

**ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ «УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**

Циклова комісія з архітектури, будівництва та дизайну



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Директор Фахового коледжу

ЗВО «Університет Короля Данила»

Володимир ЯСЛИК

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«ДИЗАЙН РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ»**

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Спеціальність 022 Дизайн

Спеціалізація: 022.01 Графічний дизайн

Освітньо-професійний ступінь – *фаховий молодший бакалавр.*

Статус дисципліни – *вибіркова*

Мова викладання, навчання та оцінювання – *українська.*

Івано-Франківськ, 2024

Розробник:  
СУШ Зорян Васильович – викладач циклової комісії з архітектури, будівництва та дизайну Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила», спеціаліст.

Розглянуто та схвалено на засіданні циклової комісії  
з архітектури, будівництва та дизайну  
Фахового коледжу  
ЗВО «Університет Короля Данила»  
протокол № 1 від «28» серпня 2024 р.  
Голова циклової комісії

Катерина ГУСАР

Схвалено методичною радою  
Фахового коледжу  
ЗВО «Університет Короля Данила»  
протокол № 1 від «29» серпня 2024 р.  
Голова методичної ради

Олег КЛІЩ

## ВСТУП

**Мета вивчення дисципліни** «Дизайн рекламної продукції» – ознайомлення студентів з теоретичними основами та практичними методами створення ефективних рекламних матеріалів. Курс спрямований на формування знань і навичок розробки візуально привабливої та комунікативно ефективною реклами для різних типів носіїв — друкованих, цифрових, зовнішніх та інтерактивних.

**Завдання дисципліни:** вивчення основ дизайну рекламної продукції, включаючи принципи композиції, типографії, колористики та використання графічних елементів.

Особливості розробки рекламних матеріалів для різних форматів і носіїв (друкованих, цифрових, зовнішніх).

**Предмет дисципліни:** включає вивчення принципів і методів створення візуальних комунікацій, орієнтованих на просування товарів, послуг або ідей через різні медіа-канали. Студенти отримують знання та навички, необхідні для розробки рекламних матеріалів, які відповідають маркетинговим цілям і стратегіям бренду.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- основи графічного дизайну;
- використання зображень, шрифтів і графічних елементів для передачі повідомлень цільовій аудиторії;
- вибір і використання шрифтів, їх композиційна роль;
- освоєння програмного забезпечення для створення рекламних матеріалів.

**вміти:**

- розробляти концепцію рекламної кампанії з урахуванням маркетингових цілей та потреб цільової аудиторії;
- створювати рекламні макети для друкованих видань;
- проводити аналіз ефективності рекламних матеріалів.

## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

		Денна форма	Заочна форма
<b>Курс</b>		4	
<b>Семестр</b>		7	
<b>Кількість кредитів ECTS (год.)</b>		3 (90 год.)	
<b>Аудиторні навчальні заняття, год.</b>	лекції		
	практичні	30 (год.)	6 (год.)
<b>Самостійна робота, год</b>		60 (год.)	84 (год.)
<b>Форма підсумкового контролю</b>	залік 7 семестр		

## СТРУКТУРНО–ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Пререквізити	Постреквізити
Матеріалознавство поліграфічної продукції	
Шрифти і типографіка	

## ЗАГАЛЬНІ ТА СПЕЦІАЛЬНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ

які доповнюються вивченням навчальної дисципліни

«Дизайн поліграфічної продукції»

Результати навчання	Код та назва компетентності
<b>РН 9</b> Зображувати композиційно-цілісні об'єкти дизайну засобами графічних технік.	<b>СК2</b> Здатність візуалізувати творчі задуми при створенні об'єктів дизайну.
<b>РН 10</b> Створювати макет (модель) об'єкту (продукту) дизайну для демонстрації творчого задуму.	<b>СК11</b> Здатність до професійного просування власних творчих компетентностей на ринку праці

<p><b>PH 12</b> Застосовувати відповідне програмне забезпечення для виконання конкретного дизайнерського завдання.</p>	<p><b>СК5</b> Здатність використовувати програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.</p> <p><b>СК12</b> Здатність презентувати результати власної та/або командної творчої діяльності, у тому числі продукт дизайну перед різними аудиторіями.</p>
--	---

## ПОЛІТИКА КУРСУ

### ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Фаховому коледжі ЗВО «Університету Короля Данила», студенти зобов'язані виконувати вимоги освітньої програми, графік освітнього процесу й вимоги навчального плану.

