

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

« *04* » *09* О. Б. Жильцов 2020 р.



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**ГРАФІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ:**  
**WEB дизайн**

для студентів

Спеціальності *061 Журналістика*

Освітнього рівня *першого (бакалаврського)*

Освітньої програми *061.00.02 "Реклама і зв'язки з громадськістю"*

Київ - 2020



**Розробники:**

Яремчук Олег Михайлович, ст. викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка

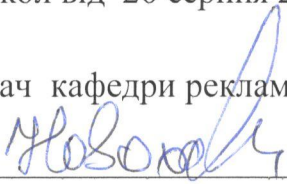
**Викладач:**

Яремчук Олег Михайлович, ст. викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка.

Протокол від 26 серпня 2020 року № 1

Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю



Л.М.Новохатько

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

26 серпня 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми



М.М.Нетреба

Робочу програму перевірено

27 серпня 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи



О.А.Росінська

Пролонговано

на 2020/2021 н.р. підпис (ПБ), «26» 082020 р., протокол № 1

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_»\_\_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	3/90	-
Курс	2	-
Семестр	3	-
Кількість змістових модулів з розподілом	3	-
Обсяг кредитів	3	-
Обсяг годин, в тому числі:	90	-
Аудиторні	42	-
Модульний контроль	6	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	42	-
Форма семестрового контролю	залік	-

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета:** формувати теоретичну базу та базові практичні навички фахівця із реклами та зв'язків з громадськістю через ознайомлення і засвоєння базових положень науково-прикладної дисципліни «WEB-Дизайн», основних тенденцій WEB-дизайну та відповідним інструментарієм, розширити знання та вміння студентів користуватися комплексом засобів, пов'язаних з професійною діяльністю.

### **Завдання дисципліни передбачають такі процеси:**

розвивати додаткові фахові компетентності для спеціалізації «Digital продакшн»:

- ДФК-2. Знання основ digital індустрії, здатність формувати Digital стратегії та застосовувати відповідний інструментарій при виробництві і просуванні контенту. Володіння 3D технологіями в рекламі, інструментарієм WEB-дизайну.

Фахові компетентності формуються у Центрі мультимедійних технологій Інституту журналістики Університету Грінченка.

## 3. Програмні результати навчання за дисципліною.

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких *програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»:*

ДПРН-2 Для спеціалізації «Digital продакшн». Знання основ digital індустрії, здатність формувати Digital стратегії та застосовувати відповідний

інструментарій при виробництві і просуванні контенту. Володіти 3D технологіями в рекламі, інструментарієм WEB-дизайну.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен:

- розуміти основні поняття та визначення пов'язані з поняттями «WEB-дизайн», «UI-дизайн» та «інструментарій WEB-дизайну»;
- знати вимоги та тенденції щодо сучасного оформлення інтерфейсів;
- володіти базовими технологіями формування візуальних засобів Інтернет ресурсів та користувацьких інтерфейсів;
- володіти засобами та інструментаріями створення та редагування Інтернет ресурсів та користувацьких інтерфейсів.
- здійснювати ефективний пошук потрібної інформації в друкованих виданнях, інформаційних базах та мережі Internet;
- використовувати можливості програмного забезпечення (Adobe Photoshop/Illustrator/DreamWaver та ін.) для реалізації прикладних професійних завдань;
- створювати та оформлювати Інтернет ресурси.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

№ теми	Назви теоретичних розділів	Розподіл годин між видами робіт					
		Усього	Аудиторних			Модульний контр	Самостійна робота
			Лекції	Семінари	Практична		
<b>Модуль I. ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ WEB-РЕСУРСІВ</b>							
1	Засоби формування WEB-ресурсів в епоху Web 1.0 та Web 2.0	16	4	2	2		8
2	Засоби формування WEB-ресурсів в епоху Web 3.0	12	2		4		6
	<b>Модульна контрольна робота №1</b>	2				2	
	<i>Разом</i>	<b>30</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>14</b>
<b>Модуль II. ОСНОВИ UI</b>							
3	Інструментарій web-дизайну	12	2	2	2		6
4	Дизайн Landing Page	16	2	2	4		8
	<b>Модульна контрольна робота №2</b>	2				2	
	<i>Разом</i>	<b>30</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>14</b>
<b>Модуль III. ТИПОЛОГІЯ WEB-РЕСУРСІВ</b>							
5	Дизайн сайтів візитівок.	12	2	2	2		6
6	Дизайн сайтів електронної комерції	16	2	2	4		8
	<b>Модульна контрольна робота №3</b>	2				2	
	<i>Разом</i>	<b>30</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>14</b>
	<b>Всього за навчальним планом</b>	<b>90</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	

