

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
«___» _____ 2025 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютерна графіка в рекламі та PR: Основи графічного дизайну

для здобувачів

спеціальності

061 «Журналістика»

рівня вищої освіти

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Київ - 2025

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Код ЄДРПОУ 45307986
Програма № 35-11/25
Начальник відділу моніторингу якості освіти

(підпис) (прізвище, ініціали)
«___» _____ 20 25

Розробник:

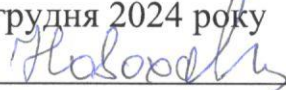
Дьяченко Роксолана Вікторівна, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, кандидат мистецтвознавства.

Викладач:

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

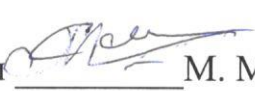
Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 7 від 18 грудня 2024 року

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

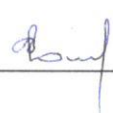
_____ 2025 року

Гарант освітньо-професійної програми  М. М. Нетреба

Робочу програму перевірено

_____ 2025 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	4/120	-
Курс	1	-
Семестр	2	-
Кількість змістових модулів з розподілом	4	-
Обсяг кредитів	4	-
Обсяг годин, в тому числі:	120	-
Аудиторні	56	-
Модульний контроль	8	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	56	-
Форма семестрового контролю	Залік	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: є освоєння здобувачем комплексу практичних навичок фахівця із реклами та зв'язків з громадськістю через ознайомлення і засвоєння базових положень науково-прикладної дисципліни «Комп'ютерна графіка в рекламі та PR: Основи графічного дизайну», основних тенденцій розвитку сучасних візуальних практик, вміння користуватися комплексом програмних засобів, пов'язаних з професійною діяльністю.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- 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 Факультету 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», першого «бакалаврського» рівня вищої освіти:*

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 здобувач повинен:

- володіти технологіями обробки мультимедійних даних;
- знати інтерфейс, інструментарій, особливості роботи з текстом, зображеннями, контурами, фільтри та ефекти програми растрової графіки Adobe Photoshop;
- уміти створювати та редагувати векторні об'єкти, створювати логотипи, працювати з інформаційною графікою у графічному пакеті Adobe Illustrator;
- застосовувати графічні редактори та інструментарій підготовки документів у них;
- розуміти специфіку обробки графічних об'єктів растрової та векторної графіки\$
- здійснювати ефективне управління інформацією для забезпечення комунікативного обміну та збереження створеної інформації;
- використовувати можливості програмного забезпечення (Adobe Photoshop, Illustrator, Canva, Figma) для реалізації прикладних професійних завдань;
- створювати та оформлювати документи, презентації та експозиційні матеріали відповідно до вимог.

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 I. Графічний дизайн в рекламі та PR								
1.	Візуалізація даних: інформація, типи сприйняття інформації	8	4	2	2		4	
2	Класифікація і можливості систем опрацювання графічних файлів	10	6	2	4		4	
3	Огляд популярних програм для графічного дизайну	10	4		4		6	
	Модульна контрольна робота	2				2		
	Разом за модулем 1	30	14	4	10	2	14	
Модуль II. Графічний дизайн у комунікаціях: принципи та інструменти для створення								
4	Визначення графічного дизайну та його ролі в PR і рекламі	8	4	2	2		4	
5	Основні принципи та елементи графічного дизайну	10	6	2	4		4	
6	Систематизація інструментів для конструювання об'єктів у графічному дизайні	10	4		4		6	
	Модульна контрольна робота	2				2		
	Разом за модулем 2	30	14	4	10	2	14	
Модуль III. Практичні аспекти графічного дизайну в рекламі та PR								
7	Розробка брендової айдентики: логотипи, кольорові палітри, шрифти	8	4	2	2		4	
8	Створення рекламних проєктів: від концепції до	10	6	2	4		4	

	реалізації							
9	Аналіз успішних ключів у використанні графічного дизайну в рекламі та PR	10	4		4		6	
	Модульна контрольна робота	2				2		
	Разом за модулем 3	30	14	4	10	2	14	
Модуль IV.								
Інтегрування графічного дизайну в цифрові медіа								
10	Візуальна ідентифікація для цифрової кампанії	10	6	2	4		4	
11	Інтерактивний контент для соціальної мережі	8	4		4		4	
12	Розробка графічного проєкту для цифрової реклами: методи та принципи дизайну	10	4		4		6	
	Модульна контрольна робота	2				2		
	Разом за модулем 4	30	14	2	12	2	14	
	Разом за навчальним планом	120	56	14	42	8	56	

5. Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ I. ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН В РЕКЛАМІ ТА PR

Тема 1. Візуалізація даних. Інформація, типи сприйняття інформації

Візуалізація даних важливий інструмент для ефективного сприйняття та аналізу інформації. Візуалізація даних, як процес представлення інформації у графічному вигляді, що допомагає виявити закономірності, тренди та аномалії в даних. Актуальність, визначення та принципи. Різновиди візуалізацій: графіки, діаграми, інфографіка. Інформація, поняття та види інформації. Сприйняття інформації: візуальне, когнітивне та емоційне.

Тема 2. Класифікація і можливості систем опрацювання графічних файлів

Класифікація графічних редакторів за типом графіки: розгляд різниці між растровою та векторною графікою. Можливості редакторів растрової графіки: аналіз функцій програми типу Adobe Photoshop. Можливості редакторів векторної графіки: дослідження можливостей програми типу Adobe Illustrator. Системи обробки тривимірної графіки: програми огляду типу 3D Studio Max та Maya. Інструменти для конвертації та оптимізації графічних файлів. Перспективи розвитку системи опрацювання графічних файлів: прогнозування майбутніх тенденцій та інновацій в галузі графічного дизайну.

Тема 3. Огляд популярних програм для графічного дизайну

Поєднання графічного дизайну принципами образотворення і формотворення для візуалізації інформації. Теоретичні основи галузі що включають розуміння функцій, різновидів та сфер застосування. Використання Adobe Photoshop для редагування растрової графіки. Створення логотипів та інших зображень в Adobe Illustrator та CorelDRAW. Застосування для дизайну інтерфейсів Sketch та Figma, а GIMP та Canva — як альтернативи для різних потреб.

МОДУЛЬ II.

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН У КОМУНІКАЦІЯХ: ПРИНЦИПИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ

Тема 4. Визначення графічного дизайну та його ролі в PR і рекламі

Визначення графічного дизайну та його основні складові: аналіз концепції графічного дизайну та його ролі у візуальній комунікації. Роль графічного дизайну в рекламі: дослідження того, як графічний дизайн впливає на ефективність рекламних кампаній. Графічний дизайн у сфері PR: створення іміджу та бренд-ідентифікації. Тенденції та інновації в графічному дизайні для рекламних цілей.

Тема 5. Основні принципи та елементи графічного дизайну

Основні елементи графічного дизайну: лінії, форми, кольори та текстури. Принципи композиції в графічному дизайні: баланс, контраст, єдність та акцент. Типографія як ключовий елемент графічного дизайну. Кольорова теорія та її застосування в графічному дизайні. Текстура та її роль у візуальній привабливості дизайну. Гармонія та контраст у графічному дизайні: досягнення балансу. Сучасні тенденції у використанні елементів графічного дизайну: огляд нових підходів та інновацій у сфері використання кольорів, текстур та інших візуальних елементів.

Тема 6. Систематизація інструментів для конструювання об'єктів у графічному дизайні

Інструменти для створення векторної графіки Adobe Illustrator та CorelDRAW: порівняння можливостей цих програм для створення векторних об'єктів. Інструменти для редагування растрової графіки Adobe Photoshop та GIMP: аналіз функцій цих програм для обробки та створення растрових зображень. Інструменти для 3D-моделювання: Blender та 3D Studio Max: огляд можливостей цих програм для створення тривимірних об'єктів. Інструменти для дизайну інтерфейсів Sketch та Figma: дослідження інтерфейсів для веб-сайтів та застосунків. Інструменти для конвертації та оптимізації графічних файлів: огляд програм та методів. Інструменти для автоматизації процесів у графічному дизайні: скрипти та плагіни.

