

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
ФАКУЛЬТЕТ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ  
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної та  
навчальної роботи

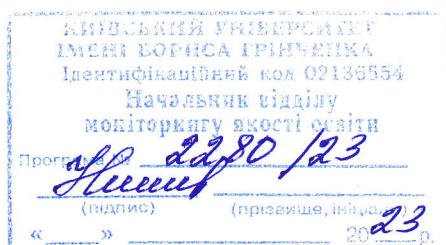
Олексій ЖИЛЬЦОВ  
“ \_\_\_\_\_ 2023 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ НА РЕКЛАМНИХ НОСІЯХ

для студентів  
спеціальності 022 «Дизайн»  
освітнього рівня першого (бакалаврського)  
освітньої програми 022.00.01 «Графічний дизайн»



Київ – 2023

**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**  
**ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ**  
**КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**



«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ  
2021 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ФІРМОВИЙ СТИЛЬ НА РЕКЛАМНИХ НОСІЯХ**

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»  
освітнього рівня першого (бакалаврського)  
освітньої програми 022.00.01 «Графічний дизайн»  
спеціалізація «Дизайн реклами»

Київ – 2021



**Розробник:**

**Олексій ШТРАМИЛО**, ст. викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка.

**Викладач:**

**Ганна СКОРОПЛЯС**, викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка.

**Уляна БАЛАН**, старший викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Протокол № 1 від « 22 » січня 2020 року

Завідувач кафедри дизайну \_\_\_\_\_  Наталія КРАВЧЕНКО

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 022.00.01 «Графічний дизайн»

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 р.

Гарант освітньо-професійної програми

022.00.01 «Графічний дизайн» \_\_\_\_\_  Віктор МИХАЛЕВИЧ

Робочу програму перевірено

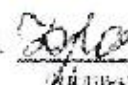
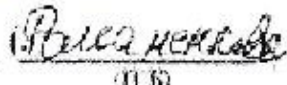
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 р.

Заступник директора

з науково-методичної та навчальної роботи \_\_\_\_\_  Алла ТАРАННИК

Пролонговано:

На 2021/2022 н.р. \_\_\_\_\_  (Кравченко Н.В.), «30» 08 2021 р., протокол № 17

На 2022/2023 н.р. \_\_\_\_\_  (Кравченко Н.В.) \_\_\_\_\_  (Михалевич В.), «24» 08 2022 р., протокол № 6

На 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) (\_\_\_\_\_), «\_\_» \_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_  
(підпис) (ПІБ)

На 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) (\_\_\_\_\_), «\_\_» \_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
ФАКУЛЬТЕТ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ  
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Проректор з науково-методичної та  
навчальної роботи

\_\_\_\_\_ Олексій ЖИЛЬЦОВ  
“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2023 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ФІРМОВИЙ СТИЛЬ НА РЕКЛАМНИХ НОСІЯХ**

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»  
освітнього рівня першого (бакалаврського)  
освітньої програми 022.00.02 «Графічний дизайн»

Київ – 2023

**Розробник:**

**Олексій ШТРАМИЛЮ**, старший викладач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка.

**Викладач:**

**Малов Олег Ігорович**, старший викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Протокол № 6 від «24» серпня 2023 року

Завідувач кафедри дизайну \_\_\_\_\_ **Юлія РОМАНЕНКОВА**

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 022.00.02 «Графічний дизайн»

«   » \_\_\_\_\_ 2023 р.

Гарант освітньо-професійної програми

022.00.01 «Графічний дизайн» \_\_\_\_\_ **Олег КАРДАШ**

Робочу програму перевірено

«   » \_\_\_\_\_ 2023 р.

