

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет будівництва і архітектури

ОСНОВИ РЕКЛАМИ

Методичні вказівки

до практичних занять та індивідуального завдання
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти спеціальності 023 «Образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво, реставрація»

Київ 2025

УДК 004.774.6(07)

О-75

Укладачі: О. О. Сафронова, канд. техн. наук, доцент;
О. П. Пластара, старш. викладач

Рецензент В. В. Товбич, д-р арх., професор

Відповідальний за випуск О. О. Кащенко д-р техн. наук, професор

*Затверджено на засіданні кафедри образотворчого мистецтва
і архітектурної графіки, протокол № 6 від 29 жовтня 2024 року.*

В авторській редакції.

Основи реклами [Електронний ресурс] : методичні вказівки до
О-75 практичних занять та індивідуального завдання / уклад. : О.О. Сафронова,
О. П. Пластара. – Київ : КНУБА, 2025. 32 с.

Містять зміст, порядок оформлення і вказівки до виконання
практичних завдань і індивідуального завдання курсу.

Призначено для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти спеціальності 023 «Образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво, реставрація»

© КНУБА, 2025

ЗМІСТ

Загальні положення.....	4
Змістовий модуль 1. Роль реклами в суспільстві і маркетингу та основні її види	5
Практичне заняття 1. Реклама в сучасному суспільстві і маркетингу.....	5
Практичне заняття 2. Поняття і види комерційної реклами.....	6
Практичне заняття 3. Поняття і різновиди некомерційної реклами.....	8
Практичне заняття 4. Поняття рекламного звернення та його складових....	9
Практичне заняття 5. Канали рекламної комунікації та засоби сучасної реклами	11
Змістовий модуль 2. Основи дизайну реклами	12
Практичне заняття 6. Відображення історичних стилів і течій у рекламній поліграфії	12
Практичне заняття 7. Класичні макети рекламних повідомлень. Розробка рекламного плакату.....	13
Практичне заняття 8. Персонажі в рекламному зверненні.....	15
Практичне заняття 9. Носії друкованої реклами. Розробка дизайну макета іміджевої реклами для білборда.....	17
Практичне заняття 10. Розробка рекламного буклету.....	18
Індивідуальне завдання.....	20
<i>Додаток А. Приклади плакатів і афіш (подієвий плакат) різної тематики.....</i>	<i>21</i>
<i>Додаток Б. Приклади білбордів і сіті-лайтів.....</i>	<i>22</i>

Загальні положення

Мета дисципліни – формування у студентів компетентностей щодо теоретичних основ реклами, технологій і засобів управління процесом розробки дизайну рекламної продукції, зокрема поліграфічної; набуття студентами навичків графічного втілення концепції рекламної продукції засобами векторної і растрової комп'ютерної графіки

Результати навчання дисципліни:

знати: теоретичні основи реклами, технології і засоби управління процесом розробки дизайну рекламної продукції, зокрема поліграфічної; основні вимоги до графічного втілення концепції рекламної продукції засобами векторної і растрової комп'ютерної графіки

вміти: використовувати інформаційні і комунікаційні технології в межах спеціалізації, застосовувати сучасні методи моделювання інформації;

здатен продемонструвати: здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях предметної галузі та сфері професійної діяльності, здатність до використання інформаційних і комунікаційних технологій, здатність генерувати нові ідеї (креативність)

володіти: володіти навичками застосування комп'ютерної техніки при виконанні художнього твору; здатністю застосовувати знання у практичних ситуаціях предметної галузі та сфері професійної діяльності.

Змістовий модуль 1

Роль реклами в суспільстві і маркетингу та основні її види

Практичне заняття 1. Реклама в сучасному суспільстві і маркетингу

План заняття

1. Навести приклад впливу реклами на суспільство. Проаналізувати, зробити висновки.
2. Навести приклад ролі реклами у маркетингу. Проаналізувати, зробити висновки.
3. Запропонувати елементи гіфт-маркетингу для будь-якої компанії.

Запитання для самоперевірки

1. Що таке реклама?
2. У чому полягає комунікативна роль реклами?
3. У чому полягає економічна роль реклами?
4. У чому полягає соціальна роль реклами?
5. У чому полягає ідеологічна роль реклами? У чому полягає освітня роль реклами?
6. У чому полягає психологічна роль реклами?
7. У чому полягає культурологічна роль реклами?
8. Які принципи реклами представлені в Законі України «Про рекламу»?
9. Як взаємопов'язані цілі маркетингу і реклами?
10. Як взаємопов'язані реклама і позиціонування?
11. Як взаємопов'язані реклама і брендинг?
12. Що таке гіфт-маркетинг?
13. Які стадії реалізації гіфт-маркетингу?
14. Хто є цільовою аудиторією гіфт-маркетингу?
15. Що таке трейд-маркетинг і яка його основна мета?
16. Які основні методи трейд-маркетингу, і як вони взаємопов'язані з рекламою?
17. Які види реклами використовує трейд-маркетинг?

