Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи
_____ О. Б. Жильцов
«____»_____2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютерна графіка в рекламі та PR: Візуальна комунікація

для студентів

спеціальності	**061 «Журналістика»**
рівня вищої освіти	***першого (бакалаврського)***
освітньої програми	***061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»***

Київ - 2024

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Код ЄДРПОУ 45307935
Програма № 3048/24
Начальник відділу моніторингу якості освіти
(підпис) (прізвище, ініціали)
«____» _____ 2024 р.

Розробник:
Дьяченко Роксолана Вікторівна, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, кандидат мистецтвознавства.

Викладач:
Дьяченко Роксолана Вікторівна, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, кандидат мистецтвознавства.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
Протокол № 1 від 17 січня 2024 року
Завідувач кафедри _____ Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю
____ _____ 2024 року
Гарант освітньо-професійної програми _____М. М. Нетреба

Робочу програму перевірено
___ _____ 2024 р.
Заступник декана факультету журналістики
з науково-методичної та навчальної роботи _____ В. Є. Сошинська

Пролонговано
на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «___»___20___ р., протокол № _____
на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «___»___20___ р., протокол № _____
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	основна	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	2/60	-
Курс	1	-
Семестр	2	-
Кількість змістових модулів з розподілом	2	-
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, в тому числі:	60	-
Аудиторні	28	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	28	-
Форма семестрового контролю	Залік	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: формувати теоретичну базу та практичні навички фахівця із реклами та зв'язків з громадськістю через ознайомлення і засвоєння базових положень науково-прикладної дисципліни «Комп'ютерна графіка в рекламі та PR: Візуальна комунікація», основних тенденцій розвитку галузі засобами сучасних інформаційних технологій, ввести їх у світ нових понять і термінів, розширити їх знання та вміння користуватися комплексом програмних засобів, пов'язаних з професійною діяльністю.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *інтегральну компетентність*: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов;
- розвивати *загальні компетентності* спеціальності:

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

- розвивати *фахові компетентності* спеціальності:

СК03. Здатність створювати медійний, рекламний та PR-продукт для вирішення завдань внутрішньої і зовнішньої комунікації

Фахові компетентності формуються у Центрі мультимедійних технологій та в Інформаційно-аналітичному центрі Інституту журналістики Університету Грінченка

3. Результати навчання за дисципліною

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких ***програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»*:**

РН-02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції

РН-05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

РН-08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

РН-15. Створювати грамотний медійний, рекламний та PR-продукт з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен:

- знати основні поняття та визначення пов'язані з поняттями «інформація» та «інформаційні технології»;
- володіти загальними відомостями про операційну систему Windows;
- знати стандартні програмні додатки Windows;
- знати програмні додатки Microsoft Office та технології підготовки документів;
- володіти технологіями обробки мультимедійних даних;
- застосовувати графічні редактори та інструментарій підготовки документів у них;
- розуміти особливості обробки графічних об'єктів растрової та векторної графіки;
- здійснювати ефективний пошук потрібної інформації в друкованих виданнях, інформаційних базах та мережі Internet;
- здійснювати ефективне управління інформацією для забезпечення комунікативного обміну та збереження створеної інформації;
- використовувати можливості програмного забезпечення (Windows, MS Word, MS PowerPoint, Adobe Photoshop, Illustrator) для реалізації прикладних професійних завдань;
- створювати та оформлювати, згідно вимог документи, презентації, та експозиційні матеріали.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

з/п	Назви змістових модулів і тем	Розподіл годин між видами робіт						
		Усього	Аудиторних	Лекцій	Лабораторних	Модульного контролю	Самостійної роботи	Підсумкового контролю
Модуль І. БАЗОВІ ОСНОВИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ								
1.	Основи кольорознавства	10	6	2	4		4	
2.	Основи шрифтових композицій	10	6	2	4		4	
3.	Композиція та візуальні ефекти	8	4		4		4	
	Модульна контрольна робота	2				2		
	Разом за модулем 1	**30**	**16**	**4**	**12**	**2**	**12**	
Модуль ІІ. ВІЗУАЛЬНІ ЗАСОБИ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ ТА PR								
4.	Візуальна комунікація в рекламі та PR	8	4	2	2		4	
5.	Планування та створення презентацій	8	4		4		4	
6.	Візуалізація даних в рекламі	6	2		2		4	
7.	Застосування візуальних засобів під час розроблення реклами	6	2		2		4	
	Модульна контрольна робота	2				2		
	Разом за модулем 2	**30**	**12**	**2**	**10**	**2**	**16**	
	Разом за навчальним планом	**60**	**28**	**6**	**22**	**4**	**28**	

5. Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ І.
БАЗОВІ ОСНОВИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ

Тема 1. Основи кольорознавства

Колірні моделі формування графічних зображень, особливості використання.