Заступник директора

з науково-методичної та навчальної роботи \_\_\_\_\_ **Алла ТАРАННИК**

Пролонговано:

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

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

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

На 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «   » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристики дисципліни за формами навчання	
	денна	денна
Вид дисципліни	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	2/120	
Курс	3	3
Семестр	5	6
Кількість змістових модулів з розподілом:	1	1
Обсяг кредитів	2	2
Обсяг годин, в тому числі:	60	60
<i>Аудиторні</i>	36	38
<i>Модульний контроль</i>	4	4
<i>Самостійна робота</i>	20	18
Форма семестрового контролю	залік	залік

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Метою** викладання дисципліни «Фірмовий стиль на рекламних носіях» є підготовка фахівця з високим рівнем майстерності, формування гармонійно розвинутого спеціаліста для самостійного творчого вирішення завдань дизайнерської діяльності.

**Завданнями** вивчення навчальної дисципліни є:

- набуття теоретичних знань та практичних навичок у брендингу, розуміння підходів та принципів його побудови;
- розуміння структури бренду та взаємодії його складових, уміння застосовувати їх в проектуванні системи айдентики;
- розуміння засобів комунікації бренду з аудиторією, факторів впливу та складання потрібного іміджу в її очах, і уміння їх застосовувати;
- розуміння поняття рекламного звернення (меседжу), його змісту, характеру та форми, вміння вірно його формувати та доносити до аудиторії;
- володіння знаннями та навичками стилеутворення візуальними (зокрема

графічними) засобами;

- знання принципів підбору кольорів, шрифтів та інших засобів брендідентифікації, навички їх практичного застосування;
- формування аналітичних вмінь у вивченні аналогів та прототипів;
- вміння складати за змістом та функцією та макетувати комунікаційні та рекламні носії різного характеру та призначення;
- розвиток професійного мислення майбутніх фахівців графічного дизайну.

Під час практичних занять, індивідуальної та самостійної роботи відповідно профілю програми бакалавра дизайну формуються загальні та фахові компетентності.

#### **Загальні компетентності:**

ЗК 1	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК 6	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт
ЗК 9	Здатність зберігати та примножувати культурномистецькі, екологічні, моральні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, 7 використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя

#### **Фахові (спеціальні, предметні) компетентності:**

СК 1	Здатність застосовувати сучасні методики проектування одиничних, комплексних, багатофункціональних об'єктів дизайну
СК 2	Здатність здійснювати формоутворення, макетування і моделювання об'єктів дизайну.
СК 3	Здатність здійснювати композиційну побудову об'єктів дизайну
СК 4	Здатність застосовувати навички проектної графіки у професійній діяльності.

СК 6	Здатність застосовувати у проектно-художній діяльності спеціальні техніки та технології роботи у відповідних матеріалах (за спеціалізаціями).
СК 7	Здатність використовувати сучасне програмне забезпечення для створення об'єктів дизайну.
СК 8	Здатність здійснювати колористичне вирішення майбутнього дизайн-об'єкта
СК 11	Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності

### 3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

(знання та практичні навички й уміння):

**знання:**

- основних термінів та понять зі сфери графічного дизайну, брендингу, рекламних комунікацій, поліграфічних та інших технологій, друку;
- композиційних основ поєднання фірмової символіки, фото- та графічних зображень, шрифтових блоків в друкованих, екранних та зовнішніх комунікаційних та рекламних носіях;
- можливостей використання наборних типографських шрифтів у верстці текстових блоків та акциденції;
- основних навичок проектування екранних та друкованих видань, інших медіа;
- застосування сучасного програмного забезпечення для реалізації проекту фірмового стилю в макетах комунікаційних та рекламних носіїв; **вміння:**
- застосовувати на практиці теоретичні знання з історії дизайну та мистецьких стилів, формування звернення вербальними та візуальними засобами;
- вільно володіти комп'ютерними графічними програмами при проектуванні айдентики та реклами, виконанні її носіїв;
- виконання комплексу рекламоносіїв із розумінням та урахуванням технологічних можливостей їхнього виготовлення;
- презентувати результати своєї роботи у різних формах.



