

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра видавничої справи

З А Т В Е Р Д Ж У Ю
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б.Жильцов
« 04 » « 09 » 2017 року



РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
Принципи створення логобуку
Творчі майстерні.

Спеціальність 061 «Журналістика»

галузі знань 06 «Журналістика»

освітня програма Реклама та зв'язки з громадськістю

Інститут журналістики



2017-2018 рік

Робоча програма «Принципи створення логобуку» для студентів за спеціальністю 061 «Журналістика», галузі знань 06 «Журналістика», освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю», 2017 року. – 17 с.

Розробник: старший викладач кафедри видавничої справи І. В. Женченко

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол № 1 від 29 серпня 2017 року

Завідувач кафедри видавничої справи  Л. Г. Масімова

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи  О. А. Росінська

© Університет Грінченка, 2017 рік

© І. В. Женченко, 2017

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	5
Структура програми навчальної дисципліни	
I. Опис предмета навчальної дисципліни	6
II. Тематичний план навчальної дисципліни	7
III. Програма	8
<i>Змістовий модуль I</i>	8
IV. Навчально-методична карта дисципліни «Принципи створення логобуку»	9
V. Плани практичних занять	10
VI. Завдання для самостійної роботи	12
VIII. Система поточного та підсумкового контролю	13
IX. Методи навчання	15
X. Методичне забезпечення курсу	16
XI. Питання до заліку	16
XII. Рекомендована література	17

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни «Принципи створення логобуку» є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено на кафедрі видавничої справи на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів журналістських спеціальностей відповідно до навчального плану денної форми навчання.

Програма визначає обсяги знань, які повинні опанувати студенти відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Принципи створення логобуку», необхідне методичне забезпечення, складники та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Метою навчальної дисципліни є освоєння студентом комплексу теоретичних знань і практичних навичок роботи з логобуком як основним документом по роботі з логотипом в рекламній компанії.

Завдання курсу:

- вивчити особливості створення логобуку у системі фірмового стилю;
- ознайомитися із вимогами до основних структурних елементів логобуку;
- навчитися створювати товарний знак як фундамент графіки фірмового стилю.

Під час практичних занять, індивідуальної та самостійної практичної роботи студенти повинні набути таких **компетентностей**:

програмних:

- уміння застосовувати знання на практиці;
- здатність виконувати практичні роботи в групі під керівництвом лідера, з дотриманням суворої дисципліни;

загально-професійних:

- здатність генерувати нові ідеї у професійній сфері;

спеціалізовано-професійних:

- здатність аналізувати дизайн-концепцію видання, місце в ній структурно виражальних компонентів, уміння їх фахово оцінювати, оптимізувати;

Програмні результати навчання:

- здатність вмотивовано обирати структурні, графічні, шрифтові та інші рішення дизайн-концепції видання;
- здатність створювати якісний видавничий продукт;

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 30 год., із них 4 год. – лекції, 10 год. – практичні заняття, 1 год. – модульний контроль, 15 год. – самостійна робота.

Вивчення студентами навчальної дисципліни «Принципи створення логобуку» завершується складанням заліку.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предметом навчальної дисципліни «Принципи створення логобуку» є особливості створення різних елементів логобуку як основи фірмового стилю компанії.

Курс:	Напрямок, спеціальність, освітньо- кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>1 кредитів</i> Змістові модулі: <i>1 модуль</i> Загальний обсяг дисципліни (години): <i>30 годин</i> Тижневих годин: <i>2 години</i>	Шифр та назва галузі знань 061 «Журналістика» Освітня програма: Реклама та зв'язки з громадськістю Освітньо- кваліфікаційний рівень <i>"бакалавр"</i>	Нормативна Рік підготовки: 2. Семестр: 3. Аудиторні заняття: 14 годин, з них: Лекції: <i>4 годин</i> Практичні заняття: <i>10 годин</i> Модульні контрольні роботи: 2 години Самостійна робота: 14 годин Вид контролю: -

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних		Модульний контроль	Самостійна робота	Підсумковий контроль
Змістовий модуль І									
Типографіка як наука про мистецтво шрифтів									
1.1	Товарний знак, логотип у системі фірмового стилю	2	2	2					
	Особливості розроблення окремих елементів логобуку	2	2	2					
1.2	Структура логобуку. Особливості побудови окремих елементів								
	Створення основного зображення, основних та додаткових версій логотипу	2	2		2				
	Обґрунтування пропорцій, розмірів та колірного рішення логотипу	2	2		2				
	Створення чорно-білої версії логотипу, добір фірмових кольорів	2	2		2				
	Розроблення варіантів неприпустимого використання логотипу	2	2		2				
	Підготовка до друку логобуку	2	2		2				
1.3	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом за навчальним планом	30	14	4	10		2	14	

III. ПРОГРАМА

Змістовий модуль I

ЛОГОБУК ЯК ОСНОВА ПРАВИЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПУ

Тема 1. ЛОГОБУК ЯК СКЛАДНИК БРЕНДБУКУ

Лекція 1. Товарний знак, логотип у системі фірмового стилю (2 год.)

