

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені М.П.ДРАГОМАНОВА**

**“ЗАТВЕРДЖЕНО”**

Декан факультету педагогіки і психології

\_\_\_\_\_ Т.О.Олефіренко

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

**вибіркової навчальної дисципліни**

**ГРАФІЧНИЙ ПРАКТИКУМ**

освітнього ступеня бакалавр  
галузь знань 02 Культура і мистецтво  
спеціальності 023 Образотворче мистецтво, декоративне  
мистецтво і реставрація  
шифр за навчальним планом ВВ2.3.6

Робоча програма розроблена на підставі навчальної програми “Графічні технології реклами”, затвердженої на засіданні Вченої ради НПУ імені М. П. Драгоманова від “\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ року, протокол №\_\_\_\_.

Розробники програми: Сова О.О., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри образотворчого мистецтва НПУ імені М. П. Драгоманова

Затверджено на засіданні кафедри образотворчого мистецтва

“\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ року, протокол № \_\_\_\_\_

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
(підпис) (Шевнюк О.Л.)  
(прізвище та ініціали)

**Опис дисципліни**  
**Шифр дисципліни ВВ1.3**

Загальні характеристики дисципліни	Навчальне навантаження з дисципліни		Методи навчання і форми контролю
Галузь знань 02 Культура і мистецтво	Кількість кредитів - 3		Методи навчання пояснювально-ілюстративний мультимедійний практичний творче завдання
Спеціальність 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація	Загальна кількість годин		
	<i>Денна - 90</i>	<i>Заочна</i>	
Освітній рівень: бакалавр	Лекції		
	<b>2</b>		
Вибіркова	Семінарські (практичні) заняття		
	<b>32</b>		
Рік вивчення дисципліни за навчальним планом – 4	Лабораторні заняття		Форми поточного контролю  оцінювання практичних завдань
	Індивідуальні заняття		
Семестр – 7			
	Самостійна робота		
Тижневе навантаження (год) аудиторне – 2 самостійна робота- 3	<b>252</b>		Форма підсумкового контролю залік
	Співвідношення аудиторних годин і годин СРС		
Мова навчання - українська	<b>1:1,7</b>		

**Предмет вивчення навчальної дисципліни**

Засоби художньої виразності прикладних графічних творів рекламного призначення та сучасні технології їх практичного виготовлення.

**Міждисциплінарні зв'язки** – колористика, історія образотворчого мистецтва, композиція.

**Мета і завдання навчальної дисципліни**

**Мета:** формування готовності до створення прикладних графічних творів рекламного призначення та до навчання образотворчого мистецтва.

**Завдання:** ознайомлення з основними складовими корпоративної ідентичності компанії та сучасними тенденціями в оформленні об'єктів айдентики; засвоєння конструктивних та композиційних закономірностей побудови творів прикладної графіки рекламного призначення та засобів їх виразності.

Навчальний матеріал дисципліни, зміст практичних занять, критерії та порядок оцінювання та додаткова інформація розміщені на веб-сайті курсу за посиланням <https://moodle.npu.edu.ua/course/view.php?id=4663>

## II. Основні результати навчання та компетентності, які вони формують

№з/п	Компетентності	Програмні результати навчання
1	K17. Здатність інтегрувати смисли та засоби їх втілення у мистецькому творі.	ПР01. Застосовувати комплексний художній підхід до створення цілісного образу
2	K15. Володіти різними техніками та технологіями роботи у відповідних матеріалах.	ПР04. Орієнтуватися в розмаїтті сучасних програмних та апаратних засобів, використовувати знання і навички роботи з фаховим комп'ютерним забезпеченням.
3	K13. Розуміти базові теоретичні та практичні закономірності створення цілісного продукту предметного-просторового та візуального середовища, володіти основними класичними та сучасними категоріями та концепціями мистецтвознавчої науки.	ПР06. Застосовувати знання з композиції, розробляти формальні площинні, об'ємні та просторові композиційні рішення і виконувати їх у відповідних техніках і матеріалах.
		ПР07. Відображати морфологічні, стильові та кольоро-фактурні властивості об'єктів образотворчого і декоративного мистецтва.
4	K16. Генерувати авторські новаційні пошуки в практику сучасного мистецтва.	ПР08. Аналізувати, стилізувати, інтепретувати та трансформувати об'єкти (як джерела творчого натхнення) для розроблення композиційних рішень; аналізувати принципи морфології об'єктів живої природи, культурно-мистецької спадщини і застосовувати результати аналізу при формуванні концепції твору та побудові художнього образу
5	K09. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.	ПР13. Усвідомлювати важливість виконання своєї частини роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності.
6	K18. Здатність адаптувати творчу (індивідуальну та колективну) діяльність до вимог і умов споживача.	
7	K14. Здатність формулювати цілі особистісного і професійного розвитку та умови їх досягнення, враховуючи тенденції розвитку галузі професійної діяльності, етапів професійного зростання та індивідуально-особистісних особливостей.	