### Програмні результати навчання:

ПРН 1	Застосовувати набуті знання і розуміння предметної області та сфери професійної діяльності у практичних ситуаціях
ПРН 3	Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайнерського проекту, застосовувати теорію і методику дизайну, фахову термінологію (за професійним спрямуванням), основи наукових досліджень
ПРН 4	Визначати мету, завдання та етапи проектування
ПРН 7	Аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень
ПРН 8	Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію
ПРН 9	Створювати об'єкти дизайну засобами проектно-графічного моделювання
ПРН 10	Визначати функціональну та естетичну специфіку формотворчих засобів дизайну у комунікативному просторі
ПРН 11	Розробляти композиційне вирішення об'єктів дизайну у відповідних техніках і матеріалах
ПРН 12	Дотримуватися стандартів проектування та технологій виготовлення об'єктів дизайну у професійній діяльності
ПРН 13	Знати надбання національної та всесвітньої культурно-мистецької спадщини, розвивати екокультуру засобами дизайну
ПРН 16	Враховувати властивості матеріалів та конструктивних побудов, застосовувати новітні технології у професійній діяльності
ПРН 17	Застосовувати сучасне загальне та спеціалізоване програмне забезпечення у професійній діяльності (за спеціалізаціями)
ПРН 19	Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у

	сфері дизайну
--	---------------

#### 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин				
		усього	денна форма			
			у тому числі	л.	Лаб.	МКР
1	2	3	4	5	6	7
<b>МОДУЛЬ 1</b>						
<b>Змістовий модуль 1. Система візуальної ідентифікації та комунікації бренду</b>						
1	Тема 1. Поняття рекламного звернення та системи візуальної ідентифікації бренду	2	2			
2	Тема 2. Вибір теми проекту. Наймінг, легенда, платформа бренду, його характеристики: цільова аудиторія, сегмент ринку, ареал, культурне середовище, специфіка	10		6		4
3	Тема 3. Визначення вимог до візуальної мови бренду. Пошук образу. Мудборд, аналоги і прототипи, ескізування. Аналіз, вибір напрямку	10		6		4
4	Тема 4. Пошук основ візуальної мови бренду, формування концепції фірмового стилю та можливостей його трансформацій та варіабельності для побудови динамічної системи айдентики	10		6		4
5	Тема 5. Розробка констант фірмового стилю, побудова системи ідентифікації на прикладі умовних носіїв. Випробування, визначення та закріплення принципів	14		10		4
6	Тема 6. Розробка презентації проекту	10		6		4
7	МКР	4			4	
8	<b>Усього за 5 семестр</b>	<b>60</b>	<b>2</b>	<b>34</b>	<b>4</b>	<b>20</b>
<b>Змістовий модуль 2. Візуальна мова бренду та рекламне звернення</b>						
9	Тема 7. Мова бренду та комунікація з аудиторією	2	2			

10	Тема 8. Визначення тем рекламних звернень, формування меседжів та способів їхньої візуалізації в контексті фірмового стилю	10		6		4
11	Тема 9. Розгляд можливих рекламоносіїв. Аналіз їхньої специфіки, властивостей та вимог. Аналоги та прототипи	10		6		4
12	Тема 10. Вибір рекламоносіїв, відповідних вимогам комунікації бренду. Адаптація рекламних звернень під їхню специфіку. Генерація авторських вирішень. Випробування	12		8		4
13	Тема 11. Розробка міні-рекламної кампанії бренду з залученням рекламоносіїв різного характеру, специфіки та інформаційного наповнення	14		10		4
14	Тема 12. Розробка презентації проекту	8		6		2
15	МКР	4			4	
16	<i>Усього за 6 семестр</i>	<b>60</b>	<b>2</b>	<b>36</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
17	<i>Усього</i>	<b>120</b>	<b>4</b>	<b>70</b>	<b>8</b>	<b>38</b>

