

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ  
«РЕКЛАМНИЙ ДИЗАЙН»**

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань *07 «Управління та адміністрування»*

Код та найменування спеціальності *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма *«Маркетинг»*

Ступінь вищої освіти *магістр*

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності *075 Маркетинг*

*«22 » серпня 2023 р. протокол №5.*

Реєстраційний номер в навчальному відділі

---

## 1. Загальна інформація

**Кафедра:** [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)  
**Викладач:** Донець Леся Яківна, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат технічних наук, доцент

**Контакти:**  
[lesia.donets1981@gmail.com](mailto:lesia.donets1981@gmail.com),  
0679823926

[Профайл](#)



Освітній компонент викладається на 1 курсі у 2 семестрі для денної та заочної форм навчання

Кількість: кредитів - 4, годин – 120

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

[Розклад занять](#)

## 2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «РЕКЛАМНИЙ ДИЗАЙН»

Дизайн реклами - це найбільш якісний механізм, який при грамотному і правильному використанні ефективно працює на масове залучення уваги потенційних споживачів і служить для безпосереднього впливу через побачене на людський мозок.

Рекламний дизайн тісно пов'язаний з вивченням 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.

Освітній компонент «Рекламний дизайн» базується на знаннях, отриманих здобувачем вищої освіти в результаті вивчення освітніх компонентів «Маркетинг», «Мерчендайзинг», «Маркетингова товарна політика».

## 3. Мета освітнього компоненту

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

- формування у студентів системи знань щодо розробки індивідуального унікального стилю, за яким продукт компанії будуть впізнавати майбутні постійні споживачі, що значно підвищує рівень популярності та іміджеві показники;

- дослідження і аналіз рекламних повідомлень відповідно до правил та принципів рекламного дизайну, особливостей цільових аудиторій, каналів комунікації, позиціонування, мотивів споживацької поведінки;
- ознайомлення зі структурою та головними складовими рекламного дизайну;
- вивчення та аналіз сучасних методик, інструментів та технологій створення рекламних повідомлень;
- формування навичок написання рекламних повідомлень та розробка зовнішньої реклами;
- формування навичок написання рекламних текстів, слоганів для забезпечення ефективної зовнішньої і внутрішньої комунікації;
- підготовка студентів до застосування набутих знань з курсу на практиці.

**У результат вивчення освітнього компоненту студент повинен: 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, компоновання тексту і графіки.

#### **4. Компетентності та програмні результати навчання**

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](#) та освітньо-професійній програмі «Маркетинг» підготовки магістрів <http://nmv.ontu.edu.ua/opp/075m-m2023.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 2 Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- 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.

## 5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

### 5.1 Перелік лекційних завдань

№ теми	Зміст теми	Кількість годин	
		денна	заочна
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	
	<b>Разом за ОК</b>	<b>16</b>	<b>6</b>

### 5.2 Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва практичної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Створення візуального рекламного образу.	4	2
2	Форма рекламного звернення.	4	
3	Композиція в рекламі	4	2
4	Функції кольору в рекламі	4	
5	Шрифт в рекламі	4	2
	<b>Разом за ОК</b>	<b>20</b>	<b>6</b>

### 5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Тема 1. «Дизайн як процес проектно-художньої діяльності: історія розвитку, теоретичні концепції, сучасні тенденції» Підготувати презентацію на тему «Портрет сучасного студента», на основі результатів анкетування групи та її друзів.	10	10
2	Тема 2. «Рекламний дизайн як проектна діяльність з візуалізації рекламного образу» Підготувати презентацію на тему «Помилки в рекламі».	10	10