## **5. Програма навчальної дисципліни**

### **Модуль I.**

#### **ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ WEB-РЕСУРСІВ**

##### **Тема 1. Засоби формування WEB-ресурсів в епоху Web 1.0 та Web 2.0.**

Історія зародження та розповсюдження інтернет-технологій. Служба WWW. Етапи розвитку інформаційних технологій та візуальних засобів. Основні поняття та визначення: поняття Hypertext Markup Language (HTML), WEB-ресурси, WEB-технології, CSS та ін.. Типологія та класифікація технологічних засобів в епоху Web 1.0 та Web 2.0. Основні об'єкти Інтернету.

##### **Тема 2. Засоби формування WEB-ресурсів в епоху Web 3.0**

Основні поняття та визначення: поняття Bootstrap, Lavala, Yii, ін.. Історія виникнення нових технологій в оформленні WEB-ресурсів. Типологія та класифікація класифікація технологічних засобів в епоху Web 3.0 Етапи розвитку та тенденції.

### **Модуль II. ОСНОВИ UI**

##### **Тема 3. Інструментарій web-дизайну**

Огляд сучасного інструментарію розробки web-дизайну і сервісів, які спрощують, пришвидшують роботу та допомагають підвищити її ефективність. Конструктори веб-ресурсів та користувацьких інтерфейсів. Особливості використання наборів елементів для створення макетів сайтів та прототипування інтерфейсів. Системи управління контенту (CMS) та особливості організації контенту.

##### **Тема 4. Дизайн Landing Page**

Специфіка та особливості практичного використання Landing Page. Особливості веб-дизайну в розробці Landing Page. Інструментарій та технології в розробці Landing Page. Типологія та класифікація базових одиниць Landing Page. Структура та принципи організації елементів веб-ресурсу Landing Page. Підготовка матеріалів та розробка дизайну Landing Page.

### **Модуль III. ТИПОЛОГІЯ WEB-РЕСУРСІВ**

##### **Тема 5. Дизайн сайтів візитівок**

Роль сайту візитівки. Специфіка та особливості практичного використання сайту візитівки. Особливості веб-дизайну в розробці сайту візитівки. Інструментарій та технології в розробці сайту візитівки. Принципи організації структури та елементів веб-ресурсу сайту візитівки. Підготовка матеріалів та розробка дизайну сайту візитівки.

##### **Тема 6. Дизайн сайтів електронної комерції**

Роль електронна комерція. Специфіка та особливості практичного використання сайту електронної комерції. Напрямки веб-дизайну в розробці сайту електронної комерції в цифровому просторі. Інструментарій та технології в розробці сайту електронної комерції. Принципи організації структури та

елементів веб-ресурсу електронної комерції. Підготовка матеріалів для розробки дизайну картки продукту та веб-ресурсу.

## 6. Контроль навчальних досягнень

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	3	3	2	2	2	2
Відвідування на семінарських занятті	1	1	1	2	2	2	2
Відвідування лабораторного заняття	1	3	3	3	3	3	3
Робота на семінарському занятті	10	1	10	2	20	2	20
Робота на практичному занятті							
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	10	3	30	3	30	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ							
<i>Разом</i>	281		87		97		97
Максимальна кількість балів	281						
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $281:100=2,81$ Студент набрав: 252 балів Оцінка: $252:2,81 = 90$ балів А						

### 6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

#### Модуль I.

#### Тема 1-2. ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ WEB-РЕСУРСІВ

1. Скласти загальний перелік сучасних технологій для розробки візуальної частини веб-ресурсів.
2. Зробити порівняльну характеристику можливостей та перспективи розвитку.
3. Оцінити переваги та недоліки сучасних технічних засобів формування веб-ресурсів.
4. Оцінити перспективи використання сучасних технічних засобів формування веб-ресурсів.

#### Модуль II.

#### Теми 3-4. ОСНОВИ UI

1. Скласти перелік базових інструментів формування веб-ресурсів та користувацьких інтерфейсів.

2. Освоїти навички роботи з програмними засобами та відповідним інструментарієм для створення та редагування web-ресурсів та користувацьких інтерфейсів.
3. Ознайомитися зі структурою та візуальними засобами елементів сайтів Landing Page.
4. Розробити пакети пропозицій з оформлення графічно-текстової інформації Landing Page.