RGB як адитивна колірна модель, що описує спосіб синтезу кольору, за якою червоне, зелене та синє світло накладаються разом, змішуючись у різноманітні кольори. CMYK як субтрактивна колірна модель, використовується у поліграфії, перш за все, у багатофарбовому (повноколірному) друці. Lab як система задання кольорів, що використовує як параметри світлосилу, відношення зеленого до червоного та відношення синього до жовтого.

Тема 2. Основи шрифтових композицій.

Специфіка PR-роботи з цільовими групами громадськості по всім сферам застосування PR. Підготовка рекламного тексту: від ідеї до втілення. Різновиди шрифтів, та їх вплив на споживача.

Тема 3. Композиція та візуальні ефекти

Засоби створення і редагування цифрових композицій, а також створення різних візуальних ефектів. Спеціалізовані програми для створення і обробки растрових зображень в роботі ілюстраторів, у підготовці зображень до використання в рекламі або для друку на різних носіях, публікації в інтернеті.

Adobe Photoshop як графічний редактор. Інструментарій та особливості його використання. Стилізація графічних об’єктів і редагування їх властивостей.

Використання програми 3D-Моделі для створення різних рекламних проектів. Створення рекламних web сторінок за допомогою програми Figma.

Модуль ІІ.
ВІЗУАЛЬНІ ЗАСОБИ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ ТА PR

Тема 4. Візуальна комунікація в рекламі та PR

Основні поняття та визначення: поняття візуальні засоби, інформація, інформаційні ресурси, інформаційна система, інформаційні технології. Етапи розвитку інформаційних технологій та візуальних засобів.

Тема 5. Планування та створення презентацій

Підготовка матеріалів для публічного виступу. Принципи організації та налаштування презентації в програмі MS PowerPoint. Створення слайдової презентації портфоліо власних робіт засобами розролення комп’ютерних презентацій.

Тема 6. Візуалізація даних в рекламі

Утворення композиційних схем для різних за стильовими характеристиками варіантів інфографіки.

Презентація як рекламний або інформаційний інструмент, що дозволяє користувачеві активно взаємодіяти з ним через меню управління. Презентація зазвичай містить в собі текст, ілюстрації і витримана в єдиному графічному стилі.

Особливість презентації – інтерактивність, тобто створювана для користувача сучасними комп'ютерними засобами можливість взаємодії із зображенням.

Тема 7. Застосування візуальних засобів під час розроблення реклами

Характеристика різновидів реклами. Основи візуальної реклама в Україні. Телебачення, радіо, Інтернет. Комунікаційні, інформативні та змішані моделі впливу на аудиторію.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	1	1
Відвідування лабораторних занять	1	6	6	5	5
Робота на лабораторному занятті	10	6	60	5	50
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом	**184**		**98**		**86**
Максимальна кількість балів	**184**				
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: 184:100=1,84 Студент набрав: 165 балів Оцінка: 165:1,84 = 90 балів (А)				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль І. БАЗОВІ ОСНОВИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ

Самостійна робота 1

Підготувати інформаційне повідомлення на тему: «Сучасні Інтернет сервіси та їх практичне використання» (2 - 3 друковані стор.). Створити та оформити у Word документі додаткові інтегровані об'єкти (малюнки, кліпи, фігури, діаграми тощо).

Модуль ІІ. ВІЗУАЛЬНІ ЗАСОБИ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ ТА PR

Самостійна робота 2

Розглянути програмні забезпечення Adobe Photoshop та Illustrator.

Набути практичних навичок використання інтерфейсу графічних редакторів Adobe Photoshop та Illustrator. Зробити опис подібності та відмінності даних програм.