Різниця між логобуком і брендбуком. Види товарних знаків: зображувальні (на основі абстрактних зображень, ліній, фігур, композицій орнаментального характеру, шрифтових одиниць і цифр, композиційного поєднання названих елементів), словесні (розроблені на базі слів функціональної мови розроблені, на базі штучно створених слів), комбіновані, об'ємні.

Тема 2. СТРУКТУРА ЛОГОБУКУ

Лекція 2. Особливості розроблення окремих елементів логобуку (2 год.)

Базові візуальні стандарти логобуку. Основні елементи в структурі логобуку: основне зображення логотипу, основні версії логотипу, додаткові версії логотипу, побудова логотипу, пропорції логотипу, безпечне поле (відступи), розміри логотипу, колірні рішення логотипу, використання логотипу на різних колірних фонах, неприпустиме використання логотипу, фірмові кольори, шрифт в логотипі.

Практичне заняття 1. Створення основного зображення, основних та додаткових версій логотипу (2 год.)

Практичне заняття 2. Обґрунтування пропорцій, розмірів та колірних рішень логотипу (2 год.)

Практичне заняття 3. Створення чорно-білої версії логотипу, добір фірмових кольорів (2 год.)

Практичне заняття 4. Розроблення варіантів неприпустимого використання логотипу (2 год.)

Практичне заняття 5. Підготовка до друку логобуку (2 год.)

IV. Навчально-методична карта дисципліни «Принципи створення логобуку»

Разом: 30 год., лекції – 4 год., практичні заняття – 10 год.,
самостійна робота – 14 год., мк – 2 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI
Модулі	Змістовий модуль I										
Назва модуля	Логобук як основа правильного використання логотипу										
Кількість балів за модуль	97 б.										
Лекції	відвідування – 2 б.										
Теми лекцій	Виникнення письма. Товарний знак, логотип у системі фірмового стилю. – 1 б.	Особливості розроблення окремих елементів логобуку. – 1 б.									
Теми практичних занять			Створення основного зображення, основних та додаткових версій логотипу – 1+10 б.	Обґрунтування пропорцій, розмірів та кольорового рішення логотипу 1+10 б.	Створення чорно-білої версії логотипу, добір фірмових кольорів 1+10 б.	Розроблення варіантів неприпустимого використання логотипу 1+10 б.	Підготовка до друку логобуку 1+10 б.				
Самостійна робота	5х3=15 б.										
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.										

У. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль I

Практичне заняття 1. Створення основного зображення, основних та додаткових версій логотипу (2 год.)

План

1. Вимоги до основного зображення.
2. Вимоги до додаткових версій логотипу.
3. Робота над мікрозамальовками.

Література

Основна:

1. *Гордон Ю.* Книга про букви от Аа до Яя / Юрий Гордон. – М. : Изд-во студии Артемия Лебедева, 2006.
2. *Женченко І. В.* Комп'ютерна графіка : Adobe Photoshop CS6 : інтеракт. Навч.-практ. посіб. / І. В. Женченко, М. І. Женченко. — К. : Жнець, 2015. — 104 с. : іл.
3. *Мікула О.* . Проектування товарного знака : метод. реком. – К., 2012.
4. *Савін В.* Фірмові графічні константи : метод. реком. – К., 2007.
5. *Торгові марки та фірмові найменування від "А" до "Я"* [Текст] / авт.-упоряд. В. Болгов ; Українська академія геральдики, товарного знаку та логотипу. - К. : [б.в.], 2001. - 184 с.
6. *Бренд бук, brand book* - руководство по развитию бренда. Лого бук (logo book) [Електронний ресурс] // Brandmark. – Режим доступу: <http://www.brandmark.ua/index.php?p=56>

Додаткова:

1. *Буковецкая О.* Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет / О. Буковецкая. — М. : ДМК, 2000. — 304 с.
2. *Принг, Роджер.* Энциклопедия шрифтовых эффектов в Photoshop : пер. с англ. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. — 368 с.

Практичне заняття 2. Обґрунтування пропорцій, розмірів та колірного рішення логотипу (2 год.)

