



Косівський інститут прикладного та декоративного мистецтва ЛНАМ

Кафедра	Дизайн	Рівень вищої освіти	1-й
Галузь знань	02 Культура і мистецтво	Рік навчання	4
Спеціальність	022 Дизайн	Вид дисципліни	Нормативна
Спеціалізація	022.01 Графічний дизайн	Семестр	7

### Дизайн візуальних комунікацій

Семестр 7

**Викладач** Андрейканіч Андрій Іванович  
**E-mail** [hoku1966@meta.ua](mailto:hoku1966@meta.ua)

#### Консультації

**Адреса** к. 15, поверх 2, вул. Міцкевича, 2  
**Викладач** Андрейканіч Андрій Іванович

#### КОМУНІКАЦІЯ З ВИКЛАДАЧЕМ

Заняття та консультації з викладачем у стінах інституту відбуваються згідно розкладу у визначені дні та години. Поза заняттями офіційним каналом комунікації з викладачем є листування електронною поштою. В разі необхідності додаткової консультації, ескізи робіт студентів можуть бути надіслані на пошту викладача.

#### ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовою для вивчення дисципліни «Дизайн візуальних комунікацій» на четвертому курсі є певний обсяг знань з фундаментальних дисциплін таких як: «Рисунок», «Композиція/Кольорознавство», «Основи комп'ютерної графіки», «Шрифти та типографіка», «Комунікативний дизайн», «Ілюстрування друкованої продукції», «Фотографія».

#### НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

*Методичні матеріали*

1. Візуальний методичний матеріал з методичного фонду кафедри.

## **НЕОБХІДНЕ ОБЛАДНАННЯ**

Альбом для ескізів, олівець. Комп'ютерна техніка (ноутбук, планшет, цифрова фотокамера тощо) з можливістю виходу до мережі Інтернет. Комп'ютерні програми, необхідні для виконання завдань у векторній та растровій графіці.

## **МЕТА Й ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

Мета учбової дисципліни формування системного уявлення про теорії і практики інформаційного дизайну; освітлення можливостей сучасних технологій в організації комунікаційних процесів; основних параметрах професійної компетентності сучасного фахівця у сфері технологій комунікації.

### **Завдання дисципліни**

1. ознайомити з характеристиками, тенденціями розвитку візуальної комунікації;
2. вивчити способи організації і представлення електронної інформації, бачо надаються сучасними технологіями;
3. виробити чітке уявлення про реалії, у тому числі, новітні у візуальній інтернет-комунікації;
4. продемонструвати ефективні парадигми використання візуальної інтернет комунікації в різних сферах;
5. надати можливість для формування індивідуального напряму досліджень і практичної роботи у сфері візуальної комунікації кожному студентові.

### **Дисципліна формує фахові компетентності (ФК)**

1. Здатність володіти фаховою термінологією, теорією і методикою дизайну.
3. Базова здатність до образного та асоціативного мислення, розуміння та застосування критеріїв естетичної оцінки.
4. Здатність здійснювати творчу діяльність на базі професійних знань та навичок, демонструвати розвинену творчу уяву, використовувати власну образно-асоціативну, стилістичну та пластичну мову.
7. Здатність створювати та реалізовувати власні дизайнерські концепції у практичній діяльності, аргументовані знанням художніх стилів різних епох та володінням класичними та сучасними технологіями.
8. Здатність володіти навичками використання сучасних програм із комп'ютерної графіки для створення об'єктів графічного дизайну.
9. Здатність володіти відповідними технологічними засобами для виконання ескізу, проекту, макету.
10. Здатність інтегрувати професійні знання та навички і використовувати їх в процесі створення художнього образу у графічному дизайні.
14. Здатність володіти основами конструювання літер, каліграфії, акцидентної та набірної типографіки для вирішення професійних дизайнерських задач.
17. Здатність адаптувати творчу діяльність до вимог і умов споживача.

