

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти

сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015

Кафедра журналістики та реклами

**КОМП'ЮТЕРНА ГРАФІКА В РЕКЛАМІ /
COMPUTER GRAPHICS IN ADVERTISING**

СИЛАБУС

1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

ОСВІТНІЙ СТУПІНЬ	бакалавр/ bachelor
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	06 Журналістика /Journalism 07 Управління та адміністрування/ Management and administration
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	061 Журналістика/Journalism 075 Маркетинг/ Marketing
СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ	Реклама і зв'язки з громадськістю/ Advertising and PR Маркетинг/ Marketing Рекламний бізнес / Advertising business
ФАКУЛЬТЕТ	ФТМ, ФЕМП
СЕМЕСТР	1,2
КУРС	3,4
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Екзамен
ОБСЯГ	180 год/6 кредитів, з яких: лекцій –14 год., лабораторних – 42 год., самостійна робота –124 год.

1. Мета дисципліни, інформаційний опис.

Дисципліна «Комп'ютерна графіка в рекламі» має на *меті* – формування у студентів спеціальних теоретичних знань та практичних навичок щодо процесу аналізу існуючих та безпосередньої розробки авторських оригінал-макетів рекламних матеріалів засобами прикладних комп'ютерних програм.

Під час вивчення дисципліни передбачається застосування активних методів навчання, зокрема: аналіз існуючих рекламних звернень відомих підприємств, виконання та розв'язання конкретних практичних завдань шляхом вибору та використання певного стилю рекламних звернень, безпосередня розробка оригінал-макетів рекламних матеріалів сучасного підприємства з використанням комп'ютерної техніки й програмного забезпечення останніх версій CorelDraw (Basic), Adobe Photoshop (Basic). Усе це розширює світогляд та є необхідною умовою рівня підготовки студента-рекламіста.

Дисципліна «Комп'ютерна графіка в рекламі» вивчається на лекційних (з викладачем та практиком), лабораторних заняттях під керівництвом викладача, а також самостійно під час виконання індивідуальних творчих завдань. Самостійна робота спрямована на поглиблення теоретичних знань шляхом ознайомлення з новими виданнями щодо комп'ютерних технологій і застосування їх у рекламній діяльності, відвідування художніх музеїв, спеціалізованих виставок у межах творчих експедицій, а також самостійного виконання творчих робіт. Передбачається формування фахових знань та навичок шляхом ознайомлення з розвитком рекламного бізнесу й новітніх технологій на конференціях, семінарах. Закінчується вивчення дисципліни підготовкою авторської роботи для участі у дистанційній творчій олімпіаді та рекламних фестивалів і конкурсів. Такий підхід сприятиме закріпленню необхідних теоретичних знань та негайного перенесення їх у площину безпосередньої практики у процесі створення різноманітних рекламних матеріалів, подальшому розвитку творчого потенціалу та виявленню індивідуальності студента.

2. Відповідність дисципліни програмним компетентностям та програмним результатам

В результаті вивчення даної дисципліни студенти оволодіють такими спеціальними професійними компетентностями:

знання і розуміння:

теоретичних основ щодо сутності творчого процесу та етапів формування рекламної ідеї; основних понять комп'ютерної графіки; місця комп'ютерної графіки у технологічному процесі з виробництва

поліграфічної реклами; законів та засобів гармонізації композиції; умов шрифтового оформлення відповідно до стилістики публікації; програмних засобів автоматизації конструювання рекламних матеріалів;

застосування знань та вмінь:

теоретичні знання студенти зможуть використовувати для: аналізу існуючих рекламних звернень відомих підприємств на ринку товарів та послуг України; оперування інструментами графічних редакторів CorelDraw (Basic), Adobe Photoshop (Basic); реалізації авторських ідей засобами комп'ютерної графіки за допомогою сучасного апаратного та програмного забезпечення.

формування суджень щодо проблеми генезису творчої концепції рекламної графіки підприємств.

