


КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-методичної та
навчальної роботи

 Олексій ЖИЛЬЦОВ

“ ” _____ 2023



РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КОМУНІКАЦІЙНИЙ ДИЗАЙН

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньої програми 022.01.01 «Графічний дизайн»

Київ – 2023



Розробник:

Юрій Волгін, старший викладач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка.

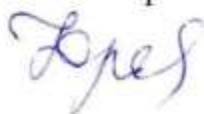
Викладач:

Юрій Волгін, старший викладач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка

Протокол № 5 від «24» серпня 2023 р.

Завідувач кафедри дизайну



Юлія РОМАНЕНКОВА

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 022.01.01 «Графічний дизайн»

«24» серпня 2023 р.

Гарант освітньо-професійної програми 022.01.01 «Графічний дизайн»



Юлія РОМАНЕНКОВА

Робочу програму перевірено

«___» _____ 2023 р.

Заступник директора

з науково-методичної та навчальної роботи



А. О. Таранник

Пролонговано:

На 20 /20 н.р. (підпис) (ПІБ), « » 20 р., протокол №

На 20 /20 н.р. (підпис) (ПІБ), « » 20 р., протокол №

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів / годин	6 / 180	
Курс	1	
Семестр	1	1
Кількість змістових модулів з розподілом:	2	2
Обсяг кредитів	6	6
Обсяг годин, в тому числі:	180	180-
Аудиторні	48	24
Модульний контроль	12	-
Семестровий контроль		-
Самостійна робота	120	156
Форма семестрового контролю	залік	залік

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання дисципліни «Комунікаційний дизайн» є розвиток фахової дизайнерської підготовки магістрів, формування візуальної культури та базових компетенцій в галузі сучасних рекламних технологій та проектуванні об'єктів комунікаційного дизайну. **Завданнями** навчальної дисципліни є:

- набуття базових знань з комунікаційного дизайну;
- ознайомлення з основними напрямками розвитку сучасних рекламних технологій;

- засвоєння основних понять візуальної комунікації та виявлення особливостей історичного розвитку комунікаційного дизайну у синтезі з розвитком науки, техніки й технології;

- придбання практичних навичок в проектуванні об'єктів комунікаційного дизайну.

Загальні компетентності

<p>Загальні компетентності (ЗК)</p>	<p>ЗК1: Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК2: Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми ЗК6: Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</p>	<p>СК1: Здатність здійснювати концептуальне проектування об'єктів дизайну з урахуванням функціональних, технічних, технологічних, екологічних та естетичних вимог, зокрема об'єктів графічного дизайну.</p> <p>СК2: Здатність проведення проектного аналізу усіх впливових чинників і складових проектування та формування авторської концепції проекту.</p> <p>СК 3. Здатність розуміти і використовувати Причинно-наслідкові зв'язки у розвитку дизайну та сучасних видів мистецтв.</p> <p>СК6: Здатність застосувати у практиці дизайну виражальні художньо-пластичні можливості різних видів матеріалів, інноваційних методів і технологій.</p> <p>СК7: Здатність застосовувати засоби спеціального рисунка та живопису (графіка), а також методики використання апаратних і програмних засобів комп'ютерних технологій.</p> <p>СК9: Здатність створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну (товари і послуги).</p>

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Результати навчання

- РН 1. Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах;
- РН 2. Формулювати авторську концепцію проекту;
- РН3:Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайнерського проекту, застосовувати теорію і методику дизайну, фахову термінологію (за професійним спрямуванням), основи наукових досліджень.
- РН 5. Розробляти, формувати та контролювати основні етапи виконання проекту;
- РН 6. Формувати проектні складові у межах проектних концепцій; володіти художніми та мистецькими формами соціальної відповідальності;
- РН7: Критично осмислювати теорії, принципи, методи та поняття з різних предметних галузей для розв'язання завдань і проблем у галузі дизайну.
- РН 9. Застосовувати методику концептуального проектування і здійснювати процес проектування з урахуванням сучасних технологій і конструктивних рішень, а також функціональних і естетичних вимог до об'єкта дизайну; РН10: Критично опрацьовувати художньо-проектний доробок українських і зарубіжних фахівців, застосовувати сучасні методики та технології наукового аналізу для формування авторської концепції, пошуку українського національного стилю.
- РН 14. Застосовувати інноваційні методи і технології роботи з матеріалом (за спеціалізаціями);

PH 15. Представляти концептуальне рішення об'єктів дизайну засобами новітніх технологій, застосовувати прийоми графічної подачі при розв'язанні проектних завдань (за спеціалізаціями);

PH 17. Управляти процесом вироблення продукту дизайну (товарів і послуг) на різних етапах брендингу та ребрендингу (за спеціалізаціями).