МОДУЛЬ III. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В РЕКЛАМІ ТА PR

Тема 7. Розробка брендової айдентики: логотипи, кольорові палітри, шрифти

Створення логотипів: принципи та етапи розробки. Кольорові палітри в брендовій айдентичності: вибір та застосування. Шрифти у брендовій айдентичності: вибір та використання. Розробка брендбуків: систематизація елементів бренд-ідентифікації. Практичні приклади успішної розробки брендової айдентики. Вплив брендової айдентики на формування іміджу компанії та лояльності клієнтів.

Тема 8. Створення рекламних проєктів: від концепції до реалізації

Створення креативної ідеї та її презентація клієнту. Вибір каналів комунікації для реалізації рекламної кампанії: огляд різних каналів комунікації (онлайн, офлайн) та їхнього вибору залежно від цілей кампанії. Проєктування візуальних елементів рекламної кампанії: логотипи, графіка, відео. Процес виробництва рекламних матеріалів – від дизайну до друку чи трансляції: огляд етапів виробництва включаючи дизайн, друкування та трансляцію.

Тема 9. Аналіз успішних ключів у використанні графічного дизайну в рекламі та PR

Дослідження впливу, логотипів, кольорів та шрифтів на підвищення впізнаваності бренду, та ключові елементи графічного дизайну. Роль графічного дизайну у формуванні іміджу компанії та лояльності клієнтів. Тенденції та інновації у використанні графічного дизайну в рекламі та PR: огляд нових тенденцій та інноваційних підходів у сфері використання графічного дизайну для рекламних цілей. Аналіз ефективності графічного дизайну в різних каналах комунікації. Перспективи розвитку графічного дизайну в контексті цифрових технологій та їхнє застосування в рекламі та PR.

МОДУЛЬ IV. ІНТЕГРУВАННЯ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В ЦИФРОВІ МЕДІА

Тема 10. Візуальна ідентифікація для цифрової кампанії

Створення візуальної ідентичності для цифрових платформ: логотипи, кольори та шрифти. Створення та адаптування візуальної ідентичності для різних цифрових середовищ. Роль візуальної ідентичності у формуванні іміджу бренду в інтернеті. Візуальні елементи для соціальних мереж: створення контенту для різних платформ. Веб-дизайн як частина візуальної ідентичності. Мобільний дизайн та його роль у візуальній ідентифікації. Адаптивний дизайн для різних пристроїв та екранів. Тенденції та інновації у візуальній ідентифікації для цифрових кампаній: використання нових технологій та інструментів.

Тема 11. Інтерактивний контент для соціальної мережі

Аналіз різних форматів інтерактивного контенту та їхньої ефективності у соціальних мережах. Роль анімації та графіки у створенні інтерактивного контенту: огляд анімації та графіки. Використання AR та VR технологій у соціальних мережах для створення інтерактивного контенту: аналіз того, як технології доповненої та віртуальної реальності можуть бути застосовані для створення інтерактивного контенту. Інструменти та платформи для створення інтерактивного контенту. Перспективи розвитку інтерактивного контенту у соціальних мережах: майбутні тенденції та інновації.

Тема 12. Розробка графічного проєкту для цифрової реклами: методи та принципи дизайну

Основні принципи дизайну для цифрової реклами: баланс, контраст та єдність. Методи дослідження цільової аудиторії для розробки графічного проєкту. Розробка візуальної концепції для цифрової рекламної кампанії: створення логотипів та графіки, аналіз процесу створення візуальної концепції та її реалізації у вигляді логотипів та графіки. Створення рухомих графіків та анімацій для цифрової реклами. Оптимізація графічних матеріалів для різних цифрових платформ: мобільні пристрої, комп'ютери та телебачення.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів

Вид діяльності здобувача	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2	2	2	1	1
Відвідування лабораторних занять	1	5	5	5	5	5	5	6	6
Робота на лабораторному занятті	10	5	50	5	50	5	50	6	60
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом	358		87		87		87		97
Максимальна кількість балів	358								
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $358:100=3,58$ Здобувач набрав: 335 балів Оцінка: $335:3,58 = 94$ бали (А)								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль I. ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН В РЕКЛАМІ ТА PR

Самостійна робота 1

Обрати рекламний постер з графічними складовими, і надати технічну характеристику його елементам.