3. Структура дисципліни та розподіл годин за темами

№	Тема	Кількість годин				Форма контролю	Максимальна кількість балів
		усього годин / кредитів	з них				
			лекції	лабораторні заняття	самостійна робота		
1	Сутність комп'ютерної графіки як інструмента з візуалізації рекламної ідеї	18	8	–	10	Д, ГР, Т	6
2	Закони рекламної композиції та засоби її гармонізації	12	2	–	10	Т, КР, О	5
3	Шрифтове оформлення рекламного звернення	14	4	–	10	ГР, Т, П	5
4	Конструювання рекламних матеріалів за допомогою спеціалізованих програмних засобів	136	–	42	94	ГР, ГТ, Т, (Д)ТО, ВСКТР, УСФР.	84
	Разом	180/6	14	42	124		100
Підсумковий контроль: <i>екзамен (письмовий)</i>							

Скорочення: П – презентація; ГР – графічна робота; ГТ – графічний тест; Д – доповідь; О – опитування; КР – контрольна робота; Т – тестування; (Д)ТО – (дистанційна) творча олімпіада; ВСКТР – Всеукраїнський студентський конкурс торговельної реклами; УСФР – Український студентський фестиваль реклами.

4. Політика дисципліни

Положення	Обов'язки студента
Відвідування занять	Відвідування лекційних та лабораторних занять, передбачених навчальним планом є обов'язковим для усіх студентів.
Відпрацювання пропущених занять	Лекційні заняття не передбачають додатково відпрацювання окрім самостійного опрацювання пропущеної теми. Лабораторні заняття можуть бути відпрацьовані під час наступного лабораторного заняття та під час останнього заняття шляхом виконання комплексної контрольної графічної роботи.
Сценарій проведення лабораторної роботи	1.графічний тест і/або перевірка домашніх завдань – 15 хв., 2.короткий розгляд теоретичних питань – 10 хв., 3.виконання тренувальних вправ в графічних редакторах під керівництвом викладача – 20 хв., 4.індивідуальні та додаткові практичні завдання – 25 хв., 5.обговорення в групі виконаних завдань – 10 хв.
Перелік аудиторних завдань	1. Графічні тести №№ 1-14. <i>Редактор векторної графіки CorelDraw.</i> 2. Відтворення векторного логотипу ТМ «Gallina Blanca» за зразком (бонус +5 балів за кращий результат). 3. Створення ілюстрації «У лісі» інструментами «Artistic Media» («Художнє оформлення»). 4. Конструювання туристичної листівки «Море» за наданим алгоритмом. 5. Створення профілактичного плаката «Безпека руху на дорозі». 6. Конструювання ілюстрацій з ефектами відображення у воді та швидкості за наведеними алгоритмами. 7. Створення об'яви для газети. 8. Конструювання вивіски з ефектом сяйва за наведеним алгоритмом. 9. Побудова композиції з штрих-кодом за зразком. 10.Розробка рекламного календаря за допомогою макросів. 11.Конструювання макета рекламних наклейок. 12. <i>Підсумкове завдання по CorelDraw.</i> Конструювання логотипа компанії за зразком (за варіантом) та нанесення його на макет візитки, розташованої на листі А4 з підготовкою до друку. <i>Редактор растрової графіки Adobe Photoshop.</i> 1 Формування листівки шляхом створення макетної групи. 2 Конструювання вкладиша для компакт-диска.

	<p>3 Конструювання композиції, стилізованої під старе панно.</p> <p>4 Реставрація знімка дівчинки.</p> <p>5 Ретуш знімка дівчини з використанням фільтра Пластика.</p> <p>6 Відновлення фотографії для документів.</p> <p>7 Конструювання макету ескізу неонові вивіски.</p> <p>8 Малювання листівки «Ніч у горах».</p> <p>9 Створення логотипа інструментами групи «Фігура».</p> <p>10 Створення туристичної листівки «Єгипет».</p> <p>11 Конструювання стікера «Burn» (з власним прізвищем).</p> <p>12 Створення рекламного стікера з логотипом ТМ «Gallina Blanca» за зразком, що надається.</p> <p>13 Підсумкове завдання по Adobe Photoshop: Конструювання рекламного звернення ТМ «Gallina Blanca» за зразком.</p> <p>14 Підсумковий комп'ютерний тест.</p>
Перелік завдань самостійної роботи	<p><i>A. Розгляд питань:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Комп'ютерні моделі представлення кольорів. – Програмні продукти для розробки рекламних матеріалів. <p><i>B. Підготовка доповіді (за бажанням за додаткові бали):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Закономірності сприйняття рекламних звернень. – Нові напрями шрифтового дизайну. – Графіті в рекламі. <p><i>C. Аналіз рекламного звернення відомого рекламодавця.</i></p> <p><i>D. Графічні роботи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – візуалізація рекламної ідеї. – оформлення текстової інформації. <p><i>E. Індивідуальні завдання, що виконуються на ПК:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 створення векторної ілюстрації «Акваріум»; 2 конструювання туристичної листівки «Карпати»; 3 розробка сувенірної медалі; 4 застосування 10 художніх ефектів до власного портрета; 5 розробка ескізу декоративної печатки; 6 побудова композиції з використанням штрих-коду. <p><i>Редактор растрової графіки Adobe Photoshop.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 7 створення 5 колажів в стилі «графіті» з використанням портрета автора; 8 формування сюрреалістичного колажу з використанням команди спеціального вставлення; 9 конструювання вкладиша для компакт-диска (за варіантом); 10 зміна власного портрету за допомогою фільтра «Пластика»; 11 формування флаєра ресторану національної кухні; 12 підготовка торговельної реклами (підприємств торгівлі або товарів, що експонуються на підприємствах роздрібної