## III. Тематичний план дисципліни

На вивчення дисципліни відводиться 3 кредитів ЄКТС 90 год.

№ з/п	Назви модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)					Кількість годин (заочна форма навчання)				
		Ауд	Лекц	Практ (сем)	Лаб	СРС	Ауд	Лекц	Практ	Лаб	СРС
	<b>Модуль 1. Айдентика як мистецтво і як візуальна основа бізнесу.</b>	<b>34</b>	<b>2</b>	<b>32</b>		<b>56</b>					
1	Тема 1. Поняття корпоративної ідентичності. Художньо-графічні елементи індивідуалізації компанії або закладу.	2	2			6					
2	Тема 2. Розробка проекту фірмового стилю конкретної компанії або закладу. Особливості роботи над творчим проектом. Пошук виразного художнього образу.	2		2		10					
3	Логотип (фірмовий знак-емблема)	4		4		8					
4	Візитівка	4		4		10					
5	Рекламний плакат	8		8		12					

5	Сувенірна продукція компанії.	8		8		12				
6	Рекламна упаковка.	6		6		10				
<b>Разом за курс:</b>		<b>34</b>	<b>2</b>	<b>32</b>		<b>56</b>				

#### IV. Зміст дисципліни

№ з/п	Зміст модулів	Кількість годин	
		Всього	Лекцій
1	<b>Модуль 1. Айдентика як мистецтво і як візуальна основа бізнесу.</b>	34	2
	<p><b>Тема 1. Поняття корпоративної ідентичності. Художньо-графічні елементи індивідуалізації фірми або закладу.</b></p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p><b>Тема 2. Розробка проекту фірмового стилю конкретної компанії або закладу. Особливості роботи над творчим проектом. Пошук виразного художнього образу.</b></p> <p>Особливості 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.</p> <p>Рекомендовані інформаційні джерела</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Айдентика. КАК Проект, Grey Matter М.: КАК Проект, Grey Matter М, 2014. 512с.:ил.</li> <li>2. Афенченко Г. В., Богоявленський О. В., Верлока В. С., Жердев М. Д., Наумова О. Е. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Українська держ. академія залізничного транспорту. Х. : УкрДАЗТ, 2007.</li> <li>3. Куценко М. Основи графічного дизайну. К.: Кондор, 2006.</li> <li>4. Пастырь И.В. Креативность познания композиции изобразительного искусства.Пособие. Измаил, 2005.</li> </ol> <p>Електронні джерела</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. <a href="https://euprostitir.org.ua/courses/128216">https://euprostitir.org.ua/courses/128216</a></li> <li>6. <a href="https://www.logaster.com.ua/blog/what-is-visual-identity/">https://www.logaster.com.ua/blog/what-is-visual-identity/</a></li> <li>7. <a href="https://say-hi.me/design/graphic-design/chto-takoe-ajdentika.html">https://say-hi.me/design/graphic-design/chto-takoe-ajdentika.html</a></li> <li>8. <a href="https://in-scale.ru/blog/ajdentika-brenda">https://in-scale.ru/blog/ajdentika-brenda</a></li> <li>9. <a href="https://triza-media.ru/blog/dizayn/284/">https://triza-media.ru/blog/dizayn/284/</a></li> </ol>	30	2
	<b>Разом за курс:</b>	<b>34</b>	<b>2</b>