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу
2. Підбір інформації (не менше 10 зразків реклами) щодо ролі реклами у маркетингу. Проаналізувати зразки за класифікаціями: за цільовою орієнтацією, за характером діяльності, залежно способу розповсюдження інформації, за ступенем охоплення споживачів, за предметом реклами, за комерційною складовою, за формою подачі.
3. Запропонуйте елементи гіфт-маркетингу (1-2 варіанти) для будь-якої компанії.
4. Зберегти матеріал у текстовому файлі або у вигляді короткої презентації.

Список літератури

1. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність : навч. посіб. – Полтава: РВВ ПДАА, 2018. – 230 с.
2. Закон України «Про рекламу». Верховна Рада України; Закон від 03.07.1996 № 270/96-ВР.
3. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Дергоусова А.О. Рекламний менеджмент: Навч. посібник / за ред. О.І. Зоріної. – Харків: УкрДУЗТ, 2015. – 257 с.
4. Попова Н. В. Основи реклами : навч. посіб. – Харків : Вид-во «ВДЕЛЕ», 2016. – 145 с.

Практичне заняття 2. Поняття і види комерційної реклами

План заняття

1. Навести приклади ефективної, на ваш погляд, комерційної реклами: стимулюючої та іміджевої. Прокоментувати. Зробити структурний аналіз
2. Запропонувати варіанти іміджевої реклами для самостійно обраної компанії.

Запитання для самоперевірки

1. Хто займався розповсюдженням усної античної реклами.
2. Образотворча символізація античних ремісників. Групи зображень

3. Варіанти вивісок, графіті.
4. Що таке альбум?
5. Назвіть види реклами у Стародавній Греції і Римі.
6. Фольклорні види усної реклами.
7. Що таке сіквес ?
8. Вплив на розвиток реклами початку книгодрукування
9. Закон, прийнятий англійським парламентом у 1752 р.
10. Назвіть найбільш відомі сучасні комерційні рекламні видання в Україні.
11. Дайте визначення комерційної реклами Предмет комерційної реклами?
12. Що таке ATL реклама?
13. Дайте визначення Інтегрованих маркетингових комунікацій

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу
2. Підбір інформації (не менше 20 зразків реклами за вибором) щодо прикладів ефективною комерційної реклами: стимулюючої та іміджевої. Прокоментувати. Зробити структурний аналіз.
3. Запропонувати варіанти іміджевої реклами (3-5) для самостійно обраної компанії (комунікативні канали, вид реклами).
4. Зберегти матеріал у текстовому файлі або у вигляді короткої презентації.

Список літератури

1. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність : навч. посіб. – Полтава : РВВ ПДАА, 2018. – 230 с.
2. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Дергоусова А.О. Рекламний менеджмент: Навч. посібник / за ред. О.І. Зоріної. – Харків : УкрДУЗТ, 2015. – 257 с.
3. Поліщук А.А. Теорія та практика дизайну : навч. посібник. – Київ: Київ, ун-т ім. Бориса Грінченка, 2015. – 212 с.
4. Попова Н. В. Основи реклами: навч. посіб. – Харків : Вид-во «ВДЕЛЕ», 2016. – 145 с.
5. Теорія та історія реклами : навч.-метод. посіб. / уклад.: Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко – Одеса : Фенікс, 2019. – 127 с.

Практичне заняття 3. Поняття і різновиди некомерційної реклами

План заняття

1. Основні види некомерційної реклами.
2. Навести приклади з основних напрямів некомерційної реклами.
Прокоментувати. Зробити композиційний і структурний аналіз.
3. Запропонувати концепцію антиалкогольної реклами або реклами проти куріння.

Запитання для самоперевірки

1. Що таке соціальна реклама?
2. Яка місія і призначення соціальної реклами?
3. Як визначається соціальна реклама в Законі України «Про рекламу»?
4. Яке обмеження накладає Закон України «Про рекламу» на соціальну рекламу?
5. Які типи організацій розповсюджують соціальну рекламу?
6. Який набір засобів розповсюдження реклами використовує соціальна реклама?
7. Що таке політична реклама?
8. Які функції виконує політична реклама?
9. Що таке інституційна реклама?
10. Що є об'єктом, суб'єктом політичної реклами?
11. У чому полягає мета політичної реклами?
12. Які способи впливу на аудиторію використовує політична реклама?
13. Що являє собою імідж в політичній рекламі?
14. Що таке державна реклама і в чому її специфіка?
15. Які завдання вирішує державна реклама?
16. Як класифікують державну рекламу?
17. Які типи державної реклами, що визначаються її цілями, ви знаєте?
18. Що таке територіальна реклама і для вирішення яких завдань її використовують?
19. Яка мета реклами територій?