**Програмні результати навчання**

На підставі набутих фахових компетентностей випускник має демонструвати знання та навички з мистецької та освітньої діяльності:

1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність), демонструвати розвинуту творчу уяву.
4. Розуміти соціальну відповідальність дизайнера та вирішувати у своїх проектах актуальні соціально-культурні проблеми.
5. Застосовувати практичні навички з проектування та технологій виготовлення об'єктів дизайну у професійній діяльності.
7. Використовувати власну образно-асоціативну, стилістичну та пластичну мову.
9. Використовувати знання візуальної комунікації, основ маркетингу, шрифтів, основ композиції для проектування різноманітних об'єктів графічного дизайну (системи візуальної комунікації, пакування, інфографіка, книжкові видання, рекламна продукція).
10. Знаходити образне вирішення та аналізувати функціональне призначення графічного проекту.

**ОПИС І СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ**

Навчальним планом підготовки бакалаврів денної форми навчання, викладання дисципліни «Інфографіка» передбачено у 7 семестрі в обсязі 5 кредитів ECTS (150 годин).  
Із них: лекцій - 4 годин, практичних занять - 86 годин, самостійної роботи 60 годин.  
Структура дисципліни містить 2 теми та складається з 2-х модулів:

**7 СЕМЕСТР** містить 2 теми:

**Тема 1.** Створення серії фірмових знаків або емблем (пиктограм) на тематику відділів КІПДМ.

**Тема 2.** Створення фірмового стилю для підприємства, громадської установи, магазину тощо.

**ФОРМАТ ДИСЦИПЛІНИ**

Теми завдань розкриваються шляхом лекційних та практичних занять. Самостійна робота студентів спрямована на завершення практичних завдань. Зміст самостійної роботи складає пошук додаткової інформації та її аналіз, виконання ескізів та оригіналів.

**ФОРМАТ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ**

Формою контролю є залік. Для отримання семестрової оцінки необхідно пройти рубіжні етапи контролю у формі модульних переглядів результатів виконання практичних завдань студентів.

**ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		Екзамен, курсовий проект (робота), практика	залік
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		

64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## ПРАВИЛА ВИКЛАДАЧА

Під час занять необхідно вимкнути звук мобільних телефонів як студентам, так і викладачу. За необхідності студент має запитати дозволу вийти з аудиторії.

Вітається власна думка за темою заняття, креативність студента, аргументоване відстоювання позиції та толерантне відношення до колег.

## ПОЛІТИКА ВІДВІДУВАНOSTІ

Пропускати заняття без поважних причин недопустимо (причини пропуску мають бути підтвержені). Запізнення на заняття не вітаються. Якщо студент пропустив певну тему, він повинен самостійно відпрацювати її та на наступному занятті відповісти на ключові питання.

## АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

Студенти зобов'язані дотримуватися правил академічної доброчесності (під час композиційного пошуку рішення теми, виконанні ескізів та оригіналів). Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Якщо під час рубіжного контролю помічені елементи плагіату, студент втрачає право отримати бали за виконане завдання.

**Корисні посилання:** <https://законодавство.com/zakon-ukrajiny/stattya-akademichna-dobrochesnist-325783.html>

<https://saiup.org.ua/novyny/akademichna-dobrochesnist-shho-v-uchniv-ta-studentiv-na-dumtsi/>

## КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ.

Дата	Тема	Вид заняття	Зміст	Годин	Рубіжний контроль	Деталі
<b>Модуль 1. Дизайн візуальних комунікацій: основні поняття та особливості.</b>						
<b>Змістовий модуль 1.</b>						
<b>Створення серії фірмових знаків або емблем (пиктограм) на тематику відділів КІПДМ.</b>						
	1	лекція	Серія фірмових знаків чи емблем (пиктограм). Вибір засобу відображення фірмового знака або емблеми. (Монограма, словосполучень -ня, зображувальний знак, СИМВОЛ,	2		

