

Қазақстан Республикасының білім және ғылым министрлігі

Қарағанды мемлекеттік техникалық университеті

Бекітемін
Ғылыми кеңес төрағасы,
ректор, ҚР ҰҒА академигі
Ғазалиев А.М.

« ____ » _____ 2013ж.

СТУДЕНТКЕ АРНАЛҒАН ПӘН БОЙЫНША ОҚЫТУ
БАҒДАРЛАМАСЫ (SYLLABUS)

BOD 3223 «Баспа өнімнің дизайны» пәні

Diz 27 «Дизайн» модулі

5B060200 – «Информатика» мамандығы

Ақпараттық технологиялар факультеті

Ақпараттық технология және қауіпсіздік кафедрасы

АЛҒЫ СӨЗ

Студентке арналған пән бойынша оқыту бағдарламасы (syllabus) әзірленеді:
АТҚ кафедрасының аға оқытушы Сайлауқызы Жұлдыз

«Ақпараттық технология және қауіпсіздік» кафедрасының отырысында
талқыланған

№ _____ хаттама « ____ » _____ 2013ж.

Кафедра меңгерушісі _____ Көккөз М.М. « ____ » _____ 2013ж.

«Ақпараттық технологиялар» факультетінің оқу-әдістемелік кеңесімен
мақұлданған

№ _____ хаттама « ____ » _____ 2013ж.

Төрайымы _____ Капжаппарова Д.У. « ____ » _____ 2013ж.

Оқытушы туралы мәлімет және қатынас ақпараты

А.Ж.Ә. Сайлауқызы Ж.

Ғылыми дәрежесі, лауазымы, қызметі аға оқытушы

«Ақпараттық технология және қауіпсіздік» кафедрасы ҚарМТУ-дың бас корпусында орналасқан (Бейбітшілік бульвары, 56), 429 ауд. аудитория, байланыс телефоны 56-75-98 қосымша 1028.

Пәннің еңбек көлемділігі

Семестр	Кредиттер саны	ECTS	Сабақ түрі					Жалпы сағаттар саны	Бақылау түрі
			Қатынас сабақтарының саны			СОӨЖ сағаттарының саны	Барлық сағаттар саны		
			дәріс	практикалық сабақтар	зертханалық сабақтар				
5	3	5	15	-	30	45	90	135	Емтихан

Пән сипаттамасы

«Баспа өнімнің продукциясы» пәні таңдау пәндердің циклына жатады.

Компьютерлік баспа өнімнің продукциясы жарнаманың стратегиясы мен тактикасын анықтауда, жарнаманың түрлі компоненттерін тиімді пайдалануда және жасалған жарнамаға қалай көңіл аударту мәселелерімен айналысатын пән болып табылады.

Жарнамалық өнімнің продукциясының қоланылу аясы:

- Газет – журналдарда;
- Фирмалық стиль элементтерін әзірлеуде;
- Іс құжаттарын әзірлеуде;
- Жарнамалық роликтерде;
- Баспалық өнімді әзірлеу кезінде;
- Сыртқы жарнаманы әзірлеуде;
- Интернет жарнамаларында;
- Сувенирлік және имидждік өнімді дайындауда.

Пәннің мақсаты

«Баспа өнімдерінің дизайны» пәні студенттерге алған білімі негізінде жарнамалық өнімдерді құру дағдыларын қалыптастыру мақсатын алға қояды және графикалық пакеттердің және жүйелердің тағайындалуы және жалпы сипаттары, олардың функционалдық мүмкіндіктері жайлы көрініс бөліну мақсатын ұстанады

Пәннің міндеттері

Пәннің міндеттері мынадай:

- ✓ білімдердің тауып алу және дағдылардың, қажеттілердің фирмалық стиль жасауына арналған және жарнама негізгі компоненттерінің кәзіргі графикалық бағдарламалық өнімдер қолданады.

Берілген пәнді оқу нәтижесінде студенттер міндетті:

1. жарнама дамуында кәзіргі тенденцияларды туралы;
2. негізгі принциптерде фирмалық стиль жасаулары, негізгілердің оның компоненттерілерде - логотип, фирмалықтар түсті, фирмалық әріптер, слоган туралы түсінікке ие болуға;

Білуге:

1. логотип жасау принциптері;
2. принциптер фирмалық стиль жасаулары және оның компоненттердің; - жарнама әр

- түрлі түрлерінің жасау принциптері;
- фирмалық стиль жасауына арналған кәзіргі графикалық редакторлардың тағайындауы және жарнама әртүрлі түрлерінің.

Істей білуге:

- жарнамалық компанияны немесе акцияны ұйымдастыру, бар болу фирмалардың артынан ұйымдастыру, фирмалық стиль әзірлеу бірыңғай фирмалықта түрлі-түсті гаммаға, компания идеологиясын бүтін көрсету;
- (Coler Draw мен Photoshop CS) құрулар және кәзіргі графикалық редакторлардың күйге келтірулері;
- қабаттармен және сүзгілермен жұмыс істеу, файлдар импорттау және экспортқа шығаруға білу, коллаж және презентациялар жасау практикалық дағдыларды меңгеруге.