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу
2. Підбір (не менше 10 зразків реклами за вибором) прикладів з основних напрямів некомерційної реклами. Прокоментувати. Зробити композиційний і структурний аналіз.
3. Запропонувати концепцію антиалкогольної реклами або реклами проти куріння (клаузура рекламного плакату – 3 варіанти).
4. Зберегти матеріал у текстовому файлі або у вигляді короткої презентації.

Список літератури

1. Закон України «Про рекламу». Верховна Рада України; Закон від 03.07.1996 № 270/96-ВР.
2. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність : навч. посіб. – Полтава: РВВ ПДАА, 2018. – 230 с.
3. Попова Н. В. Основи реклами : навч. посіб. – Харків : Вид-во «ВДЕЛЕ», 2016. – 145 с.

Практичне заняття 4. Поняття рекламного звернення та його складових

План заняття

1. Навести приклади реклами, що використовують мотивацію в рекламному зверненні. Проаналізувати їх.
2. Навести приклади тестемоніумів в рекламі. Проаналізувати їх.
4. Навести приклади використання стоперів у рекламі. Проаналізувати їх.
5. Запропонувати концепцію рекламного звернення у пропозиції нового товару фірми відомої марки за вибором.

Запитання для самоперевірки

1. Що таке рекламне звернення?
2. Які фактори відіграють головну роль у визначенні змісту рекламного звернення?
3. Які складові виділяють у рекламному повідомленні, і як ви їх розумієте?
4. Які види креативу розрізняють в рекламі?

5. Які рівні психологічного впливу реклами ви знаєте і в чому їх суть?
6. Які моделі рекламних звернень ви знаєте і яке їх значення?
7. Які рекламні формули ви знаєте?
8. Які є загальні правила розробки рекламних звернень?

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу
2. Знайти і проаналізувати приклади реклами, що використовують мотивацію в рекламному зверненні (не менше 5 прикладів).
3. Знайти приклади і проаналізувати тестемоніумів (2 приклади) в рекламі. Знайти і проаналізувати приклади використання стоперів (2 приклади) у рекламі.
4. Запропонувати концепцію рекламного звернення у пропозиції нового товару фірми відомої марки за вибором (2-3 варіанти звернень)
5. Зберегти матеріал у текстовому файлі або у вигляді короткої презентації.

Список літератури

1. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність : навч. посіб. – Полтава: РВВ ПДАА, 2018. – 230 с.
2. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Дергоусова А.О. Рекламний менеджмент: навч. посіб. / за ред. О.І. Зоріної. Харків: УкрДУЗТ, 2015. – 257 с.
3. Поліщук А.А. Теорія та практика дизайну : навч. посіб. – Київ : Київ, ун-т ім. Бориса Грінченка, 2015. – 212 с.
4. Попова Н. В. Основи реклами : навч. посіб. – Харків : Вид-во «ВДЕЛЕ», 2016. – 145 с.
5. Теорія та історія реклами : навч.-метод. посіб. / уклад. Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко – Одеса : Фенікс, 2019. – 127 с.

Практичне заняття 5. Канали рекламної комунікації та засоби сучасної реклами

План заняття

1. Обрати відому на ринку послуг компанію і проаналізувати засоби реклами продукції цієї компанії у різних каналах рекламної комунікації
2. Визначити вплив фірмового стилю на стилістику візуального ряду.
3. Запропонувати варіанти фірмового знаку за темою дизайн-проекту: символічний, знак-індекс, іконічний.

Запитання для самоперевірки

1. Які особливості має реклама в друкованих виданнях?
2. Що таке оригінал-макет?
3. Яким характеристикам повинен відповідати рекламний макет?
4. На які групи ділять поліграфічну рекламу, і що до них входить?
5. Які особливості має телевізійна реклама?
6. Які вимоги пред'являються до радіореклами?
7. Які характеристики має зовнішня реклама?
8. Основні види лайт-боксів
9. Що таке білборд і які є стандартні розміри білбордів?
10. Що таке сіті-формати і який у них стандартний розмір рекламного поля Дайте визначення рекламного ролику.
11. Що відносять до засобів внутрішньої реклами?
12. Як використовуються різні види транспорту в рекламному бізнесі?
13. Які рекламні носії застосовують в кінотеатрах?
14. Які способи реклами використовують в інтернеті?
15. Які переваги має ембієнт-реклама?