## 5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### МОДУЛЬ 1. ФІРМОВИЙ СТИЛЬ НА РЕКЛАМНИХ НОСІЯХ

#### Змістовий модуль 1. Система візуальної ідентифікації та комунікації бренду

**Тема 1. Лекція 1 (2 год.).** Поняття рекламного звернення та системи візуальної ідентифікації бренду, їхня специфіка в сучасному світі, характеристики, точки зіткнення та синтезу. Варіативна та динамічна айдентика. Діагностичні характеристики бренду, їхня ієрархія. Комунікації бренда, візуальна мова в брендингу та рекламі. Моделі побудови структури бренду, її візуальні принципи, взаємодія бренд-ідентифікації та рекламного звернення на різних носіях.

**Тема 2. Вибір теми проекту. Лабораторна робота 1.** Неймінг, легенда, платформа бренду, його характеристики: цільова аудиторія, сегмент ринку, ареал, культурне середовище, специфіка.

**Тема 3. Лабораторна робота 2.** Визначення вимог до візуальної мови бренду. Пошук образу. Мудборд, аналоги і прототипи, ескізування. Аналіз, вибір напрямку.

**Тема 4. Лабораторна робота 3.** Пошук основ візуальної мови бренду, формування концепції фірмового стилю та можливостей його трансформацій та варіабельності для побудови динамічної системи айдентики.

**Тема 5. Лабораторна робота 4.** Розробка фірмових констант, побудова системи ідентифікації на прикладі умовних носіїв. Випробування, визначення та закріплення принципів.

**Тема 6. Лабораторна робота 5.** Розробка презентації проекту

## **Змістовий модуль 2. Візуальна мова бренду та рекламне звернення**

**Тема 7. Лекція 2 (2 год.). Мова бренду. Комунікація з аудиторією.** Засоби комунікацій, традиційні та інноваційні рекламні носії. Змістовне та візуальне звернення на різних носіях.

**Тема 8. Лабораторна робота 6.** Визначення тем рекламних звернень, формування меседжів та способів їхньої візуалізації в контексті фірмового стилю.

**Тема 9. Лабораторна робота 7.** Розгляд можливих рекламоносіїв. Аналіз їхньої специфіки, властивостей та вимог. Аналоги та прототипи.

**Тема 10. Лабораторна робота 8.** Вибір рекламоносіїв, відповідних вимогам комунікації бренду. Адаптація рекламних звернень під їхню специфіку. Генерація авторських вирішень. Випробування.

**Тема 11. Лабораторна робота 9.** Розробка міні-рекламної кампанії бренду з залученням рекламоносіїв різного характеру, специфіки та інформаційного наповнення.

**Тема 12. Лабораторна робота 10.** Розробка презентації проекту.

## **6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ**

### **6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів**

**Таблиця для розрахунку максимальної кількості рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю**

#### **5 семестр**

№	Вид діяльності	Максим. кількість балів за одиницю	ЗМ №1	
			К-сть один.	Всього балів
1	Відвідування лекцій	1	1	1

2	Відвідування практичних занять	1	17	17
3	Виконання завдання практичного заняття	10	5	50
4	Виконання завдання для самостійної роботи	5	5	25
5	МКР	25	1	25
Максимальна кількість балів за модуль			118	
Максимальна кількість балів (поточний контроль)			118	
Коефіцієнт визначення успішності			1,18	
Підсумковий рейтинговий бал			100	
Залік			100	

### 6 семестр

№	Вид діяльності	Максим. кількість балів за одиницю	ЗМ №1	
			К-сть один.	Всього балів
1	Відвідування лекцій	1	1	1
2	Відвідування практичних занять	1	18	18
3	Виконання завдання практичного заняття	10	5	50
4	Виконання завдання для самостійної роботи	5	5	25
5	МКР	25	1	25
Максимальна кількість балів за модуль			119	
Максимальна кількість балів (поточний контроль)			119	
Коефіцієнт визначення успішності			1,19	
Підсумковий рейтинговий бал			100	
Залік			100	