Критерії оцінювання самостійної роботи:

- володіння інформацією отриманою під час теоретичних занять;
- уміння поєднувати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- використання логічних доказових фактів та зрозумілої структури викладу інформації під час виконання письмового завдання.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Навчальні досягнення студентів із комплексної дисципліни «Комп'ютерна графіка в рекламі та PR: Візуальна комунікація» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100. Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом у вигляді електронного документу або презентації власного проєкту.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем у робочій програмі. Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 2, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на лекційних, лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Модульна контрольна робота № 1

Завдання: Розробити логотип для компанії / фірми / підприємства за наступними позиціями:

1) використати кольори за схемою поєднання «компліментарності»;
2) в логотипі використати один/два шрифти;
3) на слайді зробити опис/пояснення до вибору кольорів і шрифтів.

Результати презентувати у вигляді файлу Adobe Illustrator або JPEG.

Модульна контрольна робота № 2

Завдання: Розробити рекламу для сайту, використовуючи 3D модель (взявши її з програми 3D-моделі) за наступними позиціями:

1) використати різні шрифти і кольори;
2) використати один основний колір-фон;
3) використати композиційну схему за стильовими характеристиками варіантів інфографіки.

Результати презентувати у вигляді файлу Adobe Photoshop або JPEG.

Критерії оцінювання:

1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;

2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;

3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;

4) уміння наводити приклади зі сфери візуальної комунікації, ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами;

5) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;

6) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в практичній роботі, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;

7) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально 25 балами.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, модульні контрольні роботи. Підсумкове оцінювання знань студентів відбувається у формі заліку.

6.5. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	**Кількість балів**
відмінно	90-100
дуже добре	82-89
добре	75-81
задовільно	69-74
достатньо	60-68
незадовільно	0-59

7. Рекомендована література

Основна:

1. Білушак Т.М., Ярка У.Б. Інформатика та комп’ютерна техніка : навч. посіб. у 2-х частинах. Львів : Львівська політехніка, 2015. 200 с.
2. Брюханова Г. Комп'ютерні дизайн-технології : навч. посіб. Київ : ТОВ «Видавництво "Центр навчальної літератури"», 2019. 180 с.
3. Дибкова Л. М. Інформатика і комп’ютерна техніка : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. 4-те вид. Київ : Академвидав, 2012. 464 с.
4. Йоганнес Іттен. Мистецтво кольору: Суб’єктивний досвід і об’єктивне пізнання як шлях до мистецтва: навч. пос. : пер. із нім. С. Святенко. Київ : ArtHuss, 2022. 96 с.
5. Курбан О.В. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг. Київ : «Білий тигр», 2019. 148 с.
6. Льюрік Майкл, Томен Жан-Поль, Лайфер Ларрі. Дизайн - мисленневе життя : практ. посіб. : пер. з англ. О. Лісевич. Київ : ArtHuss, 2021. 256 с.
7. Мирошниченко В. О. Використання сучасних інформаційних технологій: формування мультимедійної компетентності : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 296 с.
8. Оґілві Девід. Про рекламу : пер. з англ. Д. Шостак. Київ : КСД, 2023. 240 с.
9. Оґілві Девід. Про рекламу. Харків : Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. 288 с .
10. Оновлений прогноз об’ємів рекламно-комунікаційного ринку України 2020. *Всеукраїнська рекламна коаліція* : вебсайт. URL: https://vrk.org.ua/news-events/2020/updated-market-volume-2020.html (дата звернення: 21.12.2023)
11. Прищенко С. Дизайн і реклама. Ілюстрований глосарій (основні терміни та поняття). Київ : Кондор , 2020. 208 с.
12. Про рекламу: Закон України від 03.07.96 р. № 270/96. *Відом. Верхов. Ради України.* 1996. № 39. ст. 181. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text. (дата звернення: 21.12.2023).
13. Сент-Клер Касія. Потаємне життя барв : пер. з англ. К. Сокульської. Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2022. 296 с.
14. Синепупова Н. Композиція: Тотальний контроль. Як створити дизайн без візуального сміття. Київ : ArtHuss, 2019. 240 с.
15. Таресенко Р. О., Гаріна С. М., Рабоча Т. П. Інформаційні технології : навч. посіб. / Кабінет міністрів України ; Національний аграрний ун-т. Київ : ТОВ “Алефа”, 2008. 312 с.
16. Удріс-Борадавко Н. Графічний дизайн з українським обличчям. Київ : ArtHuss, 2023. 204 с.