#### 4.2. Плани лабораторних занять

№ п/п	Завдання	
	<b>Модуль 1. Айдентика як мистецтво і як візуальна основа бізнесу</b>	<b>34</b>
1	<b>Тема 1. Поняття корпоративної ідентичності. Художньо-графічні елементи індивідуалізації фірми або закладу.</b> Розробити емблему, знак, логотип обраної фірми або організації. Поєднавши стилізовані та спрощені зображення предметних форм з художнім написом, створити графічний знак-емблему організації та візитівку його працівника.	2
2	<b>Тема 2. Особливості роботи над творчим проектом. Пошук виразного художнього образу.</b> <i>Завдання 1.</i> Виконати проектування фірмового стилю конкретної компанії, організації або закладу з урахуванням концепції їх діяльності (ескізи). Вибрати відповідні графічні, колірні, ритмічні, пластичні та стилістичні прийоми оформлення.	2
3	<b>Логотип (фірмовий знак-емблема)</b> Робота над емблемою та логотипом. Композиційна організація графічних елементів. Засоби виразності та колірне вирішення. Збагачення і розвиток ескізного задуму в процесі роботи над елементами композиції. <i>Завдання 2.</i> Розробити емблему, знак, логотип обраної компанії. Поєднавши стилізовані та спрощені зображення предметних форм з художнім написом, створити графічний знак-емблему організації.	4
4	<b>Візитівка</b> Створення візитної картки. Організація графічних складових композиції (логотип, текст, декор). Засоби виразності та колірне вирішення. Особливості підготовка до друку з урахуванням техноогії (шовкотрафарет, повноколірний друк - модель СМҮК). <i>Завдання 3.</i> Спроекувати макет візитівки працівника компанії. Поєднавши стилізовані та спрощені зображення предметних форм з художнім написом розробити макет візитівки працівника обраної організації.	4
5	<b>Рекламний плакат</b> Особливості роботи над дизайном макету плакату (рекламного календарю). Композиційна гармонізація графічних складових. Засоби виразності та колірне вирішення. Особливості підготовка файлів до друку. Колірні моделі та їх призначення – RGB, СМҮК, Pantone). <i>Завдання 4.</i> Створити макет рекламного плакату обраної компанії. Підібрати відповідні графічні, колірні, ритмічні, пластичні та стилістичні прийоми оформлення дизайн-макету. Підготувати файл для друку.	8
6	<b>Сувенірна продукція компанії</b> Розробка єдиного дизайну оформлення сувенірної продукції компанії (рекламна канцелярія: ручка, олівець, блокнот, конверт, бланк; рекламна чашка; електронний носій: флешка, CD-диск тощо). Гармонізація графічних складових композиції рекламних виробів. Образність та стильова єдність в оформленні документації фірми, рекламної та сувенірної продукції. <i>Завдання 5.</i> Змакетувати дизайн сувенірної продукції обраної компанії з дотриманням стильової єдності в оформленні.	8
7	<b>Рекламна упаковка</b> Проектування рекламної упаковки (рекламна коробка, пакет, кульок тощо). Технічні особливості виконання макету. Відповідність стильовій єдності айдентичі компанії. <i>Завдання 6.</i> Розробити дизайн-макет упаковки для сувенірної продукції обраної компанії. Підготувати файл для друку. Підготувати елементи айдентики компанії для презентації.	6
	<b>Разом</b>	<b>34</b>

#### Рекомендовані інформаційні джерела

1. Айдендика. КАК Проект, Grey Matter М.: КАК Проект, Grey Matter М, 2014. 512с.:ил.
2. Афенченко Г. В., Богоявленський О. В., Верлока В. С., Жердев М. Д., Наумова О. Е. 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.

#### Електронні джерела

1. <https://euprostit.org.ua/courses/128216>
2. <https://www.logaster.com.ua/blog/what-is-visual-identity/>
3. <https://say-hi.me/design/graphic-design/chto-takoe-ajdentika.html>
4. <https://in-scale.ru/blog/ajdentika-brenda>
5. <https://triza-media.ru/blog/dizayn/284/>

### 4.3. Організація самостійної роботи студентів

№ п/п	Завдання	Форми звітності
	<b>Модуль 1. Айдендика як мистецтво і як візуальна основа бізнесу.</b>	
1	Ескізування проекту фірмового стилю конкретної фірми, організації або закладу з урахуванням концепції їх діяльності..	Оцінка робіт
2	Розробка емблеми, знаку, логотипу обраної фірми або організації	Оцінка робіт
3	Виконання візитівки його працівника	Оцінка робіт
4	Рекламний плакат. Приведення всіх елементів до масштабної, ритмічної та стильової відповідності.	Оцінка робіт
5	Сувенірна продукція. Композиційна організація елементів фірмового стилю на всіх видах продукції.	Оцінка робіт
6	Розробка макету рекламної упаковки.	Оцінка робіт
7	Виконати друк елементів фірмового стилю. Підготувати елементи айдентики компанії для презентації.	Оцінка робіт