			стилізоване зображення і ін.)			
	1.2	практичні	Робота над ескізами серії фірмових знаків або емблем (піктограм).	20	Затвердження ескізу шаблону	Робота ведеться олівцем
	1.3	практичні	Виконання серії фірмових знаків або емблем (піктограм) за допомогою растрової чи векторної графіки.	10	Модульний перегляд	Робота ведеться на ПК
<b>Модуль II. Головні закономірності рекламно-інформаційної візуалізації.</b>						
<b>Змістовий модуль 2.</b>						
<b>Створення фірмового стилю для підприємства, громадської установи, магазину тощо.</b>						
	2	практичні	Індивідуальний вибір об'єкту та ім'я компанії.	2		
	2.1	практичні	Збір матеріалу.	6		Робота ведеться олівцем
	2.2	лекція	Логотип (товарний знак), як основний атрибут фірмового стилю.			
	2.3	практичні	Ескізування логотипа.	8	Затвердження ескізу шаблону	Робота ведеться олівцем
	2.4	практичні	Підбір кольорової гами.	2		Робота ведеться на ПК
	2.5	практичні	Визначення/створення шрифтово-інформаційної системи.	4	Поточний перегляд	
	2.6	практичні	Створення обов'язкових атрибутів фірмового стилю з використанням власного логотипа (товарного знака).	16		Робота ведеться на ПК
	2.7	практичні	Створення на вибір додаткових атрибутів фірмового стилю з використанням власного логотипа (товарного знака).	10	Поточний перегляд	Робота ведеться на ПК
	2.8	практичні	Створення зовнішньої реклами фірмового стилю з	4		Робота ведеться на ПК

			використанням власного логотипа (товарного знака).			
	2.9	практичні	Виконання проектної частини фірмового стилю.	4	Модульний перегляд	Робота ведеться на ПК

### РОЗПОДІЛ БАЛІВ

Тема	Форма звітності	Бали
1	Модульний перегляд	0–40
2	Модульний перегляд	0–60
	Всього балів	100

### КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

**90–100 балів** («відмінно» за національною шкалою, **A** — за шкалою ECTS) може отримати студент, який в повному обсязі опанував матеріал практичного та теоретичного курсу, творчо підійшов до виконання завдань, логічно побудував і професійно виконав усі завдання, надав додаткові варіанти за відповідними темами, крім того, брав участь та переміг (посів 1–3 місце) у міжнародних або усеукраїнських конкурсах та акціях, студентських олімпіадах чи наукових конференціях з мистецтва або дизайну.

**82–89 балів** («добре» за національною шкалою, **B** — за шкалою ECTS) отримує студент, який добре опанував матеріал практичного та теоретичного курсу, вчасно та якісно справився з усіма поставленими завданнями, творчо підійшов до виконання цих завдань, але при цьому зробив декілька незначних помилок.

**75–81 балів** («добре» за національною шкалою, **C** — за шкалою ECTS) отримує студент, який в цілому добре опанував матеріал практичного та теоретичного курсу, вчасно та якісно справився з більшістю поставлених завдань, достатньо творчо підійшов до виконання цих завдань, але при цьому виконана робота мала значні недоліки.

**64–74 балів** («задовільно» за національною шкалою, **D** — за шкалою ECTS) отримує студент, який не в повному обсязі опанував матеріал практичного та теоретичного курсу, справився з переважною більшістю поставлених завдань або виконав усі завдання на недостатньо професійному рівні, при цьому виконана робота мала значні недоліки (неохайність виконання, відсутність творчого підходу тощо).

**60–63 балів** («задовільно» за національною шкалою, **E** — за шкалою ECTS) отримує студент, який в недостатньому обсязі опанував матеріал практичного та теоретичного курсу, справився з основними з поставлених завдань, але при цьому виконана робота має багато значних недоліків (неохайність виконання, відсутність творчого підходу, невчасна подача виконаної роботи тощо).

**35–59 балів** («незадовільно» за національною шкалою, **FX** — за шкалою ECTS) отримує студент, який не впорався із головними задачами дисципліни, тобто не опанував більшість тем практичного та теоретичного курсу, пропускав заняття без поважних причин, допустив значну кількість суттєвих помилок при виконанні завдань. Про відсутність належних знань свідчать незадовільні підсумки поточного перегляду. У цьому випадку для одержання оцінки потрібна значна додаткова робота для виконання усіх завдань дисципліни відповідно програми курсу і повторна перездача.

