

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету історії та міжнародних відносин

Андрейко В.І.

«30» червня 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН РЕКЛАМИ»

Рівень вищої освіти	перший
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Предметна спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	«Маркетинг»
Статус дисципліни	вибіркова
Мова навчання	українська

Ужгород – 2024 р.

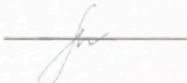
Робоча програма навчальної дисципліни «Графічний дизайн реклами» здобувачів вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг».

Розробник: Дюгованець Олеся Михайлівна, к.е.н., доц., доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту протокол № 13 від «28» червня 2024 р.

Завідувач кафедри  Дюгованець О.М.

Схвалено науково-методичною комісією факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ» протокол № 7 від «28» червня 2024 р.

Голова науково-методичної комісії  Мишко С.А.

© к.е.н., доц. О.М.Дюгованець, 2024 р.

© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2024 р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 4	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120	3-й	3-й
Кількість модулів – 2	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 4	6-й	6-й
	Лекції:	
	32	8
	Практичні (семінарські):	
	28	4
Вид підсумкового контролю: залік	Індивідуальна (курсова) робота:	
	0	0
Форма підсумкового контролю: комбінований	Самостійна робота:	
	60	108

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Графічний дизайн реклами» є формування у здобувачів вищої освіти – майбутніх маркетологів – знань, умінь та компетентностей у сфері графічного дизайну, необхідних для ефективної організації та реалізації рекламних кампаній, включаючи розуміння принципів композиції, типографіки, теорії кольору, сучасних трендів, використання програмного забезпечення та здатність до аналізу та оцінки візуальних рішень, а також вміння ставити завдання дизайнерам та контролювати процес створення рекламних матеріалів.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких **компетентностей**:

Інтегральна компетентність (ІК):

ІК1. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. (Створення ефективного рекламного дизайну – це комплексна задача, що вимагає врахування багатьох факторів і часто відбувається в умовах невизначеності.)

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. (Дизайн вимагає абстрактного мислення для створення концепцій, аналізу цільової аудиторії та синтезу різних візуальних елементів.)

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. (Сфера графічного дизайну постійно розвивається, з'являються нові технології, тренди та програмне забезпечення, тому здатність до навчання є критично важливою.)

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. (Дисципліна безпосередньо спрямована на формування знань у галузі маркетингу)

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. (Практичні завдання та проєкти є невід'ємною частиною дисципліни, що дозволяє студентам застосовувати отримані знання на практиці.)

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. (Графічний дизайн реклами неможливий без використання комп'ютерних програм та інтернет-технологій.)

ЗК11. Здатність працювати в команді. (Багато проєктів у сфері реклами виконуються в команді, тому навички командної роботи є важливими.)

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності). (Маркетологам часто доводиться співпрацювати з дизайнерами, програмістами, копірайтерами та іншими фахівцями.)

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. (Етичні аспекти реклами, вплив візуальних образів на суспільство, дотримання авторських прав – важливі складові професійної діяльності.)

Спеціальні компетентності:

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. (Розуміння маркетингових цілей та стратегій є необхідним для створення ефективного рекламного дизайну.)

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. (Графічний дизайн є складовою маркетингової діяльності, і дисципліна вчить інтегрувати його в загальну стратегію.)

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. (Візуальні комунікації є потужним інструментом маркетингу.)

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. (Аналіз цільової аудиторії та ринку є важливим етапом створення дизайну.)

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. (Ефективний дизайн безпосередньо впливає на результати маркетингових кампаній та успіх бізнесу.)

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. (Аналіз ефективності дизайну та використання даних для оптимізації.)

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. (Презентація дизайн-проектів та захист своїх рішень.)

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. (Інтеграція графічного дизайну в загальний маркетинговий план.)

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «Графічний дизайн реклами» є опанування таких навчальних дисциплін:

ОК 1.1.10. Інформаційні та комунікаційні технології

ОК 1.2.3. Основи рекламної презентації

ОК 1.2.4. Маркетинг

ОК 1.2.7. Рекламна діяльність

ОК 1.2.9. Інтернет-маркетинг

ОК 1.2.11. Маркетингові комунікації

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «Графічний дизайн реклами» вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Очікувані результати навчання з дисципліни	Шифр ПРН
Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	ПРН3
Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	ПРН7
Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта	ПРН10
Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід і здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	ПРН11
Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	ПРН17

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами вищої освіти після опанування навчальної дисципліни «Графічний дизайн реклами»:

Очікувані результати навчання з дисципліни	Шифр ПРН
Застосовувати принципи композиції, теорії кольору, типографіки та сучасні тренди графічного дизайну для створення ефективних рекламних макетів різних видів (друковані, цифрові, веб).	ПРН3
Використовувати професійне програмне забезпечення (Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign, Figma та ін.) для створення та редагування графічних зображень, верстки макетів та підготовки файлів до друку/публікації в інтернеті.	ПРН7
Презентувати та обґрунтовувати дизайн-рішення, використовуючи професійну термінологію та враховуючи маркетингові цілі та стратегії.	ПРН10
Застосовувати міждисциплінарний підхід, поєднуючи знання з маркетингу, комунікацій та дизайну для створення комплексних рекламних рішень.	ПРН11
Ефективно комунікувати з клієнтами, колегами та іншими фахівцями, використовуючи професійну термінологію в галузі дизайну та маркетингу, як усно, так і письмово.	ПРН17

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є¹:

Поточний контроль:

- стандартизоване тестування (онлайн):
 - тести з множинним вибором, відповідністю, короткими відповідями для перевірки знання термінології, принципів композиції, теорії кольору, типографіки, історії дизайну, трендів, програмного забезпечення; підготовка доповідей по відповідних питаннях (реферати, есе);
 - реферати на теми історії дизайну, впливу певних стилів на рекламу, аналіз рекламних кампаній, етичні аспекти дизайну;
 - есе на теми сучасних трендів у графічному дизайні реклами, роль ШІ в дизайні, вплив візуальної комунікації на споживача.

¹ Робоча програма передбачає використання елементів неформального навчання за умов підтвердження результатів (сертифікат з зазначення обсягу кредитів, сертифікат участі, грамота учасника конференції, сертифікат за призове місце у конкурсі тощо). Зокрема, здобувач із запропонованих як альтернативних форм самостійної роботи може обрати: (1) участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, зустрічах з питань, дотичних до тематики курсу (з підготовкою есе, прес-релізу, інформаційного повідомлення, портфоліо, графічного елементу, рекламних матеріалів тощо, що підтверджено навчальною програмою заходу чи відповідним сертифікатом; збірником тез тощо); (2) проходження тренінг-курсів чи дистанційних курсів з використання сучасних освітніх технологій на платформах Coursera, Prometheus, ВУМ-онлайн тощо (за наявності відповідного документу про їх закінчення, надання копії викладачу).

- презентації результатів виконаної індивідуальної роботи студента (завдань і досліджень):
 - презентації ескізів, макетів, логотипів, банерів, рекламних листівок, веб-сторінок;
 - презентації результатів аналізу рекламних кампаній конкурентів;
 - презентації досліджень з використання певних інструментів або технік дизайну;
 - розв'язування практичних ситуаційних завдань (кейси):
 - розробка візуальної концепції для конкретного бренду;
 - створення рекламного макету для певного продукту або послуги з урахуванням заданої цільової аудиторії та бюджету;
 - аналіз та критика існуючих рекламних матеріалів;
 - практичні завдання (створення дизайн-продуктів):
 - створення логотипу та фірмового стилю;
 - розробка макету друкованої реклами (листівка, буклет, плакат);
 - створення веб-банера або рекламного оголошення для соціальних мереж;
 - рецензування робіт одногрупників:
 - взаємне оцінювання робіт студентами за заданими критеріями, що сприяє розвитку критичного мислення та професійного бачення.
 - Модульний контроль (модульна контрольне оцінювання):*
 - контрольні роботи (практичні та теоретичні):
 - теоретичні питання з матеріалу у вигляді тестування;
 - Підсумковий контроль (семестровий контроль):*
 - залік (теоретичний і/або практичний):
 - теоретичні питання з усього курсу;
 - практичне завдання на створення дизайн-продукту за заданими вимогами.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Модульний контроль складається з:

- 1) поточного контролю;
- 2) модульного контрольного оцінювання.

Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять (включає, в тому числі, перевірку якості підготовки завдань, які винесені на самостійне вивчення та виконання) і має на меті перевірку рівня підготовленості студента.

Форми поточного контролю:

- усні опитування на семінарських заняттях;
- участь в обговоренні питань та практичних кейсів на семінарах;
- підготовка індивідуальних завдань та їх презентація тощо;
- тематичне тестування;
- самостійна робота студента².

² Самостійна робота студентів, в тому числі індивідуальна є складовою освітнього процесу і основним засобом опанування навчального матеріалу дисципліни в час, вільний від аудиторних занять

Форма модульного контрольного оцінювання – це модульна контрольна робота, яка проводиться у формі комп'ютерного тестування. У випадку тестування кожна на модульна контрольна робота складається із 50 стандартизованих тестів з тематики, відведеної для вивчення протягом відповідного модуля, за правильні відповіді, на які студент(-ка) може отримати максимально 50 балів. Протягом вивчення дисципліни студенти складають дві модульні контрольні роботи.

