

Міністерство освіти і науки України



ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

НН Архітектурно-художній інститут
Кафедра Рисунка, живопису та архітектурної графіки

СИЛАБУС освітнього компонента – ОК 29 Айдентика

Освітній рівень	перший (бакалаврський)
Галузь знань	02 Культура і мистецтво
Спеціальність	022 Дизайн
Освітня програма	ОПП Графічний дизайн
Обсяг освітнього компонента	3 кредити ECTS (90 академічних годин)
Види аудиторних занять	лекції, практичні
Індивідуальні завдання	контрольна робота
Форми підсумкового (семестрового) контролю	екзамен

Викладач (Викладачі):

Перепелиця Оксана Володимирівна, к.п.н., доцент кафедри рисунка, живопису та архітектурної графіки, oksamut06@gmail.com

В процесі вивчення освітнього компонента у здобувачів вищої освіти сформуються навички та вміння зі засобами створення графічного контенту: мультидисциплінарними знаннями з фірмового стилю, айдентики, брендбуку, гайдлайну тощо; навичками розробки фірмового стилю; аналізу елементів і складових корпоративної айдентики; самостійно створює єдині корпоративні стилістичні рішення, мотивує й описує їх.

Передумови для вивчення освітнього компонента: «Спеціальний рисунок», «Спеціальний живопис», «Композиція», «Основи графічного мистецтва», «Теорія дизайну»

Програмні результати навчання:

ПРН7 Аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень

ПРН8 Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію

ПРН9 Створювати об'єкти дизайну засобами проектно-графічного моделювання.

ПРН 20. Застосовувати набуті знанняй розуміння психології творчості, осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності

ПРН 21. Приймати обґрунтовані рішення, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Диференційовані програмні результати навчання:

знати:

- базові поняття айдентики й фірмового стилю;
- основні етапи розвитку айдентики та фірмового стилю;
- основні жанри фірмового стилю;

- етапи розробки фірмового стилю (стратегія, креативна концепція, атрибутивні компоненти);
- механізми побудови, творчі прийоми і принципи розробки бренду та логотипу; семіотичні аспекти рекламної комунікації і побудови образу бренду та логотипу; художньо-виразні засоби айдентики (композиція, шрифтова графіка, образотворчі техніки).

володіти:

- передбачає використання різноманітних форм і методів теоретичної і практичної підготовки студентів до майбутньої професійної діяльності.
- закріпленнями знаннями отриманих на лекціях, шляхом формування вмінь і навичок створення арт-об'єктів айдентики таких як: бренд, брендбук, гайдлайн тощо.

вміти:

- визначати історичні характеристики айдентики та фірмового стилю;
- визначати функціональні можливості і види айдентики;
- розпізнавати жанрові особливості сучасної айдентики;

Тематичний план

Тема 1. Базові поняття айдентики

Тема 2. Поняття фірмового стилю та його функції.

Тема 3. Специфіка понять торгова марка, бренд та товарний знак.

Тема 4. Логотип як основа айдентики.

Тема 5. Фірмові продукти та носії айдентики

Критерії оцінювання та засоби діагностики

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання щодо отримання «екзамену» за освітнім компонентом «**Айдентика**» складає від 60 балів до 100 балів.

За освітнім компонентом передбачено виконання контрольної роботи.

Контрольну роботу передбачено з теми «Авторський проєкту фірмового стилю бренду». Робота виконується на основі практичного завдання та складається: з розробки графічних ескізів композиції та виконання основної роботи в матеріалі (папір) (формат А-4-А-3) або комп'ютерна графіка.

Семестровий контроль проводиться у формі екзамену.

1) поточного контролю протягом семестру шляхом накопичення балів: оцінювання засвоєння теоретичного (лекційного) матеріалу, виконання практичних робіт за темами та індивідуальної роботи (курсова робота) - разом 60 балів;

2) підсумкового контролю під час екзаменаційної сесії (екзамен) - кількість балів від 24 до 40 балів.

Інформаційне забезпечення

Основна література

1. Айдентика - посібник з комунікацій для органів державної влади / [В. Бартко, А. Волкова, М. Домбровська та ін.]. Київ, 2020. 55 с.

2. Основи айдентики: [матеріали та методичні рекомендації до спецкурсу] / укладачі Ю.С. Кулінка, Л.П. Романко. Кривий Ріг: ДВНЗ «КДПУ», 2017. с

Допоміжні джерела інформації

3. Діброва Т. Г. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. Київ: Вид-во КПІ ім. Ігоря Сікорського «Політехніка», 2018. 300 с.

4. Попова Н. В. Основи реклами: Навчальний посібник / Надія Василівна Попова. Харків: ВДеле, 2016. 145 с.