Усі пропущені студентом заняття повинні бути відпрацьовані. Якщо студент/студентка відсутній/відсутня з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки й консультації викладача. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані в установлений термін

### ПОВЕДІНКА В АУДИТОРІЇ

Усі учасники освітнього процесу повинні дотримуватися норм і правил внутрішнього розпорядку відповідно до Статуту Університету, Положення про Фаховий коледж та Положення про організацію освітнього процесу у Фаховому коледжі ЗВО «Університет Короля Данила».

Здобувач повинен приходити на заняття без запізнь. Про початок і закінчення занять інформує розклад, доступний в електронному чи паперовому вигляді, а також дзвінок.

### ДОТРИМАННЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

На початку вивчення дисципліни викладач ознайомлює здобувачів з основними пунктами Положення про академічну доброчесність, відповідно якого здійснюється освітній процес.

### ВІДПРАЦЮВАННЯ ПРОПУЩЕНИХ ЗАНЯТЬ

Відповідно до Положення про систему контролю та оцінювання знань здобувачів освіти Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила» усі пропущені заняття, а також отримані негативні оцінки здобувачі зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. У випадку недотримання цієї норми, замість «н» в журналі буде виставлено «0» (нуль) балів без права перездачі.

Здобувачі відпрацьовують пропущені заняття згідно з графіком відпрацювань викладача з урахуванням, що час може бути дещо відкоригованим відповідно до кількості здобувачів.

### **ОСКАРЖЕННЯ ПРОЦЕДУРИ ПРОВЕДЕННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ КОНТРОЛЬНИХ ЗАХОДІВ (ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ)**

Оскарження процедури проведення та результатів контрольних заходів відповідно до Положення про систему контролю та оцінювання знань здобувачів освіти Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила».

### **МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА ДІАГНОСТИКА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

<b>Результати навчання</b>	<b>Методи навчання</b>	<b>Форми та методи оцінювання</b>
<b>Освітній компонент «Дизайн поліграфічної продукції»</b>		
<b>РН 9</b> Зображувати композиційно-цілісні об'єкти дизайну засобами графічних технік	Словесні методи: розповідь-пояснення; демонстрація комп'ютерні і мультимедійні методи, творчий метод, практичні роботи.	Поточний контроль, практична робота, залік
<b>РН10</b> Створювати макет (модель) об'єкту (продукту) дизайну для демонстрації творчого задуму.		
<b>РН 12</b> Застосовувати відповідне програмне забезпечення для виконання конкретного дизайнерського завдання.		

**Поточний контроль** (в т. ч. контроль самостійної роботи та форми самоконтролю) – усне опитування та виконання письмових завдань (тестів), виступи, презентації на практичних заняттях. Оцінювання здійснюється за національною чотирибальною шкалою – “2”; “3”; “4”; “5”.

Фіксація поточного контролю здійснюється в “Електронному журналі обліку успішності академічної групи” на підставі чотирибальної шкали. У разі відсутності студента на занятті виставляється “н”. За результатами поточного контролю у Журналі автоматично обчислюється підсумкова оцінка та здійснюється підрахунок пропущених занять. Усереднена оцінка переводиться в 60-бальну шкалу згідно нижченаведеної таблиці.

Студенти повинні мати оцінки з не менше 50% аудиторних занять.

Оцінювання самостійної роботи, яка передбачена в тематичному плані навчальної дисципліни разом з аудиторною роботою, здійснюється під час проведення практичних занять (поточний контроль). Поточний контроль самостійної роботи

передбачає усну відповідь, вирішення ситуаційних задач, виконання індивідуальних завдань, відпрацювання практичних навичок тощо.

Виставлення балів за самостійну роботу під час поточного контролю обов'язково супроводжується оцінювальними судженнями. Бали додаються до балів, які отримав студент під час поточного контролю, але не більше, ніж кількість балів з оцінювання окремої теми заняття.

Оцінювання тем, які виносяться лише на самостійну роботу і не входять до тем аудиторних занять, контролюється під час підсумкового контролю.

**Підсумковий контроль** проводиться для встановлення рівня досягнення здобувачами освіти програмних результатів навчання з навчальної дисципліни «Дизайн рекламної продукції», після завершення вивчення дисципліни.

До підсумкового контролю допускаються студенти, які за результатами поточного контролю отримали 35 балів і більше. Усі студенти, що отримали 34 балів і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на підставі укладання додаткового договору, здійснюють повторне вивчення дисципліни впродовж наступного навчального семестру.