Завдання

1. Обрати відому на ринку послуг компанію і проаналізувати засоби реклами продукції цієї компанії у різних каналах рекламної комунікації (не менше 3 каналів)

2. Визначити вплив фірмового стилю на стилістику візуального ряду (не менше 5 прикладів: проаналізувати співвідношення стилістики фірмового блоку і фірмової документації, рекламних проспектів і інших рекламних засобів)

3. Запропонувати варіанти фірмового знаку за темою дизайн-проекту: символічний, знак-індекс, іконічний (клаузура)

Список літератури

1. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність : навч. посіб. – Полтава: РВВ ПДАА, 2018. – 230 с.

2. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Дергоусова А.О. Рекламний менеджмент: навч. посіб. / за ред. О.І. Зоріної. – Харків: УкрДУЗТ, 2015. – 257 с.

3. Поліщук А.А. Теорія та практика дизайну : навч. посіб. – Київ : Київ, ун-т ім. Бориса Гринченка, 2015. – 212 с.

4. Попова Н. В. Основи реклами : навч. посіб. – Харків : Вид-во «ВДЕЛЕ», 2016. – 145 с.

5. Прищенко С. В. Основи рекламного дизайну : підручник. 2-ге вид., випр. і доповн. – Київ : Видавничий дім «Кондор», 2019. – 400 с.

6. Каратаєва М. В. GOOGLE DOODLES – креолізація логотипу та частковий ребрединг у рекламному дискурсі URL:

Змістовий модуль 2. Основи дизайну реклами

Практичне заняття 6. Відображення історичних стилів і течій у рекламній поліграфії

План заняття

1. Афіша, як засіб друкованої реклами
2. Розробити афішу для культурної події у різних історичних стилях (2, 3 варіанти)

Запитання для самоперевірки

1. Що являє собою стилістика в рекламному креативі? Наведіть найвідоміші стилі реклами.

2. Що являє собою «знак» у рекламному креативі? Яких видів вони бувають? Наведіть приклади їх використання.
3. Розкажіть про міфологізацію та кодування як креативні напрямки рекламного структуралізму. Наведіть приклади.
4. Що являє собою стилістика в рекламному креативі? Назвіть стилі реклами.
5. Що являє собою «знак» у рекламному креативі? Яких видів вони бувають? Наведіть приклади їх використання.
6. Розкажіть про міфологізацію та кодування як креативні напрямки рекламного структуралізму. Наведіть приклади.
7. Основні види знаків у рекламі
8. Дайте визначення поняття графосеміотика.

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу.
2. Пошук аналогів. Розробка концепції афіши для культурної події у різних історичних стилях (2, 3 варіанти).
3. Розробити афішу засобами програми Adobe Illustrator або Adobe Photoshop для обраної культурної події. Формат А1.

Список літератури

1. Поліщук А.А. Теорія та практика дизайну : навч. посіб. – Київ : Київ, ун-т ім. Бориса Гринченка, 2015. – 212 с.
2. Прищенко С. В. Основи рекламного дизайну : підручник. 2-ге вид., випр. і доповн. – Київ : Видавничий дім «Кондор», 2019. – 400 с.
3. Посібник користувача Photoshop
<https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html>
4. Посібник користувача Adobe Illustrator.

Практичне заняття 7. Класичні макети рекламних повідомлень. Розробка рекламного плакату

План заняття

1. Плакат, як багатобарвне видання великого формату (формат А2), присвячене якому-небудь товару та (або) фірмі, що його випускає.

2. Розробити концепції плакатів заданої тематики з використанням різних варіантів макетування

Запитання для самоперевірки

1. Поясніть суть, цілі, завдання та закони дизайну реклами.
2. Назвіть типи реклами залежно від співвідношення ілюстрації і тексту.
3. Назвіть види ілюстрацій у рекламі та специфіку їх підготовки
4. Як здійснюється компонування візуальної та вербальної інформації в рекламних повідомленнях?
5. Назвіть форми рекламних ілюстрацій і їхні комбінації.
6. Охарактеризуйте кольорову гаму ілюстрування.
7. Як здійснюється забезпечення асоціативного впливу кольорових комбінацій?
8. Як здійснюється забезпечення змістового навантаження ілюстрацій у рекламі?
9. Як здійснюється забезпечення емоційного фону в рекламі?
10. Як підібрати персонажів для рекламного звернення? Назвіть характеристику персонажів та умови їх застосування.