План

1. Шрифтові ефекти в логотипах.
2. Колірні рішення логотипу.

Література

Основна:

1. *Гордон Ю.* Книга про букви от Аа до Яя / Юрий Гордон. – М. : Изд-во студии Артемия Лебедева, 2006.
2. *Женченко І. В.* Комп'ютерна графіка : Adobe Photoshop CS6 : інтеракт. навч.-практ. посіб. / І. В. Женченко, М. І. Женченко. — К. : Жнець, 2015. — 104 с. : іл.
3. *Логотип* [Текст] / Б. Эльбрюнн ; пер. с фр. Н. М. Баженова. - СПб. : Издательский Дом "Нева" ; М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2003. – 128 с.: ил. – (Школа бизнеса). – Библиогр.: 123-127.
4. *Мікула О.* . Проектування товарного знака : метод. реком. – К., 2012.
5. *Савін В.* Типографіка : навч. посіб. / В. Савін. – К. : Вересень, 2003.

6. *Савін. В.* Фірмові графічні константи : метод. реком. – К., 2007.

Додаткова:

7. *Буковецкая О.* Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет / О. Буковецкая. — М. : ДМК, 2000. — 304 с.
8. *Принг, Роджер.* Энциклопедия шрифтовых эффектов в Photoshop : пер. с англ. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. — 368 с.

Практичне заняття 3. Створення чорно-білої версії логотипу, добір фірмових кольорів (2 год.)

План

1. Поняття «фірмовий колір».
2. Вимоги до чорно-білої версії логотипу.

Література

Основна:

1. *Гордон Ю.* Книга про буквы от Аа до Яя / Юрий Гордон. — М. : Изд-во студии Артемия Лебедева, 2006.
2. *Женченко І. В.* Комп'ютерна графіка : Adobe Photoshop CS6 : інтеракт. Навч.-практ. посіб. / І. В. Женченко, М. І. Женченко. — К. : Жнець, 2015. — 104 с. : іл.
3. *Мікула О.* . Проектування товарного знака : метод. реком. — К., 2012.
4. *Савін В.* Типографіка : навч. посіб. / В. Савін. — К. : Вересень, 2003.
5. *Савін. В.* Фірмові графічні константи : метод. реком. — К., 2007.

Додаткова:

3. *Буковецкая О.* Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет / О. Буковецкая. — М. : ДМК, 2000. — 304 с.
4. *Принг, Роджер.* Энциклопедия шрифтовых эффектов в Photoshop : пер. с англ. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. — 368 с.

Практичне заняття 4. Розроблення варіантів неприпустимого використання логотипу (2 год.)

План

1. Поняття «неприпустиме використання логотипу».
2. Варіанти неприпустимого використання логотипу.

Література

Основна:

1. *Гордон Ю.* Книга про буквы от Аа до Яя / Юрий Гордон. — М. : Изд-во студии Артемия Лебедева, 2006.
2. *Мікула О.* . Проектування товарного знака : метод. реком. — К., 2012.
3. *Савін В.* Типографіка : навч. посіб. / В. Савін. — К. : Вересень, 2003.
4. *Савін. В.* Фірмові графічні константи : метод. реком. — К., 2007.

Додаткова:

5. Буковецкая О. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет / О. Буковецкая. — М. : ДМК, 2000. — 304 с.
6. Принг, Роджер. Энциклопедия шрифтовых эффектов в Photoshop : пер. с англ. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. — 368 с.

Практичне заняття 5. Підготовка до друку логобуку (2 год.)

План

1. Перевірка комплектності структурних елементів логобуку.
2. Розгляд етапів підготовки логобуку до друку.

Література

Основна:

1. Гордон Ю. Книга про букви от Аа до Яя / Юрий Гордон. — М. : Изд-во студии Артемия Лебедева, 2006.
2. Женченко І. В. Комп'ютерна графіка : Adobe Photoshop CS6 : інтеракт. Навч.-практ. посіб. / І. В. Женченко, М. І. Женченко. — К. : Жнець, 2015. — 104 с. : іл.
3. Мікула О. . Проектування товарного знака : метод. реком. — К., 2012.

Додаткова:

4. Буковецкая О. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет / О. Буковецкая. — М. : ДМК, 2000. — 304 с.
5. Принг, Роджер. Энциклопедия шрифтовых эффектов в Photoshop : пер. с англ. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. — 368 с.

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Змістовий модуль І

(15 год.)

Тема . Структура логобуку. Особливості побудови окремих елементів

Завдання 1. Підготувати мікрозамальовки для товарного занку, обґрунтувати вибір виду та дизайн-концепції товарного знаку (5 год.)