Підсумковий контроль знань проводиться у формі диференційованого заліку у вигляді захисту практичних робіт.

За результатами підсумкового контролю студент може отримати 40 балів. Студенти, які під час підсумкового контролю отримали 25 балів і менше, вважаються такими, що не склали екзамен/диференційований залік і повинні йти на перездачу.

Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях, оцінюється в балах (національної шкали, 100-бальної шкали й шкали ЄКТС) і є сумою балів, отриманих під час поточного та підсумкового контролю.

Студенти можуть підвищувати свій рейтинг під час екзаменаційній сесії через одноразову повторну перездачу, попередньо подавши заяву адміністрації коледжу не пізніше одного робочого дня після сесії.

Одержаний при підвищенні рейтингу результат буде остаточним при виставленні підсумкового контролю.

Студенти, які не з'явилися на екзамені без поважних причин, вважаються такими, що отримали незадовільну оцінку.

**Самоконтроль** передбачений у формі питань для самоконтролю, які розміщено на сторінці навчальної дисципліни «Дизайн рекламної продукції» в Системі дистанційної освіти та виконанні практичних завдань, виконуючи які здобувачі фахової передвищої освіти мають можливість самостійно перевірити правильність виконання та проаналізувати неправильні результати.

## КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

(за 4-бальною шкалою)

Шкала в балах	Оцінка шкали ECTS	Національна шкала
90-100 балів	A	5 («відмінно»)
83-89 балів	B	4 («дуже добре»)
75-82 бали	C	4 («добре»)
67-74 бали	D	3 («задовільно»)
60-66 балів	E	3 («достатньо»)
35-59 балів	FX	2 («незадовільно»)
0-34 бали	F	2 («неприйнятно»)

При цьому, оцінки повинні відповідати таким критеріям:

**«відмінно»** – здобувач освіти продемонстрував глибоке розуміння практичних аспектів дисципліни, творчо і майстерно виконує завдання, володіє всіма техніками та інструментами, необхідними для виконання практичних завдань; демонструє впевнене користування знаннями під час створення, редагування і аналізу власних проєктів;

**«дуже добре»** – здобувач освіти вмiло використовує теоретичні знання в практичних умовах; критично осмислює та обґрунтовує свої творчі рішення, проявляє високий рівень самостійності та творчого підходу в роботі, чітко аргументує власний вибір рішень та засобів виконання завдань;

**«добре»** – здобувач освіти добре опанував практичні навички дисципліни, володіє основними техніками та інструментами, але припускається окремих технічних або композиційних неточностей у виконанні завдань; в цілому впевнено використовує знання для вирішення практичних завдань, проте іноді потребує додаткових пояснень або підказок; здатний аналізувати свої помилки та вдосконалювати свої роботи, обґрунтовує свої творчі рішення, хоча можливо не завжди достатньо глибоко, проявляє хорошу самостійність, проте інколи потребує підтримки в складних моментах;

**«задовільно»** – здобувач освіти в основному опанував базові навички дисципліни, але демонструє нестабільні результати у виконанні практичних завдань; допускає помітні неточності в роботі з техніками або інструментами, має труднощі з аналізом власних помилок і потребує значної допомоги при виконанні завдань;

**«достатньо»** – здобувач освіти часто не впевнений у власних рішеннях, виконує



завдання, але без належного творчого підходу, має недостатню глибину обґрунтувань та аналізу, не завжди пов'язує отримані практичні навички з майбутньою професійною діяльністю;

**«незадовільно»** – здобувач освіти не опанував необхідні навички дисципліни, має труднощі у роботі з техніками та інструментами, не виконує практичні завдання на достатньому рівні, демонструє відсутність необхідної компетенції для самостійного виконання завдань;

**«неприйнятно»** – здобувач освіти практичні навички не сформовані, не здатний здійснювати аналіз своїх помилок, не виявляє творчого підходу, не володіє базовими технічними знаннями, потрібними для виконання роботи, не демонструє розуміння зв'язку між практичними завданнями та майбутньою професійною діяльністю.

## ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 1. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

#### **Тема 1. Типографія в рекламі**

1. Основи типографії: види шрифтів, їх класифікація та використання.
2. Правила підбору шрифтів для рекламної продукції.
3. Типографіка як інструмент комунікації: заголовки, підзаголовки, тексти.

#### **Тема 2. Колористика в рекламній продукції**

1. Вплив кольору на сприйняття та поведінку споживачів.
2. Психологія кольору в рекламі: вибір кольорових схем для різних видів продукції.
3. Практичні вправи з розробки кольорових рішень для рекламних макетів.