#### Рекомендовані інформаційні джерела

1. Айдендика. КАК Проект, Grey Matter М.: КАК Проект, Grey Matter М, 2014. 512с.:ил.
2. Афенченко Г. В., Богоявленський О. В., Верлока В. С., Жердев М. Д., Наумова О. Е. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Українська держ. академія залізничного транспорту.Х. : УкрДАЗТ, 2007.
3. Геллер С., Кваст С. Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів пер. з англ. Журавльова О., Пінчук Д. Київ: ArtHuss, 2019. 296 с.
4. Геральдика мира О. И. Бортник, И. В. Резько. Минск : Харвест, Г37 2008. 240 с. : ил.
5. Емброуз Г., Оно-Білсон Н. Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова. пер з англ. Л.Базь, Р. Дзюба, Т. Кривояз. Київ: ArtHuss, 2019. 191с.
6. Куценко М. Основи графічного дизайну. К.: Кондор, 2006.
7. Пастырь И.В. Креативность познания композиции изобразительного искусства.Пособие. Измаил, 2005.

#### Електронні джерела

1. <https://euprostit.org.ua/courses/128216>
2. <https://www.logaster.com.ua/blog/what-is-visual-identity/>
3. <https://say-hi.me/design/graphic-design/chto-takoe-ajdentika.html>
4. <https://in-scale.ru/blog/ajdentika-brenda>
5. <https://triza-media.ru/blog/dizayn/284/>

## V. Контроль якості знань студентів

### 5.1.Форми і методи поточного контролю

	Бали
<b>IV курс – 7семестр</b>	
Поточні завдання - графічний знак-емблема організації та візитівка	30
Підсумкова творча робота – розробка стилістично єдиного проекту рекламної продукції	70
<b>Поточний рейтинговий бал</b>	<b>100</b>
<b>Залік – поліграфічне виконання елементів фірмового стилю</b>	<b>100</b>

### 5.2. Форми і методи підсумкового контролю

№п/п	семестр	Вид навчальної діяльності	Кількість балів
1	7 сем.	Поточний рейтинговий бал- Залік	<b>100</b>

КРИТЕРІЙ ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНО-ТВОРЧИХ РОБІТ				
	5 балів	4 бали	3 бали	0 балів
Змістова повнота й оригінальність навчально-творчої роботи 33,3%	Ідея навчально-творчої роботи повністю відповідає змісту завдання, є художньо виразною та цілісною, самостійною та інформативною	Ідея навчально-творчої роботи відповідає змісту завдання, є досить виразною та інформативною, містить елементи оригінальності	Ідея навчально-творчої роботи частково відповідає змісту завдання, є маловиразною й малоінформативною, що ґрунтується на існуючих зразках	Ідея навчально-творчої роботи не відповідає змісту завдання або є невиразною та шаблонною
Образотворча грамотність навчально-творчої роботи 33,3%	Студент застосовує закони і прийоми композиції (єдність, контраст, баланс, рух, домінанта, ритм тощо), колірні гармонії, використовує образотворчі техніки з майстерністю	Студент частково застосовує закони і прийоми композиції (єдність, контраст, баланс, рух, домінанта, ритм тощо), колірні гармонії, використовує образотворчі техніки з достатнім вмінням	Студент застосовує закони і прийоми композиції, колірні гармонії та використовує образотворчі техніки на елементарному рівні	Студент ігнорує закони і прийоми композиції, колірні гармонії, не володіє образотворчими техніками
Презентація 33,3%	Студент дотримується послідовності виконання всіх стадій навчально-творчого завдання, результат роботи характеризується акуратністю та контролем за процесом	Студент загалом дотримується послідовності виконання всіх стадій навчально-творчого завдання, поодинокі моменти неакуратної роботи не впливають на загальне художнє враження	Студент слабо опанував послідовності виконання всіх стадій навчально-творчого завдання, неконтрольованість і неакуратність процесів заважає художньому сприйманню кінцевого результату	Студент ігнорує грамотну послідовність виконання всіх стадій навчально-творчого завдання, робота виконано неакуратно та поза творчим контролем

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
<b>90 – 100</b>	<b>A</b>	відмінно	зараховано
<b>80-89</b>	<b>B</b>	добре	
<b>70-79</b>	<b>C</b>		
<b>65-69</b>	<b>D</b>	задовільно	
<b>60-64</b>	<b>E</b>		
<b>35-59</b>	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
<b>0-34</b>	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни



**VI. Навчально-методична карта дисципліни „Графічний практикум”**  
 Всього 90 год., самостійна робота – 56 год., лекції – 2 год., практичні – 32 год.