Пререквизиттер

Бұл пәнді оқу үшін келесі пәндерді игеру қажет: «Информатика», «Алгоритмдік тілдер және бағдарламалау»

Постреквизиттер

«Баспа өнімдерінің дизайны» пәнін оқу кезінде алынған білім «Жүйелер мен кешендерді модельдеу» және «Flash-бағдарламалау» пәндерін игеру кезінде қолданылады.

Пәннің тақырыптық жоспары

Бөлімнің (тақырыптың) атауы	Сабақтардың түрлері бойынша еңбек сыйымдылығы, с.				
	Дәрістер	Практикалық саб.	Зертханалық саб.	СОӨЖ	СӨЖ
1. Визуалды-коммуникациялық жарнама	1	-	-	3	3
2. Баспа технологиясы түрлері	1	-	5	3	3
3. Баспа жасау технологиясы	1	-	-	3	3
4. Баспа технологиясын безендіру	1	-	-	3	3
5. Газеттегі жарнама	1	-	5	3	3
6. Баспаны жоспарлау үрдісі	1	-	-	3	3
7. Баспаны тиімді бағалаудың коммуникативтік әдісінің түрлері	1	-	-	3	3
8. Баспа компаниясы және оның мақсаты	1	-	-	3	3
9. Баспа агенттігі және оның ролі	1	-	-	3	3
10. Фирмалық стиль	1	-	10	3	3
11. Фирмалық белгінің философиясы	1	-	-	3	3
12. «Сұраныс пен ұсыныс»	1	-	-	3	3
13. Тауар белгі	1	-	5	3	3
14. Баспаның негізгі типтері	1	-	5	3	3
15. Баспа мәтінінің графикасы	1	-	-	3	3
Барлығы :	15	-	30	45	45

Зертханалық сабақтар тізімі

- Баспаны анықтау.
- Баспа құрал сияқты хабар тапсырулары.
- Қоғамда баспа технологиясының ролі.

4. Кәзіргі баспа технологиясы эволюциясы.
5. Баспа агенттіктің экономикаға жарнама ықпалын жасауы.
6. Баспа агенттіктің бағаларға жарнама ықпалын жасауы.
7. Келешек экономикаға баспа ықпалын жасауы
8. Баспа қызмет әлеуметтік - заңға сүйінген аспектілері
9. Баспа адамдар мен манипуляция жасайды.
10. Баспа молдығы.
11. Баспа стереотиптер бекітеді
12. Мақсаттық рынок таңдауы.
13. Баспа жарнама, теле және радиожарнама.
14. Баспа мәтіндердің құрастырушы әдістемесі
15. Баспа технологиясы адамдары.

СӨЖ-ге арналған бақылау тапсырмаларының тақырыптары

1. Жарнамалық процесс. Жарнамаға қойылатын жалпы талаптар.
2. Маркетингтік зерттеулер.
3. Жарнамалық дизайн (Жарнаманы жиынтығында композиция құралдарын қолдану – түс, қаріп, графиктік түр).
4. Дизайндың дамуы. «Графикалық дизайн» ұғымы
5. ХІХ ғасыр ортасы — ХХ ғасыр басындағы стильдердің даму тізбегі.
6. Әмбебап маман дизайнердің пайда болу себептерін зерттеу.
7. Ресейде және шет елдерде ұлттық және интернационалдық стильдердің дамуы.
8. ХХ ғасырдың басындағы алдыңғы қатардағы дизайнерлік мектептер.
9. ХХ ғасырдың басындағы полиграфияның негізгі ағымдары.
10. Полиграфиялық дизайндағы конструктивизм.
11. Агитациялық-бұқаралық өнер.
12. Саясаттық жарнаманың туындауы. Плакат.
13. Видео-ролик
14. Brand Book безендіру
15. Жарнама және қоғам

Студенттердің білімін бағалау критерийлері

Пән бойынша емтихан бағасы межелік бақылаулар бойынша максимум көрсеткіштер (60%-ға дейін) мен қорытынды аттестаттаудың (емтихан) (40%-ға дейін) сомасы ретінде анықталады және кестеге сәйкес 100%-ға дейінгі мәнді құрайды.