	торгівлі) формату А3. Ф. ДИСТАНЦІЙНА ТВОРЧА ОЛІМПІАДА
Сценарій проведення дистанційної олімпіади	<ol style="list-style-type: none"> 1. Підготувати остаточний макет торговельної реклами формату А3 (.jpg, 300 dpi, СМΥК з QR-кодом (на латиниці, ПІБ повністю, курс, група, форма навчання, телефон, пошта) з урахуванням попередніх зауважень викладача. 2. Відправити макет на адресу центру дистанційного навчання. 3. У визначений час оставити відгук на форумі про роботу, що сподобалася, спираючись на лекційний матеріал.
Участь у ВСКТР або/та УСФР	<ol style="list-style-type: none"> 1. Підготувати остаточний макет торговельної реклами формату А3 (.jpg, 300 dpi, СМΥК з QR-кодом (на латиниці, ПІБ повністю, курс, група, форма навчання, телефон, пошта) з урахуванням попередніх зауважень викладача. 2. Відправити макет на адресу Всеукраїнського студентського конкурсу торговельної реклами https://www.facebook.com/groups/546208515554607/ https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/3463fd055c4e4eebe2b3710e205c2ad0.pdf або/та <ul style="list-style-type: none"> – Українського студентського фестивалю реклами studfestival.com.ua – Міжнародного конкурсу реклами «Реклама-фест» http://oneu.edu.ua/reklama-fest-2020-na-starte/ – Харківського студентського фестивалю реклами https://kart.edu.ua/novini/vii-harkivskij-studentskij-festival-reklami – Міжнародного конкурсу реклами "DO.IT ADS" https://duit.edu.ua/international-activities/3-international-competition-do-it-ads/
Критерії оцінювання, виведення підсумкового балу	<p>Студент отримує оцінку за кожну лабораторну роботу. Максимальна оцінка за виконання лабораторної роботи складає від 2 до 10 балів і залежить від її складності.</p> <p>Загальна кількість балів за виконання лабораторних завдань 40.</p> <p>Також, оцінюється самостійна робота студента (60 балів), яка включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> – самостійний розгляд питань, – виконання графічних робіт без ПК, – розробку різноманітних за функціональним призначенням рекламних матеріалів в графічних редакторах, – підготовку презентації (за бажанням студента), – розробку електронного варіанта макета рекламного оголошення (друкована, зовнішня реклама; А3, 300 dpi, СМΥК) для участі у

	<p>Всеукраїнському студентському конкурсі торговельної реклами, дистанційній творчій олімпіаді, Всеукраїнському студентському фестивалі реклами.</p> <p>Заключне комп'ютерне тестування дозволяє отримати до 20 балів (що відповідає 10 балам за 100-бальною шкалою). Оцінка комп'ютера, менша 12 балів вважається незадовільною і потребує повторного тестування.</p> <p>Максимальна модульна оцінка становить 100 балів. Студент, який отримав підсумкову модульну оцінку менше за 20 балів, при будь-якій екзаменаційній оцінці не може отримати задовільну підсумкову оцінку з дисципліни і буде ліквідовувати академічну заборгованість під час додаткової сесії (виконувати завдання екзаменаційного білету в повному обсязі).</p>
Допуск до екзамену	Згідно з положенням про організацію освітнього процесу всі студенти допускаються до іспиту.
Екзаменаційна оцінка	<p>Екзаменаційна оцінка є результатом виконання завдань екзаменаційного білету, який складається з:</p> <ul style="list-style-type: none"> – комп'ютерного тестування – 20 балів; – практичного завдання з аналізу композиції рекламного звернення – 40 балів; – побудови зображення в графічному редакторі – 40 балів. <p>Максимальна екзаменаційна оцінка становить 100 балів.</p>