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу
2. Розробити концепції плакату заданої тематики (іміджева реклама, реклама товару) з використанням різних варіантів макетування (клаузура).
3. Розробити рекламний плакат для відомого виробника за одним з варіантів розроблених концепцій засобами програм растрової або векторної графіки. Формат А2.

Список літератури

1. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність : навч. посіб. – Полтава: РВВ ПДАА, 2018. – 230 с.
2. Витале Д. Гипнотические рекламные тексты: как искушать и убеждать клиентов одними словами. М. : Эксмо, 2010. 164 с.

3. Гарфілд Б. Десять заповідей реклами; пер. с англ. СПб. : Пітер, 2006. 256 с.
4. Голубник Т. С. Друкована реклама як вид поліграфічної продукції. Наукові записки [Української академії друкарства], 2016. № 2. С. 105–111.
5. Закон України «Про рекламу». Верховна Рада України; Закон від 03.07.1996 № 270/96-ВР.
6. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Дергоусова А.О. Рекламний менеджмент: уавч. посіб. / за ред. О.І. Зоріної. – Харків : УкрДУЗТ, 2015. – 257 с.
7. Лесняк В. Графічний дизайн (основи професії). IndexMarket, 2011.
8. Newman Michael 22 Irrefutable Laws of Advertising: And When to Violate Them Paperback. Wiley, 2006. 320 p.
9. Поліщук А.А. Теорія та практика дизайну : навч. посібник. – Київ : Київ, ун-т ім. Бориса Грінченка, 2015. – 212 с.
10. Попова Н. В. Основи реклами : навч. посіб. – Харків : Вид-во «ВДЕЛЕ», 2016. – 145 с.
11. Прищенко С. В. Основи рекламного дизайну : підручник. 2-ге вид., випр. і доповн. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2019. 400 с.
12. Посібник користувача Photoshop
<https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html>
13. Посібник користувача Adobe Illustrator.

Практичне заняття 8. Персонажі в рекламному зверненні

План заняття

1. Розробити плакат заданої тематики (формат А2) з використанням обраного персонажу.

Запитання для самоперевірки

1. Поясніть суть, цілі, завдання та закони дизайну реклами.
2. Назвіть умовні типи реклами залежно від співвідношення ілюстрації і тексту.
3. Назвіть види ілюстрацій у рекламі та специфіку їх підготовки
4. Як здійснюється компонування візуальної та вербальної інформації в рекламних повідомленнях?

5. Назвіть форми рекламних ілюстрацій і їхні комбінації.
6. Охарактеризуйте кольорову гаму ілюстрування.
7. Як здійснюється забезпечення асоціативного впливу кольорових комбінацій?
8. Як здійснюється забезпечення змістового навантаження ілюстрацій у рекламі?
9. Як здійснюється забезпечення емоційного фону в рекламі?
10. Як підібрати персонажів для рекламного звернення?
11. Назвіть характеристики персонажів та умови їх застосування.

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу
2. Пошук аналогів
3. Розробити концепції плакату заданої тематики (формат А2) з використанням обраного персонажу (клаузура)
4. Розробити рекламний плакат за одним з варіантів розроблених концепцій засобами програм растрової або векторної графіки. Формат А2.

Список літератури

1. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність : навч. посіб. – Полтава: РВВ ПДАА, 2018. – 230 с.
3. Голубник Т. С. Друкована реклама як вид поліграфічної продукції. Наукові записки [Української академії друкарства], 2016. № 2. С. 105–111.
5. Закон України «Про рекламу». Верховна Рада України; Закон від 03.07.1996 № 270/96-ВР.
6. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Дергоусова А.О. Рекламний менеджмент: навч. посіб. / за ред. О.І. Зоріної. – Харків: УкрДУЗТ, 2015. – 257 с.
8. Лесняк В. Графічний дизайн (основы профессии). IndexMarket, 2011.
10. Поліщук А.А. Теорія та практика дизайну : навч. посіб. – Київ : Київ, ун-ім. Бориса Гринченка, 2015. – 212 с.
11. Попова Н. В. Основи реклами : навч. посіб. – Харків : Вид-во «ВДЕЛЕ», 2016. – 145 с.
12. Прищенко С. В. Основи рекламного дизайну : підручник. 2-ге вид.,

випр. і доповн. –Київ : Видавничий дім «Кондор», 2019. –400 с.

14. Посібник користувача Photoshop

<https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html>

15. Посібник користувача Adobe Illustrator.