До модульного контрольного оцінювання допускаються всі студенти. Виконання контрольного завдання здійснюється студентом індивідуально. Студент може звернутися до викладача за поясненням змісту контрольного завдання. Перед проведенням підсумкового модульного тестування студенти мають змогу ознайомитися з питаннями, які будуть винесені на підсумковий модульний контроль.

Викладач визначає час проведення підсумкового модульного тестування, який за зверненням студентів може відрізнитися від графіку проведення модульних контролів (наприклад, враховуються обставини, через які студент фізично не може знаходитися біля комп'ютера у період проведення модульного контрольного оцінювання). В таких випадках викладач може продовжити період складання модульного тестування, обмеживши при цьому виділений час на складання. На виконання модульного контрольного оцінювання відводяться дві академічні години. Результати контрольного заходу студента, який не склав модульне контрольне оцінювання у визначені терміни, дорівнюють нулю балів.

Форма підсумкового семестрового контролю

Підсумковий семестровий контроль з дисципліни проводиться у формі опитування та виконання практичного завдання, передбаченого вивченням матеріалу за робочою програмою навчальної дисципліни. Форма проведення підсумкового семестрового контролю зазначена в робочому навчальному плані та описі робочої програми навчальної дисципліни. Перед проведенням підсумкового контролю студенти мають змогу ознайомитися з питаннями, які будуть винесені на підсумковий контроль. Підсумковий залік складається з трьох теоретичних питань та за потреби включає виконання практичного завдання, за правильні відповіді та належне виконання практичного завдання студент(-ка) може отримати максимально 100 балів.

До підсумкового контролю (заліку) з навчальної дисципліни не допускаються студенти, які не виконали умов договору про навчання та усіх видів обов'язкових робіт, передбачених робочою програмою, середня кількість балів за результатами двох модульних контролів яких складає менше 35 балів.

Студенти, які під час підсумкового контролю отримали оцінку «незадовільно», мають право на два перескладання: перший раз – викладачу, другий раз (у разі незадовільної оцінки при першому перескладанні) – комісії. Комісія створюється завідувачем кафедри. До складу комісії обов'язково входять лектор та завідувач кафедри. Залікова оцінка, виставлена комісією, є остаточною.

Студент(-ка), який(-а) не погоджується з оцінкою, має право звернутися до викладача й отримати ґрунтовне пояснення отриманого результату. У випадку незгоди з рішенням викладача, студент(-ка) має право звернутися з письмовою апеляцією до завідувачки кафедри не пізніше, ніж на наступний робочий день після оголошення результатів. Викладачка і завідувачка кафедри у присутності декана факультету та студента(-ки) протягом трьох днів повинні розглянути апеляцію і прийняти остаточне рішення. У результаті апеляції оцінка студента(-ки) не може бути знижена.

Оцінювання результатів навчання відбувається наступним чином:

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

Поточне оцінювання та самостійна робота								Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Індивідуальна робота	50	100
5	5	6	6	6	6	6	10		

T1, T2 ... – теми

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота							Модульна контрольна робота	Сума
T8	T9	T10	T11	T12	T13	Індивідуальна робота	50	100
6	6	7	7	7	7	10		

T1, T2 ... – теми

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні (семінарські) заняття	7	40	7	40
Презентація, реферат, есе та інші види індивідуальних робіт	1	10	1	10
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		100		100

При визначенні оцінки за модуль враховуються результати поточного контролю під час семінарських занять, самостійної та індивідуальної роботи. Оцінка за модуль складає максимально 100 балів. Студент, який за результатами модульного контролю отримав оцінку «F» (0-34 бали), повинен перескласти цей модуль до проведення підсумкового (семестрового) контролю, згідно із затвердженим деканатом графіком або під час чергування викладачів на кафедрі.

Рейтингова оцінка з навчальної дисципліни визначається як середня арифметична сума балів, отриманих у результаті модульних контролів, та

виставляється за 100-бальною шкалою, шкалою ЄКТС та національною шкалою. Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС здійснюється в порядку, зазначеному нижче в таблиці.

Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС

Сума балів	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	зараховано
82-89	B	
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	
35-59	FX	не зараховано
0-34	F	

Якщо середня рейтингова оцінка за результатами двох модульних контролів становить не менше 60 балів, то за згодою студента вона може бути зарахована як підсумкова семестрова оцінка з навчальної дисципліни. У протилежному випадку, або за бажанням підвищити рейтинг, студент складає залік.

Критерії оцінювання окремих видів завдань

Відповідно до очікуваних результатів навчання та згідно із таксономією Блума вивчення дисципліни «Графічний дизайн реклами» передбачає виконання студентами трьох типів завдань:

1. Репродуктивний рівень (знання, розуміння): цей рівень передбачає відтворення та розуміння базових знань з графічного дизайну реклами. Завдання спрямовані на перевірку засвоєння термінології, основних принципів, правил, технік та історії дизайну.

