

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний технологічний університет

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

РЕКЛАМНИЙ ДИЗАЙН

Вибіркова навчальна дисципліна

Мова навчання - українська

Освітньо-професійна програма Маркетинг
Код та найменування спеціальності 075 Маркетинг
Шифр та найменування галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Ступінь вищої освіти магістр

Розглянуто, схвалено та затверджено
Методичною радою університету

2022 рік

ЗМІСТ

1	Пояснювальна записка	3
1.1	Мета та завдання навчальної дисципліни	3
1.2	Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти	3
1.3	Міждисциплінарні зв'язки	4
1.4	Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС	4
2	Зміст дисципліни:	5
2.1	Програма змістовних модулів	5
2.2	Перелік практичних робіт	5
2.3	Перелік завдань до самостійної роботи	5
3	Критерії оцінювання результатів навчання	6
4	Інформаційне забезпечення	6

1. Пояснювальна записка

1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни “Рекламний дизайн” є формування у майбутніх маркетологів сукупності знань із художнього оформлення, кольорової гармонійності у рекламних матеріалах.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни “Рекламний дизайн” є вивчення основ та формування практичних навичок щодо аналізу існуючих та специфіки розроблення графічних рекламних матеріалів сучасного підприємства та адаптації їх під час розміщення на різноманітних носіях. Дизайн за своїм характером, методом (художнє проектування) і метою належить до естетичної діяльності. За предметом, засобами і результатами дизайнерська діяльність входить до структури промислового проектування, а через нього - в систему промислового виробництва. Як засвідчує світовий досвід, дизайн це потужне джерело забезпечення якості товарів та послуг, ефективний засіб суттєвого підвищення конкурентоспроможності промислової продукції, всього середовища життєдіяльності. Його застосування, при відносно незначних фінансових вкладеннях, здатне забезпечити вагомий позитивний ефект на економіку держави, на розвиток матеріальної культури суспільства.

В результаті вивчення курсу Основи рекламного дизайну студенти повинні **знати:**

- елементи фірмового стилю;
- специфіку візуального язика реклами: особливості композиції, кольору, форми;
- співвідношення ілюстрації та тексту в рекламі;
- основні принципи створення реклами.

вміти:

- виготовляти, оформлювати та представляти словесну рекламу продукції, визначити її види;
- аналізувати мову і стиль словесної реклами;
- складати схему підготовки, виготовлення і випуску реклами;
- створювати комп'ютерну рекламу продукції, що виготовляє підприємство;
- організовувати та проводити презентацію товарів, послуг, загальної діяльності підприємства.
- володіти Adobe Illustrator, CorelDraw для дизайну, макетування, компонування тексту і графіки.
-

1.2. Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти

У результаті вивчення навчальної дисципліни “Рекламний дизайн” здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг](http://nmv.onaft.edu.ua/opp/075m-m2020.pdf) та освітньо-професійній програмі «Маркетинг» підготовки магістрів <http://nmv.onaft.edu.ua/opp/075m-m2020.pdf>

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності:

- ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- СК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
- СК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

Програмні результати навчання:

- ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

1.3 Міждисциплінарні зв'язки

Попередні – Маркетинг, Мерчандайзинг, Маркетингові дослідження

1.4 Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС

Навчальна дисципліна викладається на першому курсі у другому семестрі для денної та заочної форм навчання

Кількість кредитів ECTS- 4, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	36	16	20
заочна	12	6	6
Самостійна робота, годин	Денна -84		Заочна - 108

2. Зміст дисципліни

2.1. Програма змістовних модулів

Змістовний модуль 1: Рекламний дизайн.

№ теми	Зміст теми	Годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
1.	Дизайн як процес проектно-художньої діяльності: історія розвитку, теоретичні концепції, сучасні тенденції.	2	2
2.	Рекламний дизайн як проектна діяльність з візуалізації рекламного образу.	2	
3.	Художні стилі та стильові течії у рекламному дизайні.	2	2
4.	Сутність та види рекламної композиції.	2	
5.	Закони та засоби композиційної організації реклами.	2	
6.	Образотворчі засоби в рекламній композиції. Прийоми побудови композиції та принципи вибору візуальних образів.	2	2
7.	Шрифтові композиції у візуальній організації рекламного звернення.	2	
8.	Колір як художній засіб реклами.	2	
	Разом	16	6

