем.).

Мова навчання: українська.