

Анотація до курсу «Дизайн реклами»

Навчальна дисципліна «Дизайн у рекламі та PR» належить до переліку дисциплін вільного вибору ВНЗ і викладається у 1 семестрі 1 курсу бакалаврата, вчить студентів бачити рекламний продукт як візуальний об'єкт, аналізувати його естетичні якості, відповідність поставленим завданням і очікуваній реакції споживача. Предметом вивчення курсу є принципи оформлення реклами різних видів, а саме: складники реклами і засоби, якими організовується інформація, виділення, акцентування, композиція текстових та зображальних матеріалів, правила дизайну. У процесі навчання студенти знайомляться із сучасними напрямками в дизайні, вчать знаходити візуальні образи втілення концепцій рекламної продукції й аргументовано відстоювати їх перед замовником.

В результаті навчання студенти мають не лише продемонструвати масив теоретичних знань, але й засвоїти та використовувати ці знання у своїх власних рекламних продуктах, презентувати власні роботи, креативно підходити до виконання завдання, аргументовано доносити свої ідеї, критично осмислювати основні теорії та правила дизайну, обирати найбільш придатні для конкретної реклами засоби та прийоми дизайну.

Мета вивчення курсу: сформувати у студентів навички побудови естетичного гармонійного рекламного продукту; дати розуміння законів, правил і засобів дизайну; розвинути творче й концептуальне мислення; навчити аналізувати існуючі реклами та створювати макет власного рекламного продукту.

Структура курсу.

В першому модулі студенти розглядають застосування законів і засобів дизайну у рекламі. Дизайн реклами як вид художнього проектування. Основи дизайн-композиції рекламної продукції. Принципи дизайну реклами.

В другому модулі вивчається символіка кольорів у рекламі. Типографіка та модульність реклами. Фірмовий стиль і його носії. Художнє конструювання різних видів реклами.

По завершенню вивчення курсу студенти набудуть такі **знання** про:

- термінологію, що застосовується у рекламній діяльності; структуру реклами різних видів і значення окремих складників;
- закони, правила, прийоми дизайну та способи їх застосування; візуальні засоби та види композиції;
- основи типографіки та колористики.

Опанування практичними аспектами курсу передбачає оптимізацію **вмінь**:

- шукати інформацію, аналізувати рекламні матеріали;
- ідентифікувати закони та правила дизайну в існуючих рекламах;

- створювати власні рекламні оголошення, керувати читацькою увагою через встановлення взаємозв'язків між елементами на сторінці;
- застосовувати композиційні закони у рекламі.

Корисні джерела:

- 1) Кнабе Г. А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа / Г. А. Кнабе. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 736 с.
- 2) Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Элис Туэмлоу / Пер. с англ. К. Крутских. – М. : ООО «Издательство Астрель», 2006. – 256 с., илл.
- 3) Шевченко В. Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія / Вікторія Шевченко. – К.: Видавець Паливода А. В., 2013. – 340 с.
- 4) Шевченко Вікторія Основи дизайн-композиції рекламної продукції: презентація лекції з дисципліни Дизайн в рекламі. - К.: Інститут журналістики, 2019 // <https://issuu.com/victoryshe/docs/t2-zak-sim>
- 5) Шевченко Вікторія. Мультимедійний контент: інтерпретація інформації. - К.: Інститут журналістики, 2019 // <https://issuu.com/victoryshe/docs/2-1issuu>
- 6) Шевченко В. Е. Візуалізація журналістського твору як форма трансформації даних / Прикладні та фундаментальні аспекти дослідження в соціальних комунікаціях: Збірник матеріалів і тез Всеукраїнської науково-практичної конференції / Відп. ред. Г.І.Марчук. – Івано-Франківськ, 2015 – Вип. I. –272 с. С. 245-251.
- 7) Шевченко В. Журналістика даних та візуалізація // Підручник з крос-медіа / Видавці І. Крессу, М. Гузун, Л. Василик. –Bonn/Germany– Sibiu/Romania:SchillerPublishingHouse, 2015. – С. 92-98.