2.2. Перелік практичних робіт

№ лаб.роб.	Назва лабораторної роботи	Годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
1.1	Створення візуального рекламного образу.	4	2
1.2	Форма рекламного звернення.	4	
1.3	Композиція в рекламі	4	2
1.4	Функції кольору в рекламі	4	
1.5	Шрифт в рекламі	4	2
	Разом	20	6

2.3. Перелік завдань до самостійної роботи

№ теми	Назва теми	Об'єм у год. денна форма навчання	Об'єм у год. заочна форма навчання
1.	Опрацювання лекційного матеріалу	14	26
2.	Підготовка до практичних занять	14	
3.	Опрацювання окремих розділів програми, які не виносяться на лекції	24	40
4.	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань	32	42
5.	Виконання курсового проекту (роботи)	-	-
	Разом з дисципліни	84	108

3. Критерії оцінювання результатів навчання

Види контролю: поточний, підсумковий – диф. залік

Нарахування балів за виконання змістовного модуля

Вид роботи, що підлягає контролю	Оцінні бали		Форма навчання					
			денна			заочна		
	<i>min</i>	<i>max</i>	Кіль-ть робіт	Сумарні бали		Кіль-ть робіт	Сумарні бали	
				<i>min</i>	<i>max</i>		<i>min</i>	<i>max</i>
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Змістовий модуль 1. Основи рекламного дизайну								
Робота на лекціях	0,5	1	8	4	8	3	2	3
Робота на практичних заняттях	3	5	5	15	25	3	9	15
Індивідуальне завдання	16	22	1	17	27	–	25	42
Проміжна сума	–	–	–	36	60	–	36	60
Модульний контроль	30	50	1	24	40	1	24	40
Оцінка за змістовий модуль 1				60	100		60	100

4. Інформаційні ресурси

Базові (основні):

1. Конспект лекцій з дисципліни "Рекламний дизайн" [Електронний ресурс]: для студентів спец. 075 "Маркетинг" ступеня магістр ден. та заоч. форм навчання / Л. Я. Донець, С. А. Памбук, О. О. Долинська ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі.- Одеса : ОНАХТ, 2020.— Електрон. текст. дані: 45 с. <https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1547257>

2. Методичні вказівки до лабораторних занять з дисципліни "Рекламний дизайн" [Електронний ресурс]: для студентів спец. 075 "Маркетинг" ступеня магістр ден. та заоч. форм навчання / Л. Я. Донець, С. А. Памбук, І. В. Мунтян, О. О. Долинська ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі.- Одеса : ОНАХТ, 2020.— Електрон. текст. дані: 20 с.

<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1524319>

3. Методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни "Рекламний дизайн" [Електронний ресурс]: для студентів спец. 075 "Маркетинг" ступеня магістр ден. та заоч. форм навчання / Л. Я. Донець, С. А. Памбук, І. В. Мунтян, О. О. Долинська ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2020. — Електрон.

текст. дані: 10 с.

<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1524301>

4. Реклама в Інтернеті [Текст]: навч. посіб. / Д. В. Яцюк; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — Київ, 2018. — 296 с.

<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1618474>

5. Основи інтернет-маркетингу [Текст]: навч. посіб. Ч. 1 / Н. Р. Кордзая.— Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. — 184 с. : табл., рис.— Бібліогр.: с. 176-180.

<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT-cnv.BibRecord.166974>

Додаткові (за наявності):

1. Bondarenko Viktoriia Ефективність просування товарів та брендів: роль маркетингових комунікацій / Viktoriia Bondarenko, Oleksandr Khadartsev, Olesia Hryhorieva // Науковий журнал «Економіка і регіон». – Полтава: ПНТУ, 2021. – Т. (1(80)). – С. 75-81.

2. Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. – 2-ге вид., стер. – К. : ЦУЛ, 2019. – 200 с. – МОН. – 978-966-364-870-5.

3. Прищенко С.В. Основи рекламного дизайну: підручник 2-ге вид., випр. і доповн. Київ: Видавничий дом «Кондор», 2019. 400 с.

4. Прищенко С.В. Дизайн і реклама: ілюстрований глосарій (основні терміни та поняття). 2-ге вид., випр. і доповн. Київ: Видавничий дом «Кондор», 2020. 208 с. Електронна версія: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/echp_2012_2_15.pdf