**1–34 балів** («незадовільно» за національною шкалою, **F** — за шкалою ECTS) отримує студент, який не володіє знаннями з усіх модулів дисципліни, не виконав програми курсу

і, відповідно, не впорався з поточними перевітками та не склав екзаменаційного перегляду. В цьому випадку передбачений обов'язковий повторний курс навчання.

## СИСТЕМА БОНУСІВ

Передбачено додаткові бали за мистецьку активність студента під час навчання: участь у всеукраїнських художніх виставках, конкурсах та олімпіадах. Максимальна кількість балів: 10.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна література.

1. Гусакова Л. И. Визуальные коммуникации. Элементы информативной экотуристической среды/ Гуманитарные научные исследования. 2013. № 5 [электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2013/05/3119>
2. Ефимов А. В., Лазарева М. В., Шимко В. Т. Архитектурно – дизайнерское проектирование. Специальное оборудование интерьера. Учебное пособие. – М.: «Архитектура – С», 2008. – 136 стр., илл.
3. Кузнецова Е. Ю., Белико Т. В. Анализ дизайна визуальной коммуникации в комплексном процессе проектирования бренда: [электронный ресурс]. Журнал «Известия Самарского научного центра Российской академии наук». Выпуск № 2-2/ том 16/ 2014. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-dizayna-vizualnoy-kommunikatsii-v-kompleksnom-protse-ssse-proektirovaniya-brenda#ixzz4gjlwIeLOS>
4. Родькин П. Визуальные коммуникации – это? – 2010: [электронный ресурс]. – URL: [www.prdesign.ru/text/2010/visualcommunication](http://www.prdesign.ru/text/2010/visualcommunication), свободный.
5. Сабаноква С. Х. Стереотипы зрительного восприятия в рекламной коммуникации: [электронный ресурс]. Журнал «Актуальные вопросы экономических наук». Выпуск № 25-1/ 2012. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/stereotipy-zritel'nogo-vo-spriyatiya-v-reklamnoy-kommunikatsii#ixzz4gjjb202f>
6. Седова М. И. Изображение и текст/ под рук. д. фил. н., проф. М.Я.Блох: [электронный ресурс]. Журнал «Вестник Череповецкого государственного университета». Выпуск № 1 (46)/ том 2/ 2013. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/izobrazhenie-i-tekst#ixzz4gjjC0Ofp58>
7. Ягодкина М. В., Иванова А. П., Шёнлебен (Сластушинская) М. М. Реклама в коммуникационном процессе/ Учебное пособие. Стандарт третьего поколения: Издательский дом «Питер»: – 304 с.

### Додаткова література

1. Визуальные коммуникации. – 2012: [электронный ресурс]. – URL: <http://www.advertopedia.ru/index/show-article?id=77>, свободный.
2. Визуальные коммуникации. – 2011: [электронный ресурс]. – URL: <http://infographer.ru/dik/>
3. Понятие визуальной коммуникации и ее инструментальные средства: [электронный ресурс]. URL: <http://naimian.narod.ru/index/0-2>, свободный.
4. Реклама: понятие, сущность. Цель, задачи, функции рекламы. Классификация видов, средств и форм рекламной деятельности: [электронный ресурс]. Дата обновления: 14.03.2014. – URL: <http://internet-59.advance.ru/osnovy-reklamy/reklama-ponyatie-sushhnost-tsel-zadachi-funktsii-reklamy/>, свободный.

5. Сила визуальной коммуникации: [электронный ресурс]. Дата обновления: 14.03.2014. – URL: <http://lpgenerator.ru/blog/2014/05/14/silavizualnoj-kommunikacii/#ixzz4YFAbKRPr>, свободный.
6. Современный язык визуальных коммуникаций: [электронный ресурс]. URL: <http://www.studfiles.ru/preview/6274338/page:3>, свободный.