### **Модуль III.**

#### **Теми 5-6. ТИПОЛОГІЯ WEB-РЕСУРСІВ**

1. Ознайомитися зі структурою та візуальними засобами елементів сайтів візитівок.
2. Розробити пакети пропозицій з оформлення графічно-текстової інформації сайтів візитівок.
3. Ознайомитися зі структурою та візуальними засобами елементів сайтів електронної комерції.
4. Розробити пакети пропозицій з оформлення графічно-текстової інформації сайтів електронної комерції.

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими *критеріями*:

- 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 поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- 6) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання, творчий підхід та ініціативність у виконанні завдання.

#### **6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання**

Форма – модульна контрольна робота. 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, передбачає використання набутих теоретичних знань та практичних навичок: відповіді на запитання, створення документаційної бази по власним проєктам, презентація проєктів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 3, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на лекційних, семінарських, лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

*Орієнтовні практичні завдання модульних контрольних робіт*

1. Розробити орієнтовну структуру навігаційного меню web-ресурсу комерційної, політичної та державної структури.
2. Підготувати пропозиції дизайну блоку header web-ресурсу.
3. Підготувати пропозиції дизайну блоку footer web-ресурсу.
4. Підготувати пропозиції дизайну блоку body web-ресурсу.
5. Підготувати пропозиції дизайну блоку side-bar web-ресурсу.
6. Підготувати пропозиції дизайну Landing Page.
7. Підготувати пропозиції дизайну сайту візитівки.
8. Підготувати пропозиції дизайну картки товару.
9. Підготувати пропозиції дизайну сайту електронної комерції.

Кількість балів за одну МКР – 25 балів, залежить від дотримання таких *вимог*:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

#### **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 знань студентів проводиться у формі заліку з навчальної дисципліни «Графічні технології», в якій змістовий модуль «WEB дизайн» є одним з двох. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, модульні контрольні роботи. Визначається за результатами поточної роботи.

#### **6.5. Шкала відповідності оцінок**

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59



## 7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Базова

1. Биченкова У., Кудінова Н., Соломадіна А. Знак. Українські товарні знаки 1960-80-х років. Харків : IST Publishing, 2019. 160 с.
2. Гевін Емброуз, Ніл Леонард. Основи. Графічний дизайн 03. Генерування ідей : пер. Марія Мельник, Вероніка Пугач. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.
3. Гладкий А. Веб-Самоделкин. Как самому создать сайт быстро и профессионально. С.-Петербург : Питер, 2012. 250 с.
4. Кроудер, Дэвид Создание веб-сайта для чайников. Издательство. Вильямс, 2009. 352 с.
5. Коньк Д., Рендер С. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса. Киев : ООО «Компания ЛИК», 2011. 120 с.
6. Кубрак Н.Р., Демцюх Л.А. Інноваційна реклама як ефективний спосіб просування товару. Львів : Національний університет «Львівська політехніка». 2011. URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16187/1/37\\_Kubrak\\_76\\_76\\_Modern\\_Problems\\_.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16187/1/37_Kubrak_76_76_Modern_Problems_.pdf) (дата звернення: 18.08.2020).
7. Лесняк В. Відтворення шрифтової спадщини. 40 оригінальних шрифтів. Київ : ArtHuss, 2020. 160 с.
8. Фельке-Моррис Т. Большая книга веб-дизайна : пер. с англ. Н.А. Райтмана. Москва : Эксмо, 2012. 608 с. +1 CD. (Мировой компьютерный бестселлер).
9. Фримен Э., Фримен Э. Изучаем HTML, XHTML и CSS. С.-Петербург : Питер, 2012. 656 с.

### Допоміжна

10. Пользователи Интернет в Украине: характеристики и прогноз численности [электронный ресурс] // InMind factor group. – URL: <http://www.inmind.com.ua/press/publications/188/>
11. Рагимова С. Найди меня, если сможешь [Электронный ресурс] / С.Рагимова // Sostav.ru . - URL: <http://www.sostav.ru/articles/2010/06/16/ko1/>

### 15. Інформаційні ресурси

12. Для тех кто делает сайты [электронный ресурс] // [Самоучитель HTML4](http://htmlbook.ru/samhtml) URL: <http://htmlbook.ru/samhtml>
13. Для тех кто делает сайты [электронный ресурс] // [Самоучитель CSS](http://htmlbook.ru/samcss) URL: <http://htmlbook.ru/samcss>
14. Интернет в Украине [электронный ресурс] // Википедия. – URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82\\_%D0%BD%D0%B0\\_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82_%D0%BD%D0%B0_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5)