

Қазақстан Республикасының білім және ғылым министрлігі

Қарағанды мемлекеттік техникалық университеті

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

«_____» _____ **2015ж.**

СТУДЕНТКЕ АРНАЛҒАН ПӘН БОЙЫНША ОҚЫТУ
БАҒДАРЛАМАСЫ (SYLLABUS)

ZhOD 3222 «Жарнамалық өнімнің дизайны» пәні

Diz 27 «Дизайн» модулі

5B060200 – «Информатика» мамандығы

Ақпараттық технологиялар факультеті

Ақпараттық технология және қауіпсіздік кафедрасы

2015

АЛҒЫ СӨЗ

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

«Ақпараттық технология және қауіпсіздік» кафедрасының отырысында
талқыланған

№ _____ хаттама « ____ » _____ 2015ж.

Кафедра меңгерушісі _____ Көккөз М.М. « ____ » _____ 2015ж.

«Ақпараттық технологиялар» факультетінің оқу-әдістемелік кеңесімен
мақұлданған

№ _____ хаттама « ____ » _____ 2015ж.

Төрайымы _____ Капжаппарова Д.У. « ____ » _____ 2015ж.

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

«Жарнамалық өнімнің продукциясы» пәні таңдау пәндердің циклына жатады.

Компьютерлік жарнамалық 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:

- Логотип жасау кезінде;
- Радиодағы жарнама және видео жарнамада;
- Фирмалық стиль элементтерін әзірлеуде;
- Іс құжаттарын әзірлеуде;
- Жарнамалық роликтерде;
- Баспалық өнімді әзірлеу кезінде;
- Сыртқы жарнаманы әзірлеуд;
- Интернет жарнамаларында;
- Сувенирлік және имидждік өнімді дайындауда.

Пәннің мақсаты

«Жарнама 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: кәсіпорынның немесе фирманың қызметін көрсететін фирмалық стильді әзірлеуге үйрету.

Берілген пәнді оқып үйрену нәтижесінде студенттер:

1. жарнаманың стратегиясы мен тактикасын анықтау;
2. жарнаманың түрлі компоненттерін тиімді пайдалану;
3. жасалған жарнамаға көңіл аударту;
4. жұмыс жасау кезінде жарнаманы қабылдаудың әмбебап заңдарын ескеру;
5. өзара үйлесімді жарнамалық композициялар құру;
6. дұрыс әдістерді таңдай отырып тиімді жарнамалық мәтін құру;
7. сыртқы жарнаманы құру;

Пререквизиттер

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

Постреквизиттер

«Жарнама 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
Жарнама ұғымы, маңызы және міндеті. Жарнаманың тарихы.	1	-	-	3	3
Логотип. Логотипке қойылатын негізгі талаптар. Логотиптің түрлері.	1	-	5	3	3
Жарнама түрлері (әлеуметтік жарнама , саясаттық жарнама , коммерциялық жарнама).	1	-	-	3	3
Прессадағы жарнама (баспалық), сыртқы және транзиттік жарнама.	1	-	-	3	3
Радиодағы жарнама және видео жарнама (теледидардағы).	1	-	5	3	3
Жарнаманы таратудың басқа құралдары (имидждік және сувенирлік өнім, көрмелер мен жәрмеңкелер).	1	-	-	3	3
Жарнама тиімділігін бағалау.	1	-	-	3	3
Фирмалық стиль элементтерін әзірлеу: (логотипті әзірлеудің – 3 түрі – қаріптік, суретін салынған, жиынтық; негізгі қаріптер мен тақырыптар үшін қаріпті таңдау; фирмалық түсті таңдау; корпоративтік тұлғаны дайындау – қалауы бойынша – суретін салу немесе атақты тұлғаны пайдалану; слоганды әзірлеу).	1	-	-	3	3
Іс құжаттарын әзірлеу: (визиткалар – корпоративтік және жеке; бланк, конверт, бейдж, құжаттарға арналған папка.)	1	-	-	3	3
Баспалық өнімді әзірлеу: (истовкаларды әзірлеудің 2-3 нұсқасы, буклеттер, флаерлер, брошюралар).	1	-	10	3	3
Сыртқы жарнаманы әзірлеу: (баннерді, билбордты, көше көрсеткіштерін, кіру топтарын әзірлеу).	1	-	-	3	3
Интернет жарнаманы әзірлеу: (Web үшін баннерлік жарнаманы әзірлеу).	1	-	-	3	3
Сувенирлік және имидждік өнімді әзірлеу (кружка, футболка, кепка,	1	-	5	3	3