2. Реконструктивний рівень (застосування, аналіз): цей рівень передбачає застосування отриманих знань та вмій у змінених або типових ситуаціях. Завдання спрямовані на аналіз, порівняння, класифікацію та застосування знань на практиці.

3. Творчий рівень (синтез, оцінювання, створення): цей рівень передбачає застосування знань та вмій у нестандартних умовах, створення нового продукту, оцінювання та обґрунтування власних рішень. Завдання спрямовані на розвиток креативності, інноваційного мислення та здатності до самостійного вирішення складних проблем.

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. ОСНОВИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В РЕКЛАМІ

Тема 1. Сутність і значення графічного дизайну (2 год.)

1. Дизайн і його значення в рекламній діяльності
2. Сутність графічного дизайну
3. Основи візуальної комунікації

Тема 2. Види графічного дизайну для просування бізнесу (4 год.)

1. Цифровий дизайн як частина графічного дизайну
2. Дизайн візуальної айдентики
3. Дизайн інтерфейсу користувача (UI)
4. Рекламний графічний дизайн
5. Дизайн пакування
6. Дизайн видань
7. Моушн-дизайн
8. Ілюстрація

Тема 3. Принципи графічного дизайну (2 год.)

1. Основні правила композиції
2. Візуальна ієрархія
3. Теорія близькості і якірні об'єкти
4. Баланс, контраст, пропорції
5. Узгодженість та ритм у дизайні
6. Психологічні принципи в графічному дизайні

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. КЛЮЧОВІ ЕЛЕМЕНТИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В РЕКЛАМІ

Тема 4. Основні елементи дизайну: базові форми, простір і текстура (2 год.)

1. Точка, лінія, площина: базові елементи графічної композиції
2. Розмір, простір, значення: принципи побудови візуальної ієрархії
3. Масштаб: створення пропорцій та акцентів у дизайні
4. Текстура: створення візуальної та тактильної глибини

Тема 5. Мистецтво кольору в дизайні: основи та застосування (2 год.)

1. Роль кольору в графічному дизайні

2. Основи колористики: гармонія та контрасти у рекламному дизайні
3. Емоційне значення кольорів

Тема 6. Основи типографіки в рекламному дизайні (2 год.)

1. Теоретичні основи та принципи типографіки у графічному дизайні реклами
2. Класифікація шрифтів та їх застосування у рекламному дизайні
3. Методологія вибору шрифтів для рекламних матеріалів
4. Принципи вирівнювання текстових блоків у рекламному дизайні
5. Підходи до вибору типу вирівнювання для рекламних матеріалів

Тема 7. Роль ключової емоції та характеристик у графічному дизайні реклами (2 год.)

1. Ключова емоція як основа рекламного повідомлення
2. Характеристики графічного дизайну, що підсилюють емоції
3. Ключові ознаки (характеристики) дизайну та їх роль у графічній рекламі

МОДУЛЬ 2

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНЕ МИСЛЕННЯ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ РЕКЛАМИ

Тема 8. Шляхи генерації ідей та створення асоціативних образів (2 год.)

1. Методи генерації ідей для створення реклами, та їх застосування в графічному дизайні
2. Меми, гумор і візуальні символи та їх використання в графічному дизайні реклами
3. Маскоти і символи в брендуванні: створення впізнаваних образів
4. Кради як митець: як використовувати референси для створення унікальної реклами

Тема 9. Техніки пошуку ідей у графічному дизайні (2 год.)

1. Формстормінг як техніка творчого експериментування з формами
2. Творче (креативне) мислення: пошук ідей. Міфи про креативність
3. Організація робочого процесу для креативних досягнень
4. Ментальні карти: організація ідей у візуальному форматі
5. Мудборд: візуальне натхнення та розробка концепцій
6. Метафори в дизайні: сила образів та асоціацій

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 4. БРЕНДИНГ І ДИЗАЙН РЕКЛАМИ

Тема 10. Логотипи, айдентика та фірмовий стиль (4 год.)

1. Сутність логотипів, їх типи та принципи створення
2. Розробка айдентики
3. Фірмовий стиль: фундамент успішного бренду в графічному дизайні реклами
4. Роль корпоративного стилю в рекламі

Тема 11. Дизайн рекламних кампаній та рекламних матеріалів (4 год.)