5. Інформаційне забезпечення дисципліни

Основний

1. Алданькова Г.В. Комп'ютерна графіка в рекламі: лабораторний практикум : навч. посіб./ Г.В. Алданькова. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 262 с.*
2. Алданькова Г.В. Комп'ютерні технології в рекламі та зв'язках із громадськістю: практикум/ Г.В. Алданькова. – К. : КНТЕУ, 2013. – 82 с.*
3. Брюханова Г.В. Комп'ютерні дизайн-технології: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів/ Г.В.Брюханова. – К. : Центр учбової літератури, 2018. – 180 с.

Додатковий

4. Алданькова Г.В. Інформаційні технології в рекламі: опорний конспект лекцій/ Г.В. Алданькова. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 60 с.*
5. Волкова В.В. Дизайн рекламы : учеб. пособие / В.В. Волкова. – М.: Книж. дом «Университет», 1999. – 144 с.*

6. Глушаков С.В. Компьютерная графика. 3-е изд., доп. и перераб.— Харьков : Фолио, 2006. — 611 с. — (Учебный курс).
7. Джулер Дж. Креативные стратегии в рекламе / Дж. Джулер. — СПб. : Питер, 2003. — 498 с.*
8. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования/ Р.Ю. Овчинникова. — Москва, ЮНИТИ, 2009. — 335 с.*
9. Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. /О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. — Київ: Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2016. — 384 с.*
10. Розин В.М. Визуальная культура и восприятие : как человек видит и понимает мир / В.М. Розин. — Издание 3-е, стереотипное. — М. : КомКнига, 2006. — 224 с.
11. Ромат Е.В. Реклама в системе маркетинга : учеб. пособие для студ. экон. спец. вузов / Е.В. Ромат. — Х. : НВФ «Студцентр», 2008. — 229 с.*
12. Симонович С. Специальная информатика : учеб. пособие / С. Симонович, Г. Евсеев, А. Алексеев. — М. : АСТ-ПРЕСС ; Информ-Пресс, 2002. — 480 с.*
13. Яцюк О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама / О. Яцюк, Э. Романычева. — СПб. : БХВ–Петербург, 2001. — 360 с.*
14. Періодичні видання: «Маркетинг и реклама», «Упаковка», «Практика реклами», «Рекламные идеи».*

Интернет-ресурси

14. Ads of the world [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.adsoftheworld.com/>
15. Основы культурології [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://pidruchniki.com/19961102/kulturologiya/osnovi_kulturologiyi
16. Перший портал про маркетинг і рекламу [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.reklamaster.com
17. Реклама, маркетинг, PR [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://sostav.ua/publication>
18. Шедевры рекламы: 66 лучших примеров [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://videoinfographica.com/creative-ads-vol1>
19. DesignBump [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://designbump.com/minimalist-print-advertising/>

* — є в бібліотеці КНТЕУ

6. Інформація про викладачів

Лектори:

Алданькова Г.В., канд. екон. наук,	Брюханова Г.В., канд. пед. наук,
---	---

<p>доцент кафедри журналістики та реклами КНТЕУ. Член спілки рекламистів України. Автор навчального посібника «Комп'ютерна графіка в рекламі». E-mail: aldankova.gala@gmail.com Ідентифікатори: Веб-дослідник науки ID R-1917-2017; ORCID 0000-0002-1962-4409</p>	<p>доцент кафедри журналістики та реклами КНТЕУ. Автор навчального посібника «Комп'ютерні дизайн-технології». E-mail: aglania@ukr.net Ідентифікатори: Веб-дослідник науки ID N-2830-2016; ORCID 0000-0002-1664-8990</p>
--	---