#### **Тема 3. Графічні елементи та образи в рекламі**

1. Використання зображень, ікон, ілюстрацій та інших графічних елементів у рекламній продукції.
2. Створення та адаптація візуальних метафор.
3. Вимоги до використання фотографії в рекламних матеріалах.

#### **Тема 4. Дизайн цифрової та соціальної медіа реклами**

1. Дизайн банерів, оголошень, постів для соціальних медіа.
2. Особливості створення анімаційної та відеореклами для цифрових носіїв.

3. Адаптація реклами під різні платформи та пристрої (мобільні, планшети, десктопи).

### Тема 5. Основи брендингу та візуальної ідентичності

1. Принципи побудови брендової ідентичності у рекламних матеріалах.
2. Створення логотипів, фірмового стилю, слоганів для реклами.
3. Інтеграція елементів бренду в рекламні матеріали.

2.ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН									
№	Назва теми	Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		всього	лекції	практичні заняття	самостійна робота	всього	лекції	практичні заняття	самостійна робота
1	Типографія в рекламі	16		4	12	24		2	6
2	Колористика в рекламній продукції	18		6	12				16
3	Графічні елементи та образи в рекламі	16		4	12	44		2	22
4	Дизайн цифрової та соціальної медіа реклами	20		8	12				20
5	Основи брендингу та візуальної ідентичності	20		8	12	22		2	20
	<b>Всього годин на вивчення дисципліни</b>	<b>90</b>		<b>30</b>	<b>60</b>	<b>90</b>		<b>6</b>	<b>84</b>

### 3.ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ заняття	Тема заняття	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Основи типографії: види шрифтів, їх класифікація та використання	2	2
2	Підбір шрифтів для рекламної продукції.	2	

3	Вплив кольору на сприйняття та поведінку споживачів.	2	
4	Психологія кольору в рекламі: вибір кольорових схем для різних видів продукції.	2	
5	Практичні вправи з розробки кольорових рішень для рекламних макетів.	2	
6	Використання зображень, ікон, ілюстрацій та інших графічних елементів у рекламній продукції.	2	2
7	Створення та адаптація візуальних метафор	2	
8	Дизайн банерів, оголошень, постів для соціальних медіа.	2	
9	Особливості створення анімаційної та відеореклами для цифрових носіїв.	2	
10-11	Адаптація реклами під різні платформи та пристрої (мобільні, планшети, десктопи).	4	
12	Принципи побудови брендової ідентичності у рекламних матеріалах.	2	2
13	Створення логотипів, фірмового стилю, слоганів для реклами.	2	
14-15	Інтеграція елементів бренду в рекламні матеріали.	4	
<b>Всього практичних занять</b>		<b>30</b>	<b>6</b>

#### 4.САМОСТІЙНА РОБОТА

Назва теми	Зміст завдання для самостійної роботи	Кількість годин		Рекомендовані джерела інформації
		Денна форма	Заочна форма	
Тема 1. Типографія в рекламі	Опрацювати питання: Етичні та правові аспекти в дизайні реклами	12	6	1,2,3,4, 12
Тема 2. Колористика в рекламі	Опрацювати питання: Дослідження трендів у колористиці реклами	12	16	3,4,
Тема 3. Графічні елементи та образи в рекламній продукції	Опрацювати питання: 1. Використання інфографіки в рекламній продукції 2. Аналіз впливу культурних особливостей на дизайн реклами	12	22	1,2,3,4,
Тема 4. Дизайн цифрової та соціальної медіа реклами	Опрацювати питання: Розбір концепцій інтерактивної та цифрової реклами	12	20	8,9,10,
Тема 5. Основе брендингу та візуальної ідентичності	Опрацювати питання: 1. Інтеграція брендингу в дизайн рекламної продукції. 2. Етичні та правові аспекти в дизайні реклами	12	20	5,6,7,4,
<b>Всього самостійної роботи</b>		<b>60</b>	<b>84</b>	

## ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Знання основ дизайну та його застосування в рекламі.
2. Вміння використовувати принципи композиції для створення ефективних рекламних матеріалів.
3. Розуміння типографічних принципів та їхнього впливу на сприйняття реклами.
4. Навички підбору та застосування кольорових схем у рекламному дизайні.
5. Знання психологічних аспектів сприйняття кольорів у рекламі.
6. Вміння створювати концептуальні рішення для рекламних кампаній.
7. Розуміння ролі брендингу та візуальної ідентичності у рекламі.
8. Навички створення логотипів, слоганів та фірмового стилю для реклами.
9. Здатність використовувати графічні редактори (Photoshop, Illustrator, InDesign) для створення рекламних матеріалів.
10. Вміння розробляти друковані рекламні матеріали (плакати, буклети, фласери).
11. Знання особливостей підготовки файлів до друку та технічних вимог.
12. Вміння створювати макети для зовнішньої реклами (білборди, сітілайти, транспаранти).
13. Знання принципів адаптації рекламних матеріалів під цифрові платформи.
14. Вміння розробляти банери та пости для соціальних медіа та цифрової реклами.
15. Навички створення анімаційної та відеореклами для різних цифрових носіїв.
16. Розуміння особливостей інтерактивної та експериментальної реклами.
17. Знання методів використання інфографіки у рекламній продукції.
18. Вміння інтегрувати текстовий контент з візуальними елементами в рекламних макетах.
19. Здатність аналізувати цільову аудиторію та адаптувати дизайн під її потреби.
20. Вміння проводити дослідження ефективності рекламної продукції (А/В-тестування, фокус-групи).
21. Знання етичних та правових норм, пов'язаних з дизайном реклами.
22. Вміння працювати з когнітивними та емоційними техніками впливу на споживача.
23. Розуміння впливу культурних особливостей на дизайн реклами.
24. Навички створення інтерактивних презентацій для клієнтів і захисту концепції рекламного проєкту.
25. Знання сучасних трендів у графічному дизайні рекламної продукції.
26. Вміння критично оцінювати та вдосконалювати існуючі рекламні матеріали.
27. Навички командної роботи та співпраці з копірайтерами, маркетологами та клієнтами.
28. Вміння ефективно презентувати ідеї та отримувати зворотний зв'язок.

29. Здатність інтегрувати новітні технології у процес створення рекламної продукції.

## РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Основна література

1. Гаврілова О.О., Морозова Л.В. (2016). *Дизайн та реклама: навчальний посібник*. Київ: Центр навчальної літератури.
2. Барабаш О.В. (2017). *Основи рекламного дизайну*. Львів: Видавництво Львівської політехніки.
3. Кінащук Л.О. (2018). *Психологія реклами та PR: навчальний посібник*. Київ: КНЕУ.
4. Шеремета Р. М. (2019). *Рекламний дизайн: сучасні підходи та тенденції*. Харків: Видавництво ХНУМГ ім. О.М. Бекетова.
5. Кравченко В.А. (2020). *Рекламна комунікація: стратегія та тактика*. Київ: Академвидав.
6. Мельник Н.Б. (2015). *Дизайн реклами та графічних комунікацій: навчальний посібник*. Львів: ЛНУ ім. І. Франка.
7. Білоус О.В. (2019). *Графічний дизайн у рекламі: теорія і практика*. Київ: Видавництво Ліра-К.
8. Гурська М.В., Ковальчук А.П. (2021). *Ефективний дизайн реклами: навчальний посібник*. Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна.
9. Джорджіо Паттерсон (2019). *Основи графічного дизайну. Переклад з англійської*. Київ: Видавництво "Основи".
10. Тімоті Семюелс (2020). *Дизайн для недизайнерів. Переклад з англійської*. Харків: Віват.
11. Робін Вільямс (2021). *Непереможний дизайн: Як створювати ефективні візуальні комунікації. Переклад з англійської*. Львів: Видавництво Старого Лева.

### Електронні інформаційні ресурси

12. Awwwards [awwwards.com](http://awwwards.com)
13. Платформа, що демонструє найкращі роботи у веб-дизайні та рекламі. Behance [behance.net](http://behance.net)
14. Онлайн-платформа для демонстрації творчих робіт дизайнерів, включаючи рекламні кампанії, графічний дизайн, брендинг та інфографіку.
15. Creative Bloq [creativebloq.com](http://creativebloq.com)
16. Один з найпопулярніших сайтів, присвячених графічному дизайну, включаючи рекламу.
17. Ads of the World [adsoftheworld.com](http://adsoftheworld.com)
18. Глобальна онлайн-бібліотека реклами, яка демонструє різні формати рекламних кампаній з усього світу.
19. Designspiration [designspiration.net](http://designspiration.net)

20. Платформа для пошуку ідей і натхнення у дизайні. Містить приклади графічного дизайну, рекламних макетів, логотипів, типографіки та іншої візуальної комунікації.