1. Основи рекламної кампанії та розробка рекламної стратегії
2. Дизайн рекламних матеріалів
 - типи друку, їх відмінності та матеріали друку
 - розробка макетів для різних типів друкованої продукції
 - дизайн сувенірної продукції
 - дизайн пакування
3. Типи рекламних матеріалів
 - друкована реклама та її види
 - віртуальна реклама

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 5. ТЕХНОЛОГІЇ ТА ТРЕНДИ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ РЕКЛАМИ

Тема 12. Програмне забезпечення для графічного дизайну реклами (2 год.)

1. Професійні інструменти для створення складного дизайну (Adobe Creative Cloud): Adobe Illustrator (векторна графіка); Adobe Photoshop (растрова графіка та обробка зображень); Adobe InDesign (верстка та макетування); Adobe After Effects (анімація та відеоефекти).
2. Інструменти для швидкого створення дизайну та маркетингових матеріалів: Adobe Express (раніше Adobe Spark); Canva.
3. Альтернативні професійні програми: CorelDRAW (векторна графіка), Affinity Designer/Photo/Publisher, GIMP (GNU Image Manipulation Program), Figma (дизайн інтерфейсів та графіка).

Тема 13. Сучасні тренди та креативні рішення в графічному дизайні реклами (2 год.)

1. Тренди графічного дизайну в рекламі (2025)
2. Штучний інтелект (ШІ) в графічному дизайні реклами
3. Креативні підходи та стилі в дизайні реклами

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	Форма навчання: денна					Форма навчання: заочна				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота		самостійна робота	лекції	практичні (семінарські)	лабораторні
3-й семестр										
Модуль 1										
Змістовний модуль 1. Основи графічного дизайну в рекламі										
Тема 1. Сутність і значення графічного дизайну	8	2	2			4				8
Тема 2. Види графічного дизайну для просування бізнесу	12	4	2			6		2		8
Тема 3. Принципи графічного дизайну	8	2	2			4				8
Змістовний модуль 2. Ключові елементи графічного дизайну в рекламі										
Тема 4. Основні елементи дизайну: базові форми, простір і текстура	8	2	2			4				8
Тема 5. Мистецтво кольору в дизайні: основи та застосування	8	2	2			4		2		8
Тема 6. Основи типографіки в рекламному дизайні	8	2	2			4				7
Тема 7. Роль ключової емоції та характеристик у графічному дизайні реклами	8	2	2			4				7
Модульна контрольна робота										
Разом за модуль	60	16	14			30	60	4	2	54
Модуль 2										
Змістовний модуль 3. Концептуальне мислення у графічному дизайні реклами										
Тема 8. Шляхи генерації ідей та створення асоціативних образів	9	2	2			5		2		9
Тема 9. Техніки пошуку ідей у графічному дизайні	9	2	2			5				9
Змістовний модуль 4. Брендинг і дизайн реклами										
Тема 10. Логотипи, айдентика та фірмовий стиль	11	4	2			5				9

Тема 11. Дизайн рекламних кампаній та рекламних матеріалів	13	4	4			5					9
Змістовний модуль 5. Технології та тренди в графічному дизайні реклами											
Тема 12. Програмне забезпечення для графічного дизайну реклами	9	2	2			5					9
Тема 13. Сучасні тренди та креативні рішення в графічному дизайні реклами	9	2	2			5		2	2		9
Модульна контрольна робота											
Разом за модуль	60	16	14			30	60	4	2		54
Разом за семестр	120	32	28			60	120	8	4		108

6.3. Теми практичних (семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Тема 1. Сутність і значення графічного дизайну	2	2
2	Тема 2. Види графічного дизайну для просування бізнесу	2	
3	Тема 3. Принципи графічного дизайну	2	
4	Тема 4. Основні елементи дизайну: базові форми, простір і текстура	2	
5	Тема 5. Мистецтво кольору в дизайні: основи та застосування	2	
6	Тема 6. Основи типографіки в рекламному дизайні	2	
7	Тема 7. Роль ключової емоції та характеристик у графічному дизайні реклами	2	
8	Тема 8. Шляхи генерації ідей та створення асоціативних образів	2	2
9	Тема 9. Техніки пошуку ідей у графічному дизайні	2	
10	Тема 10. Логотипи, айдентика та фірмовий стиль	2	
11	Тема 11. Дизайн рекламних кампаній та рекламних матеріалів	4	
12	Тема 12. Програмне забезпечення для графічного дизайну реклами	2	
13	Тема 13. Сучасні тренди та креативні рішення в графічному дизайні реклами	2	
Разом		28	4