Практичне заняття 9. Носії друкованої реклами. Розробка дизайну макета іміджевої реклами для білборда

План заняття

1. Рекламно-каталожні і рекламно-подарункові видання. Основний маркетинговий постулат fly cards

2. Розробити листівку заданої тематики, макет іміджевої реклами для білборда. (3 × 6 м, «Євростандарт»)

Запитання для самоперевірки

1. Основні технології друку рекламних зображень.
2. Недоліки і переваги паперових постерів.
3. Основний маркетинговий постулат fly cards
4. Формати листівок
5. Основні види лайт-боксів
6. Що таке білборд і які є стандартні розміри білбордів?
7. Що таке сіті-формати і який у них стандартний розмір рекламного поля
8. Вимоги до дизайну зовнішньої реклами

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу за темою рекламно-каталожні і рекламно-подарункові видання. Основний маркетинговий постулат fly cards.

2. Пошук аналогів листівки або білборда заданої тематики.

3. Розробити і обґрунтувати концепцію листівки заданої тематики або макету іміджевої реклами для білборда. (3 × 6 м, «Євростандарт»), клаузура 2-3 варіанти.

4. Розробити рекламну листівку або макет білборда за одним з

варіантів розроблених концепцій засобами програм растрової або векторної графіки. Формат А2.

Список літератури

1. Голубник Т. С. Друкована реклама як вид поліграфічної продукції. Наукові записки [Української академії друкарства], 2016. № 2. С. 105–111.
2. Закон України «Про рекламу». Верховна Рада України; Закон від 03.07.1996 № 270/96-ВР.
3. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Дергоусова А.О. Рекламний менеджмент: навч. посіб. / за ред. О.І. Зоріної. – Харків: УкрДУЗТ, 2015. – 257 с.
4. Мхітарян Н.М., Ковальов Ю.М., Малік Т.В та ін. Дизайн середовища міста: багатокритеріальна оптимізація та розумні технології: підручник. – Київ : Наукова думка, 2021. – 628 с.
5. Поліщук А.А. Теорія та практика дизайну : навч. посіб. Київ : Київ, ун-т ім. Бориса Грінченка, 2015. –212 с.
6. Попова Н. В. Основи реклами : навч. посіб. – Х. : Вид-во «ВДЕЛЕ», 2016. – 145 с.
7. Прищенко С. В. Основи рекламного дизайну : підручник. 2-ге вид., випр. і доповн. – Київ : Видавничий дім «Кондор», 2019. – 400 с.
8. Поліха Л. Графічні константи серійної реклами як ефективний спосіб комунікації. Теле- та радіожурналістика, 2011. Вип. 10. С. 173–177.
9. Сафронова О.О. Сучасні технології дизайн-діяльності : навчальний посібник – Київ : КНУТД, 2019. – 208 с
10. Куклевич Л.І. Робота в програмі верстки AdobeInDesign <https://naurok.com.ua/robova-v-programi-verstki-adobeindesign-192017.html>
11. <https://bazilik.media/nestandartni-reklamni-rishennia-mcdonald-s/>

Практичне заняття 10. Розробка рекламного буклету

План заняття

1. Розробити дизайн рекламного буклету заданої тематики. Підібрати варіанти інфографіки.

Запитання для самоперевірки

1. Поняття і формати рекламних буклетів.
2. Програмне забезпечення для створення рекламного буклета
3. Засоби програми InDesign для макетування
4. Можливості програми щодо створення і редагування шаблонів сторінки

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу
 2. Пошук аналогів буклетів обраної тематики
 3. Розробити і обґрунтувати концепцію макета рекламного буклету обраної компанії
 4. Підібрати варіанти ілюстративного матеріалу і інфографіки.
 5. Розробити рекламний буклет засобами програми InDesign.
- Кількість сторінок-4 (з обкладинкою). Формат А5. Зберегти у форматі pdf
6. Визначити тираж, матеріал, технологію друку.

Список літератури

1. Голубник Т. С. Друкована реклама як вид поліграфічної продукції. Наукові записки [Української академії друкарства], 2016. № 2. – С. 105–111.
2. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Дергоусова А.О. Рекламний менеджмент: навч. посіб. / за ред. О.І. Зоріної. – Харків: УкрДУЗТ, 2015. – 257 с.
3. Лесняк В. Графічний дизайн (основи професії). IndexMarket, 2011.
4. Прищенко С. В. Основи рекламного дизайну : підручник. 2-ге вид., випр. і доповн. – Київ : Видавничий дім «Кондор», 2019. – 400 с.
5. Куклевіч Л.І. Робота в програмі верстки AdobeInDesign <https://naurok.com.ua/robota-v-programi-verstki-adobeindesign-192017.html>

Індивідуальне завдання

Тематика та зміст завдання: розробити дизайн і текстову складову (рекламне звернення) іміджевої і інформаційної реклами (не менше 3-х варіантів) для фірми або закладу за тематикою дизайн-проекту (або за тематикою, затвердженою викладачем) для наступних носіїв: плакат, листівка (флаєр), білборд, буклет.