күнделік, күнтізбелік, фирмалық стильдегі құттықтау қағаздары).					
Интернет жарнаманың дамуы.	1	-	5	3	3
Өнеркәсіптік дизайнның отандық мектептері.	1	-	-	3	3
Барлығы :	15	-	30	45	45

Зертханалық сабақтар тізімі

Логотип. Логотипке қойылатын негізгі талаптар. Логотиптің түрлері.

1. Прессадағы жарнама (баспалық).
2. Сыртқы және транзиттік жарнама.
3. Визиткалар – корпоративтік және жеке; бланк, конверт, бейдж, құжаттарға арналған папка әзірлеу.
4. Баспалық өнімді әзірлеуде буклеттер, флаерлер, брошюралар жасау
5. Баннерді, билбордты, көше көрсеткіштерін, кіру топтарын әзірлеу
6. Сувенирлік және имидждік өнімді әзірлеу (кружка, футболка, кепка, күнделік, күнтізбелік, фирмалық стильдегі құттықтау қағаздары).
7. Интернет жарнама

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, графикалық 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

3.ж.№1	Логотип. Логотипке қойылатын негізгі талаптар. Логотиптің түрлері.	[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
3.ж.№2	Прессадағы жарнама (баспалық).	[3] бет. 112- 356 [7] бет. 84-195 [8] бет. 138- 296	1 апта	ағымдағы	4 апта	2
3.ж.№3	Жарнаманы жасау технологиясы	[3] бет. 426- 689 [8] бет. 314- 395	1 апта	аралық	6 апта	2
3.ж.№4	Сыртқы және транзиттік жарнама.	[1] бет. 712- 753 [2] бет. 201- 252 [3] бет. 402- 421	1 апта	аралық	8 апта	2
3.ж.№5	Визиткалар – корпоративтік және жеке; бланк, конверт, бейдж, құжаттарға арналған папка әзірлеу.	[2] бет. 762- 815 [4] бет. 264- 343	1 апта	аралық	10 апта	2
3.ж.№6	Баннерді, билбордты, көше көрсеткіштерін, кіру топтарын әзірлеу	[1] бет. 823- 915 [4] бет. 350- 412 [4] бет. 422- 434	1 апта	аралық	12 апта	2
3.ж.№7,8	Сувенирлік және имидждік өнімді әзірлеу (кружка, футболка, кепка, күнделік, күнтізбелік, фирмалық стильдегі құттықтау қағаздары).	[1] бет. 917- 980 [2] бет. 415- 486 [3] бет. 435- 492	1 апта	аралық	14 апта	2
Модуль№1	Жарнамалық қызметтің	Бүкіл әдебиеттер	1 біріккен сағаттар	аралық	7 апта	10

	перспективалық бағыттары және қазіргі заманғы жарнамалық технологиялары бойынша теориялық білімдер және жаттығу дағдыларын бекіту, дизайн таруы бойынша қорытынды	дәрістердің лекциялары				
Модуль №2	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	14 апта	10
Емтихан	Пән материалының меңгеру деңгейін тексеру	Негізгі және қосымша әдебиеттің жалпы тізімі	2 біріккен сағаттар	бақылау	Сессия кезеңінде	40
Барлығы						100

Саясат және процедуралар

«Жарнамалық 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 NEXT. – 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)**

ZhOD 3222 «Жарнамалық 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