3	Тема 3. «Художні стилі та стильові течії у рекламному дизайні» Підготувати презентацію з оглядом фірмових стилів вузів і кафедр.	10	10
4	Тема 4. «Сутність та види рекламної композиції» Підготувати презентацію з оглядом фірмових стилів міст України.	10	10
5	Тема 5. «Закони та засоби композиційної організації реклами. Образотворчі засоби в рекламній композиції». Створити плакат із фотографіями на тему «Прийоми графічної композиції». На плакаті повинні бути розміщені такі фотографії: фотографія із застосуванням ритмічної повторюваності; фотографія із застосуванням метричної повторюваності; фотографія із симетричною композицією; фотографія із застосуванням прийому контрасту; фотографія із застосуванням прийому акценту; фотографія із динамічною композицією; фотографія із статичною композицією; фотографія із замкнутою композицією; фотографія із відкритою композицією.	10	14
6	Тема 6. «Прийоми побудови композиції та принципи вибору візуальних образів.» Індивідуальне завдання передбачає: Індивідуальні самостійні завдання також можуть включати написання рефератів, есе, проведення польових та кабінетних досліджень. 1. Створити плакат із фотографіями на тему «Принципи графічної композиції». На плакаті повинні бути розміщені такі фотографії: фотографія із формально-рівноважною композицією; фотографія із неформально-рівноважною композицією; фотографія із нерівноважною композицією; фотографія, композиція якої відповідає радіальному балансу.	10	14
7	Тема 7. «Шрифтові композиції у візуальній організації рекламного звернення» «Колір як художній засіб реклами» Індивідуальне завдання передбачає: Індивідуальні самостійні завдання також можуть включати написання рефератів, есе, проведення польових та кабінетних досліджень. 1. Створити вітальний плакат до одного з найближчих свят. 2. Створити плакат на тему «Я люблю дизайн». 3. Створити плакат про свою спеціальність.	12	20
8	Тема 8. Написання доповіді з теми Рекламний дизайн та виступ з презентацією. 1. Створити рекламний плакат на тему (тему дипломного проекту). 2. Запропонувати концепцію та ескізи фірмового стилю кафедри МПіТ. Результати оформити у вигляді презентації.	12	20
<b>Всього за ОК:</b>		<b>84</b>	<b>108</b>

### 6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього

компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- тестування знань здобувачів за темами;
- виконання і захист практичних робіт;
- усне опитування.
- підготовка доповідей, повідомлень.

Підсумковий контроль – *диференційований залік*.

### Нарахування балів:

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
	денна	заочна
<b><u>Змістовний модуль 1.</u></b> Рекламний дизайн		
Лекційний курс*	8	6
Практичні роботи*	50	30
Самостійна робота (Підготовка доповідей з презентаціями)*	20	40
Тестування*	22	24
Всього за змістовний модуль 1	<b>100</b>	<b>100</b>
Всього	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському національному технологічному університеті](#).

### Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів

#### Лекційний курс (оцінювання однієї лекції)

Денна	Заочна		
<i>0,81 – 1 балів</i>	<i>1.61 – 2.0 балів</i>	<i>Лекція оформлена відповідно до вимог, студент активний на лекції, надає повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
<i>0,61 - 0,8 балів</i>	<i>1.21 – 1.6 балів</i>	<i>Лекція має невеликі відхилення при оформленні або при відповіді студентом допущені неточності</i>	дуже добре
<i>0,41 – 0,6 балів</i>	<i>0,81 – 1.2 балів</i>	<i>Лекція має відхилення при оформленні або студент має неповні відповіді, допущені несуттєві помилки</i>	добре
<i>0,21 – 0,4 балів</i>	<i>0,41 – 0,8 балів</i>	<i>Лекція має суттєві відхилення при оформленні або студент має неповні відповіді, допущені більш суттєві помилки</i>	достатньо
<i>0-0,2 балів</i>	<i>0-0,4 балів</i>	<i>Лекція не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

#### Практичні роботи (оцінювання однієї роботи)

<i>9,0-10,0 балів</i>	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
<i>8,0 -8,9 балів</i>	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
<i>7,0 – 7,9 балів</i>	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
<i>5,0 – 6,9 балів</i>	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
<i>0 – 4,9 балів</i>	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

### Самостійна робота (Підготовка доповідей з презентаціями)

Денна	Заочна		
16,1-20,0 балів	32,1-40,0 балів	Доповідь підготовлена на актуальну тематику, має якісну презентацію та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді на поставлені запитання	відмінно
12,1 -16,0 балів	24,1 -32,0 балів	Доповідь підготовлена, має презентацію, при відповіді на питання допущені неточності	дуже добре
8,1 – 12,0 балів	16,1 – 24,0 балів	Доповідь підготовлена, має презентацію, але доповідач доповідає невпевнено, відповіді на питання неповні, допущені помилки	добре
4,1 – 8,0 балів	8,1 – 16,0 балів	Доповідь підготовлена, має презентацію, але доповідач доповідає невпевнено, відповіді на питання незадовільні, допущені грубі помилки	достатньо
0 – 4,0 балів	0 – 8,0 балів	Доповідь підготовлена на низькому рівні або відсутня	незадовільно