**VII семестр**

Тиждень	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Модулі	<b>МОДУЛЬ 1</b>																
Лекції																	
Дати																	
Теоретичні розділи	<b>Айдентика як мистецтво і як візуальна основа бізнесу</b>																
Теми лекцій	Поняття корпоративної ідентичності. Художньо-графічні елементи індивідуалізації компанії або закладу. Художнє проектування графічних творів рекламного призначення. Засоби виразності.																
Лабораторні заняття	Розробити емблему, знак, логотип обраної фірми або організації та візитівку			Виконати проектування фірмового стилю конкретної фірми, організації або закладу з урахуванням концепції їх діяльності. Вибрати відповідні графічні, колірні, ритмічні, пластичні та стилістичні прийоми оформлення. Композиційно організувати елементи фірмового стилю. Виходячи з конкретних завдань рекламодавця, розробити макет інформаційного буклету, рекламний плакат та календар, що рекламують їх послуги. Стилiстично об'єднати усі елементи.													
Самостійна робота	Ескізування компонентів фірмового стилю	Виконання ескізів до емблеми, логотипу, візитівки.		Виконання елементів рекламного комплексу та його друк													
Види контролю	Перевірка практичних навичок								Оцінювання творчих робіт								
<b>ЗАЛІК</b>																	

## **VII. Основні і допоміжні інформаційні джерела для вивчення курсу**

### **Основні**

1. Айдендика. КАК Проект, Grey Matter М.: КАК Проект, Grey Matter М, 2014..
2. Афенченко Г. В., Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Українська держ. академія залізничного транспорту. Х. : УкрДАЗТ, 2007.
3. Волошко В.И. Принципы решения знаковых изображений : Учебное пособие. М., 1987.
4. Геллер С., Кваст С. Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів пер. з англ. Журавльова О., Пінчук Д. Київ: ArtHuss, 2019.
5. Геральдика мира О. И. Бортник, И. В. Резько. Минск : Харвест, Г37 2008. 240 с. : ил.
6. Емброуз Г., Оно-Білсон Н. Основы. Графічний дизайн 01: Підхід і мова. пер з англ. Л.Базь, Р. Дзюба, Т. Кривояз. Київ: ArtHuss, 2019.
7. Куценко М. Основы графічного дизайну. К.:Кондор,2006.
8. Лебедева Е.В., Черных Р.М. Искусство художника-оформителя. М.: Советский художник, 1981.
9. Несторенко О.И. Краткая энциклопедия дизайна. М.: Молодая гвардия, 1994.
10. Пасічний А.М. Образотворче мистецтво: словник-довідник. Тернопіль., 2003.
11. Пастырь И.В. Креативность познания композиции изобразительного искусства.Пособие. Измаил, 2005.
12. Шевнюк О.Л. Словник термінів образотворчого мистецтва. К., 2015.

### **Додаткова:**

1. Bossert Н.Т. Encyclopedie de l'ornement. Paris, 2001.
2. ErhardD. Steibner, Initialen+Bilbuchstaben. Munchen. 1989.
3. Афенченко Г. В., Богоявленський О. В., Верлока В. С., Жердєв М. Д., Наумова О. Е. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Українська держ. академія залізничного транспорту. Х. : УкрДАЗТ, 2007.
4. Голубева О.Л. Основы композиции . Издательский дом "Искусство"., 2004.
5. Пастырь И.В. Креативность познания композиции изобразительного искусства. Пособие Измаил, 2005.
6. Рапорт С.Х. Неизобразительные формы в декоративно мискусстве. М., 1968.
7. Толстая Т.Н. Русский плакат. Classic Russian Posters. : Контакт-Культура, 2010.

### **Електронні джерела:**

1. <https://euprostitir.org.ua/courses/128216>
2. <https://www.logaster.com.ua/blog/what-is-visual-identity/>
3. <https://say-hi.me/design/graphic-design/что-такое-айдентика.html>
4. <https://in-scale.ru/blog/ajdentika-brenda>
5. <https://triza-media.ru/blog/dizayn/284/>

**VIII. Доповнення та зміни, внесені до робочої програми в 20\_\_/20\_\_ н.р.**