6.4. Самостійна робота

Тема	Перелік питань	Кількість годин	
		денна	заочна
		Форма навчання	
1	<p>Тема 1. Сутність і значення графічного дизайну Визначте роль дизайну в створенні ефективної реклами. Сформулюйте власне визначення графічного дизайну. Опишіть основні функції графічного дизайну в рекламі. Поясніть, як візуальні елементи впливають на сприйняття повідомлення. Наведіть приклади успішного та неуспішного використання дизайну в рекламі.</p>	4	8
2	<p>Тема 2. Види графічного дизайну для просування бізнесу Порівняйте цифровий та аналоговий дизайн. Опишіть ключові елементи візуальної айдентики бренду. Поясніть різницю між UI та UX дизайном. Назвіть основні види рекламних матеріалів та їх особливості. Охарактеризуйте роль ілюстрації в рекламному дизайні.</p>	6	8
3	<p>Тема 3. Принципи графічного дизайну Опишіть основні правила композиції. Поясніть, що таке візуальна ієрархія та як її створити. Охарактеризуйте принципи балансу та контрасту. Поясніть значення узгодженості та ритму в дизайні. Як психологічні принципи використовуються в графічному дизайні?</p>	4	8
4	<p>Тема 4. Основні елементи дизайну: базові форми, простір і текстура Опишіть базові елементи графічної композиції: точка, лінія, площина. Поясніть, як розмір та простір впливають на візуальну ієрархію. Як масштаб використовується для створення акцентів у дизайні? Опишіть роль текстури у створенні візуальної глибини. Наведіть приклади використання різних текстур в дизайні.</p>	4	8
5	<p>Тема 5. Мистецтво кольору в дизайні: основи та застосування Поясніть роль кольору в графічному дизайні. Опишіть основи колористики та колірні схеми. Як кольори впливають на емоції та сприйняття? Наведіть приклади використання кольорів у рекламі. Опишіть поняття колірної гармонії та контрасту.</p>	4	8
6	<p>Тема 6. Основи типографіки в рекламному дизайні Опишіть основні принципи типографіки. Назвіть основні класифікації шрифтів.</p>	4	7

Тема	Перелік питань	Кількість годин	
		денна	заочна
		Форма навчання	
	Поясніть, як правильно вибрати шрифти для рекламних матеріалів. Охарактеризуйте принципи вирівнювання текстових блоків. Як підібрати тип вирівнювання для різних видів реклами?		
7	Тема 7. Роль ключової емоції та характеристик у графічному дизайні реклами Поясніть, що таке ключова емоція в рекламі. Як характеристики дизайну підсилюють емоції? Опишіть ключові характеристики дизайну та їх роль. Наведіть приклади використання емоцій в рекламному дизайні. Як створити дизайн, що викликає потрібні емоції?	4	7
8	Тема 8. Шляхи генерації ідей та створення асоціативних образів Опишіть методи генерації ідей для реклами. Як меми та гумор використовуються в графічному дизайні? Поясніть роль маскотів у брендуванні. Як використовувати референси для створення унікального дизайну? Наведіть приклади вдалого використання асоціативних образів в рекламі.	5	9
9	Тема 9. Техніки пошуку ідей у графічному дизайні Поясніть суть техніки формстормінгу. Опишіть міфи про креативність. Як організувати робочий процес для креативних досягнень? Поясніть, як використовувати ментальні карти. Опишіть роль мудборду в розробці концепцій.	5	9
10	Тема 10. Логотипи, айдентика та фірмовий стиль Опишіть типи логотипів та принципи їх створення. Поясніть процес розробки айдентики. Охарактеризуйте значення фірмового стилю для бренду. Як корпоративний стиль впливає на рекламу? Наведіть приклади успішних логотипів та фірмових стилів.	5	9
11	Тема 11. Дизайн рекламних кампаній та рекламних матеріалів Опишіть основи рекламної кампанії та стратегії. Назвіть типи друку та їх відмінності. Охарактеризуйте особливості дизайну сувенірної продукції. Які існують типи рекламних матеріалів? Опишіть особливості дизайну пакування.	5	9
12	Тема 12. Програмне забезпечення для графічного дизайну реклами	5	9

Тема	Перелік питань	Кількість годин		
		Форма навчання	денна	заочна
	Опишіть можливості Adobe Illustrator. Охарактеризуйте функції Adobe Photoshop. Для чого використовується Adobe InDesign? Назвіть інструменти для швидкого створення дизайну. Які існують альтернативні професійні програми для дизайну?			
13	Тема 13. Сучасні тренди та креативні рішення в графічному дизайні реклами Назвіть актуальні тренди графічного дизайну в рекламі. Як штучний інтелект використовується в дизайні? Опишіть сучасні креативні підходи в рекламі. Наведіть приклади використання трендів у рекламному дизайні. Які стилі зараз популярні в графічному дизайні реклами?	5	9	
	Разом	60	108	