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

### 3 курс, 5 семестр

Змістовий модуль та теми курсу	Години на виконання, передбачені ТП	Академічний контроль	Бали
<b>Змістовий модуль 1. Система візуальної ідентифікації та комунікації бренду</b>			
Вибір теми. Наймінг, легенда, платформа бренду, його характеристики	4	Практична робота	5
Визначення вимог до візуальної мови бренду. Пошук образу. Мудборд, аналоги і прототипи, ескізування. Аналіз, вибір напрямку	4	Практична робота	5
Пошук основ візуальної мови бренду, формування концепції фірмового стилю та можливостей його трансформацій та варіабельності	4	Практична робота	5
Розробка констант фірмового стилю, побудова системи ідентифікації на прикладі умовних носіїв. Випробування, визначення та закріплення принципів	4	Практична робота	5
Розробка презентації проекту	4	Практична робота	5
<b>Всього:</b>	<b>20</b>		<b>25</b>

### 6 семестр

Змістовий модуль та теми курсу	Години на виконання, передбачені ТП	Академічний контроль	Бали
<b>Змістовий модуль 2. Візуальна мова бренду та рекламне звернення</b>			
Визначення тем рекламних звернень, формування меседжів та способів їхньої візуалізації в контексті фірмового стилю	4	Практична робота	5
Розгляд можливих рекламоносіїв. Аналіз їхньої специфіки, властивостей та вимог. Аналоги та прототипи	4	Практична робота	5
Вибір рекламоносіїв, відповідних вимогам комунікації бренду. Адаптація рекламних звернень під їхню специфіку. Генерація авторських вирішень. Випробування	4	Практична робота	5
Розробка міні-рекламної кампанії бренду з залученням рекламоносіїв різного характеру, специфіки та інформаційного наповнення	4	Практична робота	5

Розробка презентації проекту	2	Практична робота	5
<b>Всього:</b>	<b>18</b>		<b>25</b>

### Критерії оцінювання рівня виконання завдань для самостійної роботи:

1. своєчасність виконання;
2. повнота обсягу виконання;
3. якість виконання;
4. самостійність виконання; 5. виявлення ініціативності; 6. виявлення творчого підходу.

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

Модульний контроль проводиться у формі оцінювання поточних робіт в аудиторії, самостійної домашньої роботи студентів. Також у вигляді перегляду результату творчої і дослідницької роботи над кожним завданням.

Критерії оцінювання модульного контролю наведено у таблиці.

Критерії оцінювання	К-ть балів
<ul style="list-style-type: none"> <li>– виконав в зазначений термін і на високому рівні весь обсяг роботи, відповідно до теми та програми змістового модулю;</li> <li>– володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на високому рівні;</li> <li>– здатний грамотно визначати й ефективно здійснювати навчальні задачі з урахуванням особливостей навчального процесу;</li> <li>– продемонстрував старанність, самостійність, ініціативу, активність, творче ставлення у процесі виконання усіх завдань, здатність робити висновки й обґрунтовувати свою позицію на основі проведених спостережень.</li> </ul>	21 – 25

<ul style="list-style-type: none"> <li>– виконав весь обсяг роботи відповідно до програми, але з суттєвими недоліками;</li> <li>– не завжди демонстрував здатність визначати основні навчальні задачі та знаходити способи їх вирішення з урахуванням особливостей навчального процесу, свідомо використовувати теоретичні знання, застосовувати практичні вміння під час проходження курсу;</li> <li>– виявив здатність грамотно, але недостатньо самостійно опрацьовувати навчальні матеріали;</li> <li>– продемонстрував старанність, відповідальне ставлення у процесі виконання завдань, але недостатньо виявив уміння обґрунтовано і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень.</li> </ul>	13 – 16
<ul style="list-style-type: none"> <li>– завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання допускалися значні помилки;</li> <li>– студент в цілому виявив посередній рівень знань, умінь, навичок, допускав помилки у плануванні та самоорганізації до навчання;</li