### Тестування

Денна	Заочна		
17,7-22,0 балів	19,3-24,0 балів	90 – 100 % правильних відповідей	відмінно
13,3 -17,6 балів	14,5 -19,2 балів	74 – 89% правильних відповідей	дуже добре
8,9 – 13,2 балів	9,7 – 14,4 балів	60 – 73% правильних відповідей	добре
4,5 – 8,8 балів	4,9 – 9,6 балів	35 – 59 % правильних відповідей	достатньо
0 – 4,4 балів	0 – 4,8 балів	0-35 % правильних відповідей	незадовільно

### 7. Засоби діагностики успішності навчання

**Методи навчання**, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

**Лекційні заняття:** Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія; Наочні: ілюстрація, спостереження, демонстрація; пояснювально- демонстративний метод, проблемний виклад.

**Практичні заняття:** аналіз конкретних ситуацій (проблемних, звичайних, нетипових); групове обговорення питання; дискусії, виконання ситуаційно-розрахункових задач, інтерактивні методи навчання (проблемне навчання, робота в малих групах, кейс-метод, , тренінг, технології ситуативного моделювання, технології опрацювання дискусійних питань

**Самостійна робота:** робота з навчально-методичними матеріалами, реферування, конспектування, підготовка доповідей, розв'язання тестів.

### 8.Інформаційні ресурси

#### Базові (основні):

1. Конспект лекцій з навчальної дисципліни "Рекламний дизайн" [Електронний ресурс] : для здобувачів СВО "магістр" спец. 075 "Маркетинг" галузі знань 07 "Управління та адміністрування" ОПП "Маркетинг" ден. та заоч. форм навчання / Л. Я. Донець, С. А. Памбук, І. В. Мунтян, О. О. Долинська ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНТУ, 2023. — 43 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONANT.2204199>

2. Методичні вказівки до виконання практичних робіт з курсу "Рекламний дизайн" [Електронний ресурс] : для здобувачів СВО "магістр" спец. 075 "Маркетинг" галузі знань 07 "Управління та адміністрування" ОПП "Маркетинг" ден. та заоч. форм навчання / Л.

Я. Донець, С. А. Памбук, І. В. Мунтян, О. О. Долинська ; відп. за вип. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНТУ, 2023. — 20 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2204249>

3. Методичні вказівки до виконання самостійних робіт з курсу "Рекламний дизайн" [Електронний ресурс] : для здобувачів СВО "магістр" спец. 075 "Маркетинг" галузі знань 07 "Управління та адміністрування" ОПП "Маркетинг" 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 : ОНТУ, 2023. — 9 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2204233>

4. Комплексний Інтернет-маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Т. М. Борисова ; Західноукр. нац. ун-т. — Тернопіль : Екон. думка, 2022. — 272 с.

5. Збірник ситуаційних (кейсових) завдань з навчальних дисциплін "Інновації та інноваційна економіка", "Інновації та маркетинг інновацій", "Маркетинг інновацій", "Інноваційний розвиток підприємства", "Digital-marketing", "Технології та новації" [Електронний ресурс] : навч. посіб. / І. М. Буднікевич, І. А. Крупенна, Є. І. Венгер, О. В. Кифяк ; Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича, Економічний ф-т, Каф. маркетингу, інновацій та регіонального розвитку. — Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. — 132 с.

#### **Додаткові:**

1. Закон України від 30 травня 2023 року № 3136-IX, яким вносяться зміни до Закону про рекламу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3136-20#Text>

2. Офіційний веб-портал «Законодавство України» <https://zakon.rada.gov.ua/laws>

3. Урядовий портал <https://www.kmu.gov.ua/>

4. Офіційний веб-портал Міністерства юстиції України <https://minjust.gov.ua/>

5. 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>

6. 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.

7. 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.

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

9. 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](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/echp_2012_2_15.pdf)

10. 7. Офіційний сайт дослідницької компанії ZenithOptimedia. URL: <http://www.zenithoptimedia.com> (дата звернення: 31.05.2023).

11. 8. Горбаль Н.І., Романишин С.Б. Особливості, тенденції розвитку реклами в різних країнах світу. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/26224/1/22-147151.pdf> (дата звернення: 30.05.2021).

### **9. Політика освітнього компоненту**

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#), [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015 та роботодавців](#)



Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від «17»серпня 2023 р. № 1

Завідувач кафедри

/ПІДПИСАНО/

Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП «Маркетинг»  
доцент кафедри МПіТ

/ ПІДПИСАНО /

Ганна ЛОЗОВСЬКА