Модуль II. ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН У КОМУНІКАЦІЯХ: ПРИНЦИПИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ

Самостійна робота 2

Підібрати чотири логотипи конкуруючих кампаній. Охарактеризувати графічну подібність і відмінність між ними.

Модуль III. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В РЕКЛАМІ ТА PR

Самостійна робота 3

Дайте короткі відповіді на наступні питання:

1. Які основні виклики при використанні графічного дизайну в рекламі?
2. Яка головна проблема при використанні графічного дизайну в PR?
3. Який можна використати прийом для підвищення ефективності графічного дизайну в рекламі?
4. Які ключові елементи графічного дизайну впливають на сприйняття реклами?
5. Яка основна тенденція в графічному дизайні для реклами в майбутньому?

Модуль IV. ІНТЕГРУВАННЯ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В ЦИФРОВІ МЕДІА

Самостійна робота 4

Придумати вигаданий продукт або послугу. Визначити цільову аудиторію. Навести приклад двома графічними постами, використовуючи принципи графічного дизайну та враховуючи певну платформу (Instagram, Facebook тощо).

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 здобувачів із комплексної дисципліни «Комп'ютерна графіка в рекламі та PR: Основи графічного дизайну» 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 – 4, виконання кожної роботи є обов'язковим.

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

Модульна контрольна робота № 1

Завдання: Проаналізувати рекламні матеріали:

1) вибрати два рекламних постери/банери/листівки з існуючих конкуруючих кампаній (можна використовувати цифрові або друковані матеріали);

2) написати короткий аналіз про кожну з них (по одному слайду на кожну кампанію), у якому:

- описати основні графічні елементи (кольори, шрифти, зображення);
- визначити цільову аудиторію та основне повідомлення реклами;

3) оцінити ефективність дизайну в контексті залучення уваги та передачі інформації.

Результати презентувати у вигляді файлу PowerPoint або Canva.

Модульна контрольна робота № 2

Завдання: За допомогою у векторної програми Adobe Illustrator створити логотип для вигаданої компанії, використовуючи три з основних принципів графічного дизайну (контраст, баланс, ієрархія);

- надати короткий опис, у якому пояснити вибір кольорів, форм і шрифтів (за наявності).

Результати презентувати у вигляді файлу PowerPoint або Canva.

Модульна контрольна робота № 3

Завдання: Обрати одну успішну рекламну PR-акцію, де графічний дизайн відіграє важливу роль;

- проаналізувати використані графічні елементи (кольори, шрифти, композиція);

- визначити ключові фактори успіху використання графічного дизайну в цій кампанії.

Результати презентувати у вигляді файлу PowerPoint або Canva.

Модульна контрольна робота № 4

Завдання: Створити інтерактивний контент для соціальної мережі:

1) обрати соціальну мережу (Instagram, Facebook, TikTok);

2) створити інтерактивний пост анімоване зображення, за допомогою графічних редакторів або онлайн-платформи Canva, Adobe Spark;

3) надати короткий опис, у якому пояснити:

- як ваш пост залучає аудиторію;

- які елементи дизайну використовуються для підтримки основного повідомлення.

Результати презентувати у вигляді файлу Canva або Adobe Spark.

