

СУЧАСНІ ГРАФІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ

ОКР бакалавр

I. Основна мета курсу – формування у вас готовності до створення прикладних графічних творів рекламного призначення.

II. Місце навчальної дисципліни в програмі підготовки фахівців спеціальності 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація.

Спецкурс «Сучасні графічні технології» надасть вам можливість збагатити практичний художній досвід, отримати додаткові фахові компетенції, розширити професійні вміння та навички, що значно підвищить затребуваність на ринку праці.

III. Завдання дисципліни – ознайомлення з основними складовими корпоративної ідентичності компанії та сучасними тенденціями в оформленні об'єктів айдентики.

IV. Основні знання та уміння, яких набуває студент після опанування даної дисципліни

Основні знання:

- мати уявлення про складові айдентики (фірмового стилю компанії);
- розумітися як створити певний образ компанії в очах споживачів;
- знати основні види корпоративної ідентичності та напрямки їх розвитку в сучасному суспільстві;
- послуговуватися професійним тезаурусом.

Основні вміння:

- використовувати засоби виразності й образні можливості при створенні різних об'єктів айдентики;
- розкривати основний образ компанії графічними засобами;
- здійснювати відбір композиційних і графічних засобів для розробки найвиразніших образів;
- створювати самостійні візуальні об'єкти фірмового стилю компанії та оформлювати їх у презентацію-портфолію.

V. Короткий зміст дисципліни

Тема 1. Поняття корпоративної ідентичності. Художньо-графічні елементи індивідуалізації фірми або закладу.

Види рекламної продукції. Друкована реклама. Різноманітні підходи до рекламування товарів або послуг, прийоми, що використовуються в галузі графічної реклами. Структурні елементи рекламного повідомлення (графічна частина: зображення, товарний знак, логотип, рекламний слоган та інформаційно-текстова частина). Створення рекламного комплексу – айдентики компанії (товарний знак, логотип, візитівка, рекламний плакат

(календар), сувенірна продукція, рекламна упаковка), композиційні вимоги до кожного елемента.

Тема 2. Корпоративна ідентичність як засіб формування іміджу компанії.

Основні завдання айдентики. Компоненти фірмового стилю. Фірмовий знак, історія його використання, класифікація та особливості графічного виконання. Фірмове ім'я та його графічний виразник - логотип. Колір. Шрифт. Брендбук. Гайдлайн.

Тема 3. Розробка проекту фірмового стилю конкретної компанії або закладу.

Особливості роботи над творчим проектом. Пошук виразного художнього образу. Проектування фірмового стилю конкретної фірми, з урахуванням концепції її діяльності. Вибір графічних, колірних, ритмічних, пластичних та стилістичних прийомів оформлення. Образність та стильова єдність в оформленні документації фірми, рекламної та сувенірної продукції.

VI. Назва кафедри та викладацький склад, який буде забезпечувати викладання курсу.

Кафедра образотворчого мистецтва факультету педагогіки і психології:
Сова О.С., к. п. н, доцент.

VII. Обсяги навчального навантаження та терміни викладання курсу

На навчання дисципліни відводиться 270 години (9 кредити ЄКТС), з яких: лекції – 2 год., лабораторні – 90 год., самостійна робота – 178 год.

Дисципліна викладається в III, IV семестрі.

VIII. Основні інформаційні джерела до вивчення дисципліни

1. Айдентика. М.: КАК Проект, Grey Matter М, 2014. 512 с.
2. Афенченко Г. В. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Українська держ. академія залізничного транспорту. Х. : УкрДАЗТ, 2007.
3. Куценко М. Основи графічного дизайну. К. : Кондор, 2006.
4. Пастырь И. В. Креативность познания композиции изобразительного искусства. Пособие. Измаил, 2005.

IX. Система оцінювання:

Поточний контроль: оцінювання продуктів творчої діяльності.

Підсумковий контроль: екзамен у IV семестрі (захист концептуальної розробки індивідуального проекту).