Вимоги до виконання: роботи виконуються в кольорі з дотриманням вимог до дозволу і розміру друкованої рекламної продукції. Програмні засоби: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign.

Роботи здаються в електронному вигляді, а також роздруковуються на папері формату А4 з дотриманням відповідного масштабу для плакатів і білбордів.

Приклади плакатів і афіш (подієвий плакат) різної тематики



Рис. 1. Жюль Шере. Рекламний плакат для "Musée Grévin" (фр.), 1888 рік

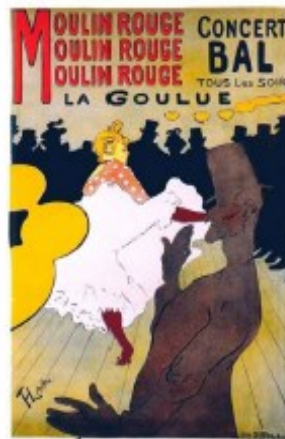


Рис. 2. Анрі де Тулуз-Лотрек. Рекламний плакат для Мулен Руж з Ла Гулю, 1891 рік

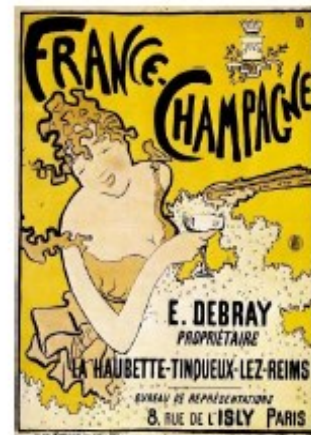


Рис. 3. П'єр Боннар. Афіша французького шампанського, 1889 рік



Рис. 4. WWF. Компанія проти масового вимирання тварин, 2018 рік



Рис. 5. ТМ Чернігівське. Соціальна реклама проти водіння в нетверезому стані, 2011 рік



Рис. 6. Міжнародна правозахисна організація Amnesty International, 2015 рік

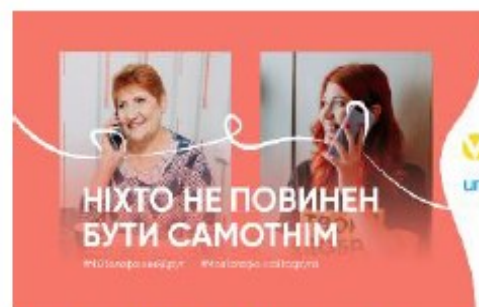


Рис. 7. ЮНІСЕФ та "Українська Волонтерська Служба", 2020 рік

Формати і приклади розробки зовнішньої реклами (білборд, сітілайт)

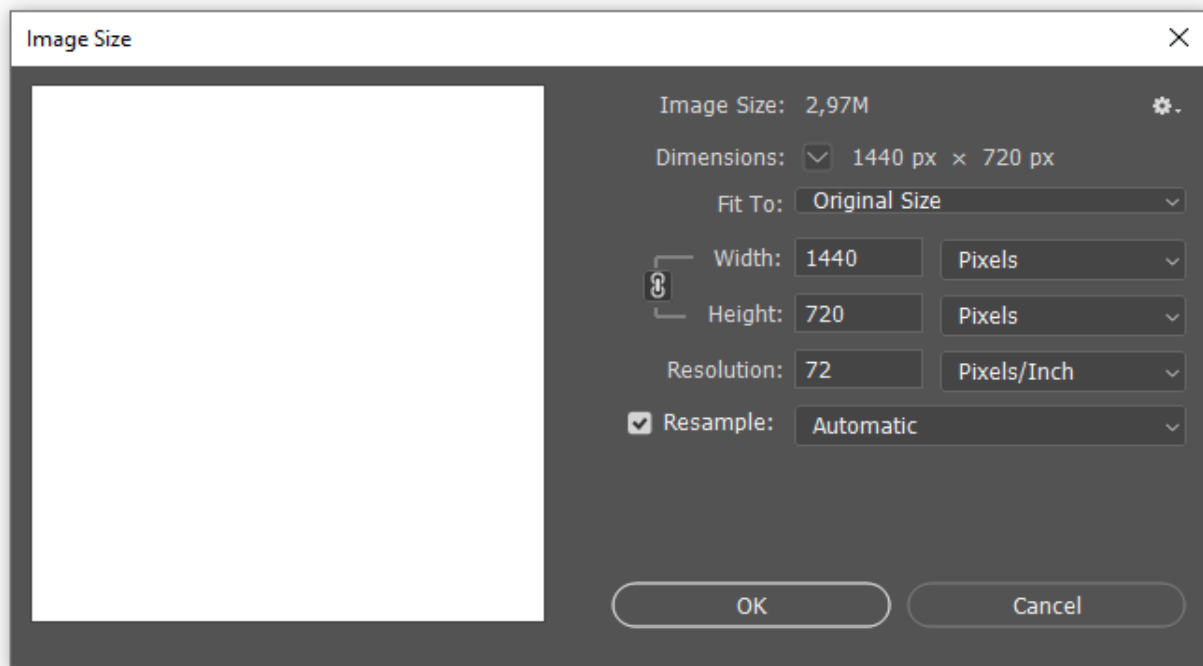
Формат білборда: співвідношення висота : ширина