Завдання 2. Розробити базові візуальні елементи логотипу (5 год).

Завдання 3. Підготувати варіанти неприпустимого використання логотипу (5 год.)

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 6.1.

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль I (15 год.)			
Тема. Структура логобуку. Особливості побудови окремих елементів	Практичні заняття, модульний контроль	15	VI
<i>Разом: 15 год.</i>	<i>Разом: 15 балів</i>		

VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Принципи створення логобуку» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8.1, табл. 8.2.

Таблиця 8.1

**Розрахунок рейтингових балів
за видами поточного (модульного) контролю**

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
2	Відвідування лекційних занять	1	2	2
3	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	3	15
4	Відвідування та робота на практичному занятті	11	5	55
5	Модульна контрольна робота	25	1	25
максимальна кількість балів 97				

Розрахунок: $97:100=0,97$

Студент набрав: 70 балів

Оцінка: $70:0,97= 72$ (бали за семестр)

Таблиця 8.2

**Порядок переведення рейтингових показників
успішності у європейські оцінки ECTS**

Підсумкова кількість балів (max – 100)	Оцінка за 4-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
1 – 34	«незадовільно» (з обов'язковим повторним курсом)	F
35 – 59	«незадовільно» (з можливістю повторного складання)	FX
60 - 68	«задовільно»	E
69 – 74		D
75 - 81	«добре»	C
82– 89		B
90 – 100	«відмінно»	A

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

➤ **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.

➤ **Методи письмового контролю:** модульна контрольна робота.

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

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

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи 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.

IX. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні:* пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні:* спостереження, ілюстрація, демонстрація.
- *Практичні:* проекти.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом

викладача; самостійна робота студентів; виконання індивідуальних навчальних завдань.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

1) Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення проблемних ситуацій, робота над груповими проектами.

X. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ мультимедійні презентації;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульної контрольної роботи);

XI. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ДО КУРСУ

1. Логобук у системі брендбуку.
2. Різниця між логобуком і брендбуком.
3. Види товарних знаків.
4. Характеристика зображувальних товарних знаків.
5. Характеристика словесних товарних знаків.
6. Характеристика комбінованих товарних знаків.
7. Характеристика об'ємних товарних знаків.
8. Основні елементи в структурі логобуку.
9. Основне зображення логотипу.
10. Основні версії логотипу.
11. Додаткові версії логотипу.
12. Побудова логотипу, пропорції логотипу.
13. Безпечне поле (відступи), розміри логотипу.
14. Колірні рішення логотипу.
15. Використання логотипу на різних колірних фонах.
16. Неприпустиме використання логотипу.
17. Фірмові кольори, шрифт в логотипі.
18. Прийоми отримання шрифтовими засобами зображувального образу.
19. Шрифтові ефекти в Adobe Photoshop та в Adobe Illustrator.
20. Особливості підготовки логобуку до друку.

ХІІ. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Куленко М. Основи графічного дизайну : підручник для студ. вищ. навч. закл. Вид. 2-ге, доп. і випр. – Київ : Кондор, 2007. – 492 с.
2. Розенсон, И. А. Основы теории дизайна : учебник для вузов. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 218с.
3. Антонов В. М. Комп'ютерне моделювання зображень: навчальний посібник. – Київ : КНТ, 2007. – 245[3] с.
4. Феличи, Джеймс. Типографика: [шрифт](#), верстка, дизайн / Джеймс Феличи, пер. с англ. С. И. Пономаренко. – СПб. : БХВ-Петербург, 2007.

Додаткова:

5. Бренд бук, brand book - руководство по развитию бренда. Лого бук (logo book) [Електронний ресурс] // Brandmark. – Режим доступу: <http://www.brandmark.ua/index.php?p=56>
6. Логотип / Б. Эльбрюнн ; пер. с фр. Н. М. Баженова. - СПб. : Издательский Дом "Нева" ; М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2003. – 128 с.: ил. – (Школа бизнеса). – Библиогр.: 123-127.
7. Савін В. Типографіка : навч. посіб. / В. Савін. – К. : Вересень, 2003.
8. Торгові марки та фірмові найменування від "А" до "Я" [Текст] / авт.-упоряд. В. Болгов ; Українська академія геральдики, товарного знаку та логотипу. - Київ : [б.в.], 2001. - 184 с.
9. Художественное оформление и конструирование книги / Е. Б. Адамова и др. – М. : Книга, 1971.
10. Яцюк О. Г. Компьютерные технологии в дизайне. Логотипы, упаковка, буклеты. – С.-Пб., 2002. – 464 с.