Додаткова

1. Вілер А. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю : пер. з англ. О. Лобастової. Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2021. 336 с.

2. Гелер С., Кваст С. Графічні стилі від вікторіанців до хіпстерів : пер. з англ. О. Журавльова, Д. Пінчук. Київ : ArtHuss, 2019. 296 с.
3. Гоффман Ґрег. Як створити емоцію. Уроки творчого лідерства Nike : пер. з англ. Ю. Лазаренко. Київ : Лабораторія, 2023. 272 с.
4. Гоффман Рід. Майстри масштабування. Неочевидні істини від найуспішніших підприємців світу : пер. з англ. Є. Кириченко-Годунов. Київ : Лабораторія, 2023. 320 с.
5. Лі Річ. Міфи про PR : пер. з англ. І. Семенюк. Харків : вид. «Ранок» : Фабула, 2020. 272 с.
6. Маєр Д. Workflow: Практичний посібник до творчого процесу : пер. з англ. О. Пелипенка, В. Федоренка. Київ : ArtHuss, 2020. 304 с.
7. Скляр І. В. Створюємо презентації. Power Point. Київ : Редакції загально-педагогічних газет, 2005. 112 с.
8. Чіп Кідд. Перше враження. Як відрізнити хороший дизайн від ; пер. з англ. М. Щербатюк. Харків : Віват, 2017. 144 с. : іл.
9. Шкандрій М. Авангардне мистецтво в Україні, 1910-1930: пам'ять за яку варто боротися : пер. з англ. І. Семенюк. Харків : ВД Фабула, 2023. 224 с. : іл.
10. Як працює Google : пер. з англ. Ю. Гордієнка. Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2022. 376 с. : іл.

Інформаційні ресурси

1. Adobe Photoshop — Навчання й підтримка. URL: https://www.adobe.com/ua/products/photoshop.html?promoid=PC1PQQ5T&mv=other (дата звернення: 24.12.2023).
2. Adobe Illustrator — Навчання й підтримка. URL: https://helpx.adobe.com/ua/support/illustrator.html?promoid=YSYYG8WM&mv=other (дата звернення: 24.12.2023).
3. Навички візуальної комунікації: навч. посіб. Київ : 2023. URL: https://worldscholarshub.com/uk/visual-communication-skills (дата звернення: 20.12.2023).
4. Що таке візуальна комунікація та як вона може радикально змінити ваші робочі процеси? URL: https://experience.dropbox.com/uk-ua/resources/what-is-visual-communication (дата звернення: 20.12.2023).

8. Навчально-методична картка дисципліни «Комп'ютерна графіка в рекламі та PR: Візуальна комунікація»

Разом: **60 год.**, з них: лекційні – 6 год., лабораторні – 22 год., модульний контроль – 4 год., самостійна робота – 28 год.

Модулі	Модуль I			Модуль II			
Назва модуля	**БАЗОВІ ОСНОВИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ**			**ВІЗУАЛЬНІ ЗАСОБИ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ ТА PR**			
Кількість балів за модуль	98			86			
Лекції	відвідування – 2 б., з них:			відвідування – 1 б., з них:			
Теми лекцій	Основи кольорознавства – 1 б.	Основи шрифтових композицій – 1 б.		Візуальна комунікація в рекламі та PR – 1 б.			
Теми лабораторних занять	Основи кольорознавства – 2 б.+20 б.	Основи шрифтових композицій – 2 б.+20 б.	Композиція та візуальні ефекти – 2 б.+20 б.	Візуальна комунікація в рекламі та PR – 1 б.+10 б.	Планування та створення презентацій – 2 б.+20 б.	Візуалізація даних в рекламі – 1 б.+10 б.	Застосування візуальних засобів під час розроблення реклами – 1 б.+10 б.
Самостійна робота	5 б.			5 б.			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			Модульна контрольна робота 2 (25 балів)			
Підсумковий контроль	залік						