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

Технічні засоби: мультимедійний проектор. Обладнання: персональні комп'ютери, ноутбуки. Програмне забезпечення: Microsoft Office, Microsoft Excel; сервіс Google Meet, дистанційна платформа Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; особистий кабінет викладача на основі відкритих медіа ресурсів корпорації Google тощо.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Адамс Ш. Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти / Шон Адамс, пер. з англ. Максим Тимченко. Київ: ArtHuss, 2022. 256 с.
2. Вайт Алекс В. Основи графічного дизайну: Третє видання. Простір, єдність, архітектура сторінки та шрифт / Алекс В. Вайт. Пер. з англ. Леся Куцюк, Олексій Пелипенко. Київ : ArtHuss, 2023. 240 с.
3. Геллер С., Кваст С. Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів / Стивен Геллер, Сеймут Кваст; пер. з англ. Журавльова О., Пінчук Д. Київ: ArtHuss, 2019, 296 с. (Серія «Креативна кар'єра»)

4. Емброуз Г. Оно-Біллсон Н. Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова / Гевін Емброуз, Найджел Оно-Біллсон; пер. з англ. Л. Базь, Р. Дзюба, Т. Кривов'яз. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с. (Серія «Креативна кар'єра»)
5. Іттен Й. Елементи образотворчого мистецтва: Навчальне видання щоденника / Йоганнес Іттен. Пер. з нім. Ярослава Іваненко. Київ : ArtHuss, 2023. 168 с.
6. Іттен Й. Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва. Навчальний посібник. / Йоганнес Іттен. Пер. з нім. С. Святенко. Київ : ArtHuss, 2022. 96 с.
7. Іттен Й. Наука дизайну та форми. Вступний курс, який я викладав у Баугаузі та інших школах / Йоганнес Іттен. Пер. з нім. Сергій Святенко. Київ : ArtHuss, 2021. 136 с.
8. Клеон О. Кради як митець: Креативні «фішки», про які тобі ніхто не розповість / Клеон Остін. Пер. з англ. Ганни Литвиненко. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2024. 160 с.
9. Куленко, М. Я. (2007). Основи графічного дизайну: підручник / Михайло Якович Куленко ; Київ. нац. ун-т будівництва та архітектури ; за ред. Є. А. Антонович. Вид. 3-тє, перероб. та допов. Київ : Кондор, 2018. 543 с.
10. Лаптон Е., Філліпс Дж. К. Графічний дизайн: Нові основи. Друге видання, змінене і доповнене / Еллен Лаптон, Дженніфер Коул Філліпс. Пер. з англ. І. Михайлишина. Київ : ArtHuss, 2020. 264 с.
11. Леонард Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження / Ніл Леонард, Гевін Емброуз; пер. з англ. Мельник М., Пугач В. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с. (Серія «Креативна кар'єра»)
12. Леонард Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 03: Генерування ідей / Ніл Леонард, Гевін Емброуз; пер. з англ. Мельник М., Пугач В. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с. (Серія «Креативна кар'єра»)
13. Удріс – Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчям / Наталя Удріс-Бородавко. Київ: ArtHuss, 2023. 204 с.

Додаткова література

14. Carter, R., Day, B., & Meggs, P. B. (2012). *Typographic Design: Form and Communication*. John Wiley & Sons. (Типографічний дизайн: форма та комунікація).
15. ChatGPT, DALLE, Midjournet. Як генеративні штучний інтелект змінює світ / Краковецький Олександр. Київ : ArtHuss, 2024. 192 с.
16. Heller, S., & Vienne, V. (2012). *100 Ideas that Changed Graphic Design*. Laurence King Publishing.
17. Lupton, E. (2017). *Thinking with Type*, 2nd revised and expanded edition. Princeton Architectural Press.
18. Samara, T. (2017). *Design Elements, 2nd Edition: A Graphic Style Manual*. Rockport Publishers. (Елементи дизайну: посібник зі стилю).

19. Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. John Wiley & Sons.
20. White, K. (2011). *101 Things I Learned in Advertising School*. How Books. (101 річ, яку я дізнався в школі реклами).
21. Арт & дизайн. Словник-довідник / За заг. ред. Б. В. Нога. К.: Каравела, 2008. 280 с. (Український словник-довідник з мистецтва та дизайну).
22. Браун П. Естетичний інтелект: як його розвивати й використовувати в бізнесі й житті / пер. з англ. Я. Машико. Харків : ВД «Фабула», 2023. 272 с.
23. Вайншенк С. 100 речей, які кожен дизайнер повинен знати про людей / Сьюзен М.Вайнштенк; пер. з англ. К. Опрощенко. Київ : ArtHuss, 2024. 256 с.
24. Вілер А. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю / Аліна Вілер. Київ: КМ-Букс, 2020. 336 с.
25. Годін С. Це марктеинг / Сет Годін; пер. з англ. С. Ведмідь. Київ : ArtHuss, 2024. 212 с.
26. Дуглас ван Прает. Несвідомий брендинг / Харків: Фабула, 2020. 304 с.
27. Ковалишин Г.М. Конспект лекцій з курсу "Комп'ютерна типографіка". Львів: УАД, 2001.
28. Лесняк В. Відтворення шрифтової спадщини: 40 оригінальних шрифтів. Київ: ArtHuss, 2020. 160 с.
29. Маєр Д. Workflow: Практичний посібник до творчого процесу / Дорон Маєр. Пер. з англ. Пелипенка О. та Федоренка В. Київ : ArtHuss, 2020. 304 с.
30. Маккеон Г. Еменціалізм. Мистецтво визначати пріоритети / пер. з англ. Анастасія Дудченко, 6-те вид. К. : Наш Формат, 2024. 240 с.
31. Норман Д. Дизайн звичних речей. Від колишнього віцепрезидента Apple та найбільш впливового дизайнера світу / Дональд Норман. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2023. 320 с.
32. Огілві Девід. Огілві про рекламу. Х.: Клуб сімейного дозвілля КСД, 2019. 228 с.
33. Олійник О. П. (2020). Теорії та концепції дизайну: навчальний посібник. Херсон. (Навчальний посібник з теорій та концепцій дизайну).
34. Патер Р. Політика дизайну. глобальний довідник із візуальної комунікації. Київ : AtiHuss, 2021. 192 с.
35. Сазерленд Р. Алхімія. Як народжуються шалені ідеї /пер. з англ. А. Ящук. Вид-во: Наш формат, 2019. 368 с.
36. Яцюк Д.В. Реклама в інтернеті: навчальний посібник. К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2018. 296 с.

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

Adobe Create Magazine (create.adobe.com): блог Adobe з статтями, навчальними матеріалами та натхненням для дизайнерів.

AIGA | the professional association for design (www.aiga.org): сайт професійної асоціації дизайнерів, що містить багато інформації про дизайн та професію.

Behance (www.behance.net): платформа для демонстрації та пошуку креативних робіт, включаючи графічний дизайн.

Canva Design School (www.canva.com/designschool): безкоштовні навчальні матеріали з дизайну від Canva.

Depositphotos (<https://depositphotos.com/ua/>): веб-сайт, який пропонує велику колекцію стокових фотографій, відео та музики. Він має різноманітні тарифні плани, щоб задовольнити потреби різних користувачів.

Dribbble (www.dribbble.com): схожа на Behance платформа, де дизайнери діляться своїми роботами.

Interaction Design Foundation (www.interaction-design.org): платформа з онлайн-курсами та статтями про UX/UI дизайн, що тісно пов'язаний з графічним дизайном.

Pinterest (<https://ru.pinterest.com/>): візуальна пошукова система, де люди знаходять і зберігають ідеї у вигляді зображень (фотографій) та відео, які називаються «пінами». Ці піни користувачі зберігають на тематичних дошках, створюючи свої власні колекції.

Smashing Magazine (www.smashingmagazine.com): онлайн-журнал для веб-дизайнерів та розробників, що також містить статті про графічний дизайн.

Офіційний сайт програмного забезпечення Adobe: веб-сайт. URL: <https://www.adobe.com/ua/>

Для натхнення

Безкоштовні шрифти різних видів ([Browse Fonts - Google Fonts](#))

Визначення палітри по фото (<https://degraeve.com/color-palette/>)

Генератор градієнтів (<https://cssgradient.io/>)

Зручний підбір шрифтів (<https://wordmark.it/>)

Колірне коло для підбору палітри ([Adobe ID](#))

Лекція Богдана Гдаля «Шрифти з українським характером» (<https://www.youtube.com/watch?v=GvK0TK63Ib4>)

Онлайн-перевірка контрастності кольорів (<https://products.aspose.app/html/contrast-checker>)

Підбір палітри відтінків (<https://0to255.com/>)

Підбір шрифтових пар (<https://www.mixfont.com/> , <https://www.fontpair.co/>)

Підбірка українських безоплатних шрифтів (<https://drukarnia.com.ua/articles/pidbirka-bezkoshtovnikh-ukrayinskikh-shriftiv--jgxv#heading-3-8035>)

Пошук шрифтів з картинки (<https://www.myfonts.com/pages/whatthefont>)

Про авторське право (<https://4b.ua/blog/us-fonts-copyright/>)

Топ 10 українських текстів про шрифти

(<https://eugenasadko.medium.com/10-українських-текстів-про-шрифти-b7a798c9b707>)

Хороший вибір шрифтів з детальним фільтром та детальним описом ліцензій (<https://www.myfonts.com/>)