Пән бойынша тапсырмаларды орындау және тапсыру кестесі

Бақылау түрі	Тапсырманың мақсаты және мазмұны	Ұсынылатын әдебиет	Орындалу ұзақтылығы	Бақылау түрі	Тапсыру мерзімі	Балл
Қатысу			15 апта			15
З.ж.№1	Баспаны анықтау	[2] бет. 23-52 [6] бет. 5-16	1 апта	ағымдағы	2 апта	2
СӨЖ бойынша есеп	Визуалды-коммуникациялық жарнама (мысалдар).	[2] бет. 23-435	11 апта	ағымдағы		11
З.ж.№2	Баспа құрал сияқты хабар тапсырулары.	[3] бет. 112-356 [7] бет. 84-195 [8] бет. 138-	1 апта	ағымдағы	4 апта	2

		296				
3.ж.№3	Қоғамда баспа технологиясының ролі.	[3] бет. 426-689 [8] бет. 314-395	1 апта	аралық	6 апта	2
3.ж.№4	Кәзіргі баспа технологиясы эволюциясы.	[1] бет. 712-753 [2] бет. 201-252 [3] бет. 402-421	1 апта	аралық	8 апта	2
3.ж.№5	Баспа агенттіктің экономикаға жарнама ықпалын жасауы.	[2] бет. 762-815 [4] бет. 264-343	1 апта	аралық	10 апта	2
3.ж.№6	Баспа агенттіктің бағаларға жарнама ықпалын жасауы.	[1] бет. 823-915 [4] бет. 350-412 [4] бет. 422-434	1 апта	аралық	12 апта	2
3.ж.№7,8	Келешек экономикаға баспа ықпалын жасауы	[1] бет. 917-980 [2] бет. 415-486 [3] бет. 435-492	1 апта	аралық	14 апта	2
Модуль№1	Жарнамалық қызметтің перспективалық бағыттары және қазіргі заманғы жарнамалық технологиялары бойынша теориялық білімдер және жаттығу дағдыларын бекіту, дизайн таруы бойынша қорытынды	Бүкіл әдебиеттер дәрістердің лекциялары	1 біріккен сағаттар	аралық	7 апта	10
Модуль №2	Жарнамалық қызметтің перспективалық бағыттары және қазіргі заманғы жарнамалық технологиялары бойынша теориялық білімдер және жаттығу дағдыларын бекіту,	Бүкіл әдебиеттер дәрістердің лекциялары	1 біріккен сағаттар	аралық	14 апта	10

	дизайн таруы бойынша қорытынды					
Емтихан	Пән материалының меңгеру деңгейін тексеру	Негізгі және қосымша әдебиеттің жалпы тізімі	2 біріккен сағттар	бақылау	Сессия кезеңінде	40
Барлығы						100

Саясат және процедуралар

«Баспа өнімнің дизайны» пәнін оқу кезінде келесі ережелерді ұстануды сұраймын:

- 1 Сабаққа кешікпеу.
- 2 Сабақтан дәлелді себепсіз қалмау, ауырған жағдайда анықтама, ал басқа жағдайларда түсіндірме хат ұсынуды.
- 3 Сабақтың барлық түрлеріне қатысу студент міндеттерінің қатарына жатады.
- 4 Оқу процесінің күнтізбелік кестесіне сәйкес барлық бақылау түрін тапсыру.
- 5 Қатыспаған практикалық және зертханалық сабақтарды оқытушы көрсеткен уақытта өтеу.

Негізгі әдебиеттер тізімі

1. Бечастнов Н. П. Черно-белая графика. – М.: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2002.
2. Гантил А. Л. Работа пером и тушью. – Минск.: 2004.
3. Павловская Е. Э. Дизайн реклама: Поколение NEXТ. – СПб.: Питер. 2004.
4. «Товарная марка» Генри Чамерсон издательство «Питер» - 2000
Печатная реклама Панкратов Ф.Г. Москва 2001
5. Абдрасилова Г.С. Шрифтовая композиция: Методические указания. – Алматы.: КазГАСА, 2000
6. Головлева Е.Л. Основы рекламы: Учебное пособие. – М.: 2003
7. Ермолаева И.И. Основы дизайнерского искусства: Учебное пособие. – М.: 2001
8. Жвалевский А. Гурский Ю. «CorelDraw12» - СПб.: Питер, 2005. – 320 с.
9. Купер М., Мэтьюз А. «Как понимать язык цвета» - М., Эксмо, 2004. – 144 с., с илл.
10. Шуванов В.И. «Психология рекламы» - Ростов на Дону: Изд-во «Феникс», 2005. – 315 с.
11. Делл Денисон, Линда Тоби «Учебник по рекламе» - Минск, 1997. – 349с.
12. Юрий Солоницин «Photoshop CS2 и цифровая фотография» - СПб.: Питер, 2006. – 348с.: илл.
13. Сергей Пономаренко «Photoshop
14. Маров М. 3D-Studio MAX 7: учебный курс. - СПб.: Питер, 2006 - 640 с.

**СТУДЕНТКЕ АРНАЛҒАН ПӘН БОЙЫНША
ОҚЫТУ БАҒДАРЛАМАСЫ (SYLLABUS)**

BOD 3223 «Баспа өнімнің дизайны» пәні

Diz 27 «Дизайн» модулі

31.03.2004 ж. № 50 мемл. бас. лиц.
Баспаға _____ 2014 ж. қол қойылды. Пішіні 90x60/16. Таралымы _____ дана
Көлемі ____ оқу бас. п. № _____ тапсырыс Бағасы келісілген

100027. ҚарМТУ баспасы, Қарағанды, Бейбітшілік бульвары, 56