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 здобувача на лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, модульні контрольні роботи. Підсумкове оцінювання знань здобувачів 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. Алекс В. Вайт. Основи графічного дизайну : книга. Т. 3 ; пер. з англ. Л. Коцюк, О. Пелипенко. Київ : ArtHuss, 2023. 240 с. : іл.
2. Гелер С., Кваст С. Графічні стилі від вікторіанців до хіпстерів ; пер. з англ. О. Журавльова, Д. Пінчук. Київ : ArtHuss, 2019. 296 с.
3. Гевін Емброуз, Ніл Леонард. Основи. Графічний дизайн: Генерування ідей ; пер. з англ. М. Мельник, В. Пугач. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с. : іл.
4. Еллен Лаптон, Дженніфер Коул Філіпс. Основи. Графічний дизайн: Нові основи ; пер. з англ. І. Михайлишена. Київ : ArtHuss, 2019. 262 с. : іл.
5. Женченко І. В. Комп'ютерна графіка : Adobe Photoshop: інтеракт. навч. посіб. / Ігор Женченко, Марина Женченко. Київ : Жнець, 2016. 96 с. : іл.
6. Романюк О.Н., Кательніков Д.І., Косовець О. П. Веб-дизайн і комп'ютерна графіка : навч. посібник. Вінниця : ВНТУ, 2017. 147 с.
7. 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. Йоганнес Іттен. Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва: навч. посіб. ; пер. із нім. С. Святенко. Київ : ArtHuss, 2022. 96 с.
4. Кваст С., Геллер С. Графічні стилі: Від вікторіанців до хіпстерів. Київ : ArtHuss, 2019. 450 с.
5. Лесняк В. Відтворення шрифтової спадщини : 40 оригінальних шрифтів. Київ : ArtHuss, 2020. 160 с.
6. Патер Р. Політика дизайну. глобальний довідник із візуальної комунікації. Київ : ArtHuss, 2021. 192 с.
7. Пасічник В. В. Веб-дизайн : підручник. Львів : «Магнолія-2006», 2018. - 518 с.
8. Пасічник О. Г., Пасічник О. В., Стеценко І. В. Основи веб-дизайну : навч. посіб. Київ. Вид. група ВНУ, 2019. 336 с

Інформаційні ресурси

1. Посібник користувача Photoshop : *Офіційний сайт Adobe*. URL: <https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html> (дата звернення: 14.12.2024).
2. Посібник користувача Illustrator : *Офіційний сайт Adobe*. URL: <https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html> (дата звернення: 14.12.2024).

8. Навчально-методична картка дисципліни «Комп'ютерна графіка в рекламі та PR: Основи графічного дизайну»

Разом: 120 год., з них: лекційні – 14 год., лабораторні – 42 год., модульний контроль – 8 год., самостійна робота – 56 год.

Модулі	Модуль I			Модуль II			Модуль III			Модуль IV		
Назва модуля	ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН В РЕКЛАМІ ТА PR			ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН У КОМУНІКАЦІЯХ: ПРИНЦИПИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ			ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В РЕКЛАМІ ТА PR			ІНТЕГРУВАННЯ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В ЦИФРОВІ МЕДІА		
Кількість балів за модуль	87			87			87			97		
Лекції	відвідування – 2б., з них:			відвідування – 2б., з них:			відвідування – 2б., з них:			відвідування – 1б., з них:		
Теми лекцій	Візуалізація даних: інформація, типи сприйняття інформації – 1 б.	Класифікація і можливості систем опрацювання графічних файлів – 1 б.		Визначення графічного дизайну та його ролі в PR і рекламі – 1 б.	Основні принципи та елементи графічного дизайну – 1 б.		Розробка брендової айдентики: логотипи, кольорові палітри, шрифти – 1 б.	Створення рекламних проєктів: від концепції до реалізації – 1 б.		Візуальна ідентифікація для цифрової кампанії – 1 б.		
Теми лабораторних занять	Візуалізація даних: інформація, типи сприйняття інформації – 1 б. + 10 б.	Класифікація і можливості систем опрацювання графічних файлів – 2 б. + 20 б.	Огляд популярних програм для графічного дизайну – 2 б. + 20 б.	Визначення графічного дизайну та його ролі в PR і рекламі – 1 б. + 10 б.	Основні принципи та елементи графічного дизайну – 2 б. + 20 б.	Систематизація інструментів для конструювання об'єктів у графічному дизайні – 2 б. + 20 б.	Розробка брендової айдентики: логотипи, кольорові палітри, шрифти – 1 б. + 20 б.	Створення рекламних проєктів: від концепції до реалізації – 2 б. + 20 б.	Аналіз успішних ключів у використанні графічного дизайну в рекламі та PR – 2 б. + 20 б.	Візуальна ідентифікація для цифрової кампанії – 2 б. + 20 б.	Інтерактивний контент для соціальної мережі – 2 б. + 20 б.	Розробка графічного проєкту для цифрової реклами: методи та принципи дизайну – 2 б. + 20 б.
Самостійна робота	5 б.			5 б.			5 б.			5 б.		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.			Модульна контрольна робота 2 – 25 б.			Модульна контрольна робота 3 – 25 б.			Модульна контрольна робота 4 – 25 б.		
Підсумковий контроль	Залік											