

# СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



## ОСНОВИ ДИЗАЙНУ В РЕКЛАМІ

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	не обмежено	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	не обмежено	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

### ВИКЛАДАЧ

**Олініченко Катерина Сергіївна**



Вища освіта – спеціаліст з маркетингу

Науковий ступінь – кандидат економічних наук

Вчене звання - доцент

Досвід роботи – більше 5 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- авторка 4 методичних розробок та 10 тематичних публікацій з дисципліни;
- учасниця наукових і методичних конференцій;
- членкіня ГО «Українська асоціація маркетингу», заступник голови Харківського регіонального представництва Індустріального гендерного комітету з реклами.

електронна пошта

[olinichenko.katerina@gmail.com](mailto:olinichenko.katerina@gmail.com)

дистанційна підтримка

Google Classroom з дисципліни

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	формування у студентів системи знань та практичних навичок щодо базових теоретичних знань відносно сутності дизайну його історичної основи, стадій розвитку та його застосування у рекламі
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальне завдання, командна робота, дискусії
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none"><li>• Застосовувати знання історичних етапів становлення дизайну та їх вплив на дизайн реклами / <b>індивідуальне завдання, практичне заняття 1</b></li><li>• Здатність формувати сучасні рекламні продукти з урахуванням різних стилів дизайну / <b>практичне заняття 2, семінарські заняття</b></li><li>• Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення дизайнерських завдань / <b>практичне заняття 3, практичне заняття 4</b></li><li>• Здатність розробляти елементи фірмового стилю. / <b>практичне заняття 5, індивідуальне завдання</b></li></ul>
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 12 годин лекції, 18 годин лабораторно-практичні; модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль – диференційований залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота, участь в дискусіях
Умови зарахування	вільне зарахування

## СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Лекція 1.	Історія та теоретичні основи дизайну	Семінарське заняття	Обговорення проблемних питань у вигляді дискусії та експрес-тестування	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Підбір та обґрунтування теми індивідуального завдання. Розробка плану індивідуального завдання
		Практичне заняття 1 (ПЗ 1)	Тренінг практичних навичок «Дизайн різних епох та його вплив на рекламу»		
Лекція 2.	Композиція: основи, принципи та математичні закономірності	ПЗ 2	«Пошук ідеї для створення ідеальної композиції рекламної листівки»		
Лекція 3	Значення форми, кольору та динаміки в дизайні	ПЗ 3	«Створення рекламного матеріалу сучасними технологіями»		
Лекція 4.	Класичний дизайн в рекламі	ПЗ 4	«Споживчий аналіз дизайну рекламних матеріалів»		
Лекція 5.	Фірмовий стиль	Семінарське заняття	Обговорення проблемних питань у вигляді дискусії та експрес-тестування		
		ПЗ 5	Тренінг практичних навичок «Розробка ідей сучасного дизайну елементів фірмового стилю»		
Лекція 6.	Законодавчі обмеження та дискримінація за ознакою статі в рекламі	Кейс для дискусії	«Недискримінаційна реклама за ознакою статі»		

## ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Савицька Н. Л., Синицина Г. А., Олініченко К. С. Рекламний менеджмент: навч. посібн. Харків. : Видавництво І. Іванченко, 2015. – 169 с.</li> <li>2. Шон Адамс. Як дизайн спонукає нас думати. К. : ArtHuss, 2022. 256 с.</li> <li>3. Батаєва К.В. Візуальне від античності до постсучасності. К. : Кондор, 2017. 241с.</li> <li>4. Скляренко Н., Романюк О. Соціальна реклама в контексті дизайну: навч. посібн. Київ. : Видавництво О. Філюк, 2014. – 201 с.</li> </ol>	Методичне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Савицька Н.Л., Олініченко К.С., Маренич В.М., Михайлова М.В. Основи дизайну в рекламі : опорний конспект лекцій для студентів спеціальності 075 Маркетинг. Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2021. – 119 с. – Електронне видання.</li> <li>2. Савицька Н.Л., Олініченко К.С. Методичні вказівки для підготовки до семінарських та виконання практичних завдань з дисципліни «Основи дизайну в рекламі» для здобувачів усіх спеціальностей, 2023. – Електронне видання.</li> <li>3. Олініченко К.С. Методичні вказівки для виконання індивідуального завдання з дисципліни «Основи дизайну в рекламі» для здобувачів усіх спеціальностей, 20223. – Електронне видання.</li> </ol>
------------	--	------------------------	--

## СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (електронне посилання на положення)

	СИСТЕМА	БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 90	100% від набраних балів протягом навчання
		до 10	індивідуальний проєкт
Модульне оцінювання	90 бальна сумарна	до 35	відповіді на семінарських заняттях
		до 35	виконання практичної роботи
		до 20	результат засвоєння блоку самостійної роботи
Індивідуальний проєкт	10 бальна	до 10	презентація і захист індивідуального проєкту

## НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.