1:2 (3x6)

1:4 (3x12)

Сітілайт: 1.8 x 1.2 м

Щоб швидко працювати і пересилати створюємо демоверсію розміром, наприклад :



Вимоги до композиції:

Зовнішня реклама (Outdoor Advertising) дозволяє впливати на потенційного споживача на вулиці. Її розміщують на перехрестях, уздовж доріг, тротуарів.

Часовий фактор впливу реклами: час доби, коли потенційний споживач зазвичай проходить, проїжджає повз рекламного звернення.

Основними перевагами зовнішньої реклами є: масовість, відносно невисока вартість, висока частота повторних контактів. Недолік – обмеження творчого характеру (повідомлення повинні бути короткими).

Звернення для зовнішньої реклами складають так, щоб пішоходи або автомобілісти зуміли зрозуміти його зміст за дуже короткий час. Тому зображення повинне привернути увагу, текст повинен бути коротким і незабутнім. Дослідження говорять, що за перший тиждень розміщення зовнішньої реклами її побачить 80% аудиторії, до кінця місяця – 89,2%.

Вимоги до макету для зовнішньої реклами:

- інформація в макеті повинна бути компактною за формою і змістом, щоб її можна було встигнути засвоїти за 3 секунди.
- слоган повинен бути коротким – не більше 3-4 слів.
- у макеті повинно використовуватися не більше 1-2 зображень.
- у макеті необхідно мінімізувати адресний блок і використовувати тільки ключовий спосіб контакту.
- у макеті не можна використовувати будь-які тексти-пояснення.
- колірна гамма макету повинна вибиратися, виходячи з часу року і, відповідно, того фону, який буде переважати під час проведення рекламної кампанії.
- ідея повинна бути зрозуміла з першого погляду.



Рис. 14. Приклади за посиланням.

<https://create.vista.com/uk/templates/all-formats/білборд/?page=2>
<https://adv-aimgroup.com.ua/uk/gallery>



bubbles
RESTAURANT & CLUB

- Restaurant & Concert hall
- Show kitchen & dining zone
- Champagne Terrace
- City Cafe
- Cigar Room
- Private cinema rooms

Улица Артема, 20 Тел: 288-18-88

Виробництво та продаж

- ✓ ковдр,
- ✓ подушок,
- ✓ постільної білизни європейської якості

☎ 228-58-58
www.bilana.com.ua



Гарний день починається з ночі...

Рис. 15. Приклади реалізованих проектів (Сафронова О.О., 2012 р.)

БІЛБОРДИ



1744bea0286fcb9670629f6d2d3eac58a36f8fba24db09d8df77dae3c.jpg



Рис. 16. Білборди в міському середовищі



Рис. 17. Приклади іміджевих білбордів <https://bazilik.media/nestandartni-reklamni-rishennia-mcdonald-s/>



Рис. 18. Приклади білбордів і сітілайтів

Навчально-методичне видання

ОСНОВИ РЕКЛАМИ

Методичні вказівки

до практичних занять та індивідуального завдання
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти спеціальності 023 «Образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво, реставрація»

Укладачі: **Сафронова** Олена Олексіївна,
Пластара Оксана Петрівна

Комп'ютерне верстання *А. П. Селівестрової*

Ум. друк. арк. 1,63. Обл.-вид. арк. 1,75
Електронний документ. Вид № 18/V-25.

Виконавець і виготовлювач
Київський національний університет будівництва і архітектури
Проспект Повітряних Сил, 31, Київ, Україна, 03680

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК № 808 від 13.02.2002 р