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	МКР	
Змістовий модуль I. Дизайн візуальних комунікацій реклами							
Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії	12	2	-	2	-		8
Комунікаційний дизайн соціально-інформаційної	30	-	-	10	-		20
Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами	42	-	-	10	-		32
Модульний контроль	6	-	-		-	6	
Разом	90	2	-	22		6	60
Змістовий модуль II. Проектування об'єктів комунікаційного дизайну							
Концептуальна графіка	10	2	-	2			6
Інфографіка як супровід дизайн-проектів	18	-	-	10			8
Візуальна ідентифікація та ребрендинг громадських об'єктів	14	-	-	6			8
Інформаційно-рекламна продукція	12	-	-	4			8
Модульний контроль	6					6	
Семестровий контроль	30	-	-	-			-
Разом	90	2	-	22		6	30
Разом за навчальним планом	180	4	-	44	-	12	90

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ Змістовний модуль I. Дизайн візуальних комунікацій реклами Тема 1. Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії

Лекція (2 год.).

Вступ. З історії розвитку комунікаційного дизайну, взаємозв'язок розвитку науки, технологій та графічного дизайну. Історичні етапи розвитку технічних засобів комунікації: виникнення писемності, винахід друкарства (Й. Гутенбергом 1440 р.), впровадження аналогових електронних носіїв інформації (із середини ХХ ст.), поява цифрових носіїв, глобальної мережи, інформаційних комп'ютерних технологій (кінець ХХ ст. і початок ХХІ ст.).

Теорія зорового сприйняття та психологічні особливості відображення зорових образів засобами образотворчого мистецтва. Зображення як візуальний код і методи його прочитання, стереотипи і художній образ, графіка як мистецтво і візуальний засіб інформації.

Засоби візуальної комунікації та рекламної продукції та їх види: телереклама (анімаційні та графічні відео тощо), друкована поліграфічна реклама (буклети, плакати, листівки тощо), засоби зовнішньої реклами (рекламні щити, вивески на будівлях, транзитна реклама тощо), реклама в Інтернеті (банери, flash-анімація тощо).

Візуальна та інформативна ефективність об'єктів комунікаційного дизайну: зрозумілість та актуальність рекламного повідомлення та дизайну для цільової аудиторії, функціональність дизайну реклами, ефективність рекламної інформації та художня виразність дизайну реклами.

***Основні поняття теми:** візуальна комунікація, друкована та зовнішня реклама, суперграфіка.*

Практичні заняття I.

Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити концепцію заходу на тему «Ландшафтний етнофестиваль».

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті: специфіка використання основних законів зорового сприйняття в графічному дизайні та рекламному комунікаційному дизайні;

- аналіз прикладів оптичних ілюзій в рекламному аспекті дизайн-проектів; - використання графічних прийомів у синтезі з комп'ютерною графікою для створення ефективного комунікаційного повідомлення в рекламній графіці та дизайн-проектах.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Тема 2. Комунікаційний дизайн соціально-інформаційної реклами

Практичні заняття I.

Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити рекламно-інформаційний щит (білборд) інформаційного спрямування на тему «Ландшафтний етнофестиваль», використовуючи закони зорового сприйняття (оптичні ілюзії).
2. Створити рекламно-інформаційний плакат інформаційного спрямування на тему «Ландшафтний етнофестиваль», використовуючи закони зорового сприйняття (оптичні ілюзії).
3. Створити рекламно-інформаційну листівку інформаційного спрямування на тему «Ландшафтний етнофестиваль», використовуючи закони зорового сприйняття (оптичні ілюзії).

Матеріал: папір (формат А-4), комп'ютерна графіка, авторська техніка.

Роздрукувати роботу на кольоровому принтері.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

- різні види композиційної організації білбордів: монтажна, сюжетна й формальна;
- змістова та художньо-виразна складова зображення з використанням оптичних ілюзій;
- вибір найкращого варіанту інформаційно-рекламного плакату по темі з опрацьованого ескізного матеріалу (цікавий задум і виразне графічне рішення);
- специфіка графічних прийомів у синтезі з комп'ютерною графікою.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Тема 3. Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами

Практичні заняття I.

Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити логотип для теми «Ландшафтний етнофестиваль», використовуючи закони зорового сприйняття (оптичні ілюзії).
2. Створити умовні позначення (знаки) для теми «Ландшафтний етнофестиваль», використовуючи закони зорового сприйняття, інфографіку.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

- графічні засоби зображення та художня виразність рекламного логотипу;
- значення візуальних прийомів метафори при створенні рекламного образу; - специфіка підготовчої роботи для створення рекламної друкованої продукції (логотипу, умовних позначень).

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

III. Модульний контроль знань.

Змістовний модуль II. Проектування об'єктів комунікаційного дизайну

Тема 4. Концептуальна графіка Лекція 2. (2 год.)

Концептуальна графіка, специфіка використання в комунікаційному дизайні та методика графічного супроводу дизайн-проектів. Інфографіка – це графічне візуальне подання інформації, даних або знань, призначених для швидкого та чіткого відображення комплексної інформації; різновид сучасного візуального дизайну. Графічні засоби інфографіки передають суть інформації в оригінальній художньо-виразній формі, яка добре запам'ятовується. Графічні зображення і візуалізація інформації роблять її більш привабливою та переконливою. Інфографіка ґрунтується на певних законах побудови інформаційної графіки та зорового сприйняття зображень (знаків, піктограм, фотографій, рисунків тощо). Специфікою успішної інфографіки є поєднання ручної графіки і зрозумілої, точної текстової інформації у синтезі з інноваційними технологіями. Використовуються прийоми візуальної ідентифікації певної компанії: створення образу (keyvisual), персонажів, розкадровки і графіки для реклами, сторітеллінг (storytelling) тощо.

Основні поняття теми: *концептуальна графіка, інфографіка, сторітеллінг.*

Практичні заняття I.

Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити концептуальний графічний власний бренд.

- Виявити специфіку візуальних характеристик власної творчої роботи, створити оригінальний своєрідний образ «візуальної мови» для діалогу між дизайнером і клієнтом.

Матеріал: папір (формат А-4), графічні матеріали і техніки.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Тема 5. Інфографіка як супровід дизайн-проектів Практичні заняття I.

Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити інфографіку реклами власної дизайн-студії.
 2. Створити персонаж-символ дизайн-студії.
- Виявити рекламні послуги дизайн-студії, використовуючи інфографіку, та створити персонаж–символ, використовуючи специфіку студії.

Матеріал: папір (формат А-3), графічні матеріали і техніки.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Тема 6. Візуальна ідентифікація та ребрендинг громадських об'єктів

Практичні заняття I. Виконання

практичної роботи. *Завдання на практичне заняття та етапи роботи:*

1. Створити фірмовий знак для громадських об'єктів (Молодіжний центр дозвілля).
- Виявити специфіку візуальних характеристик створеного логотипу (емблеми), використовуючи трансформацію основних структурних елементів і дотримання засад узагальнення, використовуючи концепцію фірмового стилю іподрому.

Матеріал: папір (формат А-4), туш, перо, олівець, графічні матеріали і техніки.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

- знак і символ як основа зображення емблеми;
- значення стереотипів та асоціацій при створенні логотипів;
- аналіз суті змісту та візуальної характеристики об'єктів;
- графічні засоби та прийоми стилізації, трансформації та узагальнення форми об'єктів при збереженні виразності створеного образу;
- значення модульної сітки і графічних засобів комп'ютерної графіки при створенні стилізованого, художньо-виразного і лаконічного графічного рішення емблеми (логотипу).
- специфіка графічних технік та вибір матеріалів.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

Тема 7. Інформаційно-рекламна продукція Практичні заняття I.

Виконання практичної роботи.

Завдання на практичне заняття та етапи роботи:

1. Створити рекламну афішу для Молодіжного центру дозвілля.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

- графічні засоби зображення та художня виразність афіші;

- специфіка підготовчої роботи для створення рекламної друкованої продукції.

II. Перевірка виконання самостійної роботи.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к ^т сть балів за одиницю	Модуль 1			
		ЗМ1 1-й семестр		ЗМ2 2-й семестр	
		Кількість одиниць	Максимальна к ^т сть балів	Кількість одиниць	Максимальна к ^т сть балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
Відвідування практичних занять	1	1	11	1	11
Робота на практичному занятті	10	3	30	4	40
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом			82		97
Максимальна кількість балів: 179					
Розрахунок коефіцієнта: 179 : 60 = 2,98					

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Бал
	ЗМ 1. Дизайн візуальних комунікацій реклами	60	15
1.	Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії. - Опрацювання фахових видань і створення концепції заходу «Ландшафтний етнофестиваль»	8	5
2.		20	5

	Комунікаційний дизайн соціально-інформаційної реклами. - Ескізи білборду «Ландшафтний етнофестиваль»; - ескізи рекламного плакату «Ландшафтний етнофестиваль»		
3.	Дизайн друкованої (поліграфічної) реклами. - Ескізи логотипу «Ландшафтний етнофестиваль» - Ескізи знаків «Ландшафтний етнофестиваль»	32	5
	ЗМ 2. Проектування об'єктів комунікаційного дизайну	30	20
4.	Концептуальна графіка - Ескізи концептуального графічного власного бренду	6	5
5.	Інфографіка як супровід дизайн-проектів. - Ескізи інфографіки реклами власної дизайн-студії; - Ескізи персонажа-символа дизайн-студії	8	5
6.	Візуальна ідентифікація та ребрендіг громадських об'єктів. - Ескізи розробки логотипа, фірмового знаку Молодіжного центру дозвілля	8	5
7.	Інформаційно-рекламна продукція. - Ескізи розробки рекламної продукції	8	5
	Разом	90	35

Критерії оцінювання рівня виконання завдань для самостійної роботи:

Кількість балів за роботу під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

1. своєчасність виконання навчальних завдань – 1 б.
2. повний обсяг їх виконання – 1 б.
3. якість самостійності виконання навчальних завдань – 1 б.
4. творчий підхід у виконанні завдань – 1 б. 5. ініціативність у навчальній діяльності – 1 б.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульний контроль проводиться у формі модульної контрольної роботи з урахуванням уніфікованої системи оцінювання навчальних досягнень студентів. Критерії оцінювання модульного контролю наведено у таблиці.

Критерії оцінювання	К-ть балів
<p><input type="checkbox"/> виконав в зазначений термін і на високому рівні весь обсяг роботи <input type="checkbox"/> володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на високому рівні; <input type="checkbox"/> здатний грамотно визначати й ефективно здійснювати навчальні задачі з урахуванням особливостей навчально-виховного процесу;</p>	<p>В 21 – 25</p>
<p><input type="checkbox"/> продемонстрував старанність, самостійність, ініціативу, активність, творче ставлення у процесі виконання усіх завдань, здатність робити висновки й обґрунтовувати свою позицію на основі проведених спостережень.</p>	
<p><input type="checkbox"/> виконав в зазначений термін весь обсяг роботи відповідно до програми але з незначними недоліками;</p> <p><input type="checkbox"/> володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на високому рівні;</p> <p><input type="checkbox"/> здатний грамотно визначати основні навчальні задачі та знаходити способи їх вирішення з урахуванням особливостей навчально-виховного процесу, але в окремих випадках допускає незначні помилки в процесі їх вирішення;</p> <p><input type="checkbox"/> продемонстрував старанність, самостійність, активність, відповідальне ставлення у процесі виконання завдань, здатність робити висновки на основі проведених спостережень.</p>	<p>курс, 17 – 20</p>
<p><input type="checkbox"/> виконав весь обсяг роботи відповідно до програми, але з певними недоліками; не завжди демонстрував здатність визначати основні навчальні задачі та</p> <p><input type="checkbox"/> знаходити способи їх вирішення з урахуванням особливостей навчально-виховного процесу, свідомо використовувати теоретичні знання, застосовувати практичні вміння під час проходження курсу; 13 – 16</p> <p><input type="checkbox"/> виявив здатність грамотно, але недостатньо самостійно опрацьовувати навчальні матеріали;</p> <p><input type="checkbox"/></p>	

продемонстрував старанність, відповідальне ставлення у процесі виконання завдань, але недостатньо виявив уміння обґрунтовано і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень.

завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання допускалися помилки;

студент в цілому виявив посередній рівень знань, умінь, навичок, допускав помилки у плануванні та самоорганізації до навчання;

недостатньо виявив самостійність, ініціативу у процесі вирішення навчальних задач; не завжди враховував специфіку організації навчально-виховного процесу;

9 – 12

завдання курсу були виконані з помилками, неохайно, подані на перевірку не своєчасно, не містили усіх необхідних елементів, визначених програмою курсу; ставлення студента до навчання недостатньо відповідальне.

<p><input type="checkbox"/> завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання виявлено чимало помилок; студент виявив лише мінімально можливий допустимий рівень знань, умінь, навичок, виявив неготовність грамотно і самостійно планувати й організовувати навчання;</p>	<p>5 – 8</p>
<p><input type="checkbox"/> завдання курсу були виконані в неповному обсязі, неохайно, з помилками, подані на перевірку не своєчасно, не містили усіх необхідних елементів, визначених програмою курсу; ставлення студента</p>	<p>студента</p>
<p><input type="checkbox"/> до навчання недостатньо старанне та відповідальне. завдання не виконані;</p> <p><input type="checkbox"/> студент виявив незадовільний рівень знань, умінь; невміння послідовно, грамотно і самостійно планувати й організовувати навчання, аналізувати результати власної діяльності; завдання курсу були виконані в неповному обсязі, оформлена</p>	

неохайно, з суттєвими помилками, подані на перевірку не своєчасно, не містили усіх необхідних елементів, визначених

програмою курсу; ставлення студента до виконання завдань вирізняється безвідповідальністю.

6.4. ФОРМИ ПРОВЕДЕННЯ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Семестровий контроль проводиться перед заліком у вигляді перегляду оформлених та роздрукованих практичних робіт (А-4, А-3 формат).

Кількість балів за роботу за виконані та оформленні роботи залежить від дотримання таких вимог:

5 балів	Виявлено творчий підхід та ініціативність; висока якість виконання завдання; завдання виконано в повному обсязі та своєчасно
4 бали	Виявлено творчий підхід; виконання завдання з деякими помилками; завдання виконано в повному обсязі та своєчасно
3 бали	Недостатньо виявлено самостійність, ініціативу у процесі вирішення навчальних задач; недостатній обсяг виконаного завдання; своєчасна здача завдання
2 бали	Завдання виконано з великою кількістю помилок; несвоєчасне виконання; ставлення студента до виконання завдання недостатньо відповідальне
1 бали	Завдання виконано з великою кількістю помилок; несвоєчасне та несамотійне виконання; ставлення студента до виконання завдання недостатньо відповідальне
0 балів	Завдання не виконано; ставлення студента до виконання завдання безвідповідальне

Тривалість проведення	4 години
Максимальна кількість балів	40 балів
Орієнтовний перелік питань	Розробити суперграфіку як рекламний об'єкт комунікаційного дизайну на фасаді будівлі. Тема композиції суперграфіки визначається студентом відповідно до призначення будівлі.
Перелік допоміжних матеріалів	Технічні засоби – комп'ютер. Встановлені програми Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, наявність інтернету.

Практичне залікове завдання здається в електронному вигляді. Розміри графічного файлу: Ф – А4, збережений у JPG, PDF.

Критерії оцінювання	К-ть балів
Студент продемонстрував відмінний рівень знань основних методів і прийомів комунікаційного дизайну, закономірностей сприйняття графічної та рекламної інформації, композиційних прийомів зображення, уміння використовувати художньо-виразні засоби і прийоми, асоціативні та оптичні властивості візуальних образів суперграфіки, об'єктів графічного дизайну, оригінальне вирішення творчого проектного образу та відтворення двовимірних і тривимірних об'єктів рекламної продукції, використовуючи виразні можливості комп'ютерної графіки.	35 – 40
Студент продемонстрував добрий рівень знань основних методів і прийомів комунікаційного дизайну, закономірностей сприйняття графічної та рекламної інформації, композиційних прийомів зображення, уміння використовувати художньо-виразні засоби і прийоми суперграфіки, об'єктів графічного дизайну та відповідне відтворення двовимірних і тривимірних об'єктів рекламної продукції, використовуючи виразні можливості комп'ютерної графіки.	29 – 34
Студент продемонстрував знання основних методів і прийомів комунікаційного дизайну, закономірностей сприйняття графічної та рекламної інформації, композиційних прийомів зображення, проте не досконале використання художньо-виразних засобів і прийомів суперграфіки, об'єктів графічного дизайну, не узгодженість проектного образу суперграфіки та відтворення дизайн- об'єктів засобами комп'ютерної графіки.	23 – 28

Студент продемонстрував знання основних методів і прийомів комунікаційного дизайну, закономірностей сприйняття графічної та рекламної інформації, проте не досконале використання композиційних прийомів і художньої виразності суперграфіки, не узгодженість проектного зображення відтворенню дизайн-об'єктів засобами комп'ютерної графіки.	17 – 22
удент продемонстрував лише мінімально можливий допустимий рівень знань основних методів і прийомів комунікаційного дизайну, закономірностей сприйняття графічної та рекламної інформації, завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання виявлено чимало помилок, що засвідчує низький рівень знань матеріалу навчальної дисципліни.	11 – 16
удент виявив незадовільний рівень знання основних методів і прийомів комунікаційного дизайну, закономірностей сприйняття графічної та рекламної інформації, відсутність навичок використання художньо-виразних засобів зображення, завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання виявлено суттєві помилки, що засвідчує низький рівень знань матеріалу навчальної дисципліни.	0 – 10

6.6. Шкала відповідності оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками.
B	82-89	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок.
C	75-81	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності.
E	60-68	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)

FX	35-59	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ «КОМУНІКАЦІЙНИЙ ДИЗАЙН»

Разом: 180 год., лекції – 4 год., практичних – 44 год., самостійна робота – 90 год., МКР

– 12 год., семестровий контроль – 30 год., залік.

Модулі	Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2			
Назва модуля	<i>Дизайн візуальних комунікацій реклами</i>			<i>Проектування об'єктів комунікаційного дизайну</i>			
Кількість балів	82			97			
Лек., лаб/прак.	1			1			
Теми лекцій	Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії 1 б.			Концептуальна графіка 1 б.			
Теми практичних занять	Закони візуального сприйняття та оптичні ілюзії Створення концепції 10 +1 б.	Комунікаційний дизайн соціально-інформаційної реклами Білборд «Ландшафт.етно фестиваль» Информ. плакат 5 б.	Дизайн друкованої поліграфічної реклами Логотип «Ландшафт. енофестиваль» Знаки вказівні 5 б.	Створити концептуальний графічний власний бренд 10 +1 б.	Инфографіка як супровід дизайн-проектів Инфографікою влас. дизайну студії Персонал-символ дизайну студії 6 б.	Візуальна ідентифікація та ребрендинг громадських об'єктів 10 +3 б.	Інформаційно-рекламна продукція 10 +2 б.
Сам.робота	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.	5б.
Види поточ. контролю	Модульна контрольна робота 25 балів			Модульна контрольна робота 25 балів			
179 : 60 = 2,98 (коефіцієнт успішності) 224 : 3,73 + 40 = 100							
Екзамен (40 балів)							

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

1. Поліщук А.А. Теорія та практика графіки. : навч. пос. / Поліщук А.А. – К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. – 212 с.
- 2 . Рюбен П. Книга Політика дизайну. (Не зовсім) глобальний довідник із візуальної комунікації. ArtHuss. 2021. 192 с.
3. Тодорова О. Інновації в комунікаціях. Інтерконтиненталь-Україна. 2015. – 176 С.

Додаткові:

4. Brabham, Daren C.; Guth, Kristen L. (1 серпня 2017). The Deliberative Politics of the Consultative Layer: Participation Hopes and Communication as Design Values of Civic Tech Founders. Journal of Communication 67 (4): 445–475.
- Garret L. Visual design: a problem-solving approach. Michigan: R. E. Krieger Pub. Co., 1975.
5. Meggs, Ph. B. A history of graphic design. Michigan, Van Nostrand Reinhold, 1992.
6. Munari, Bruno. Design and visual communication. Chronicle Books, 2006

Інтернет джерела:

9. <https://mitec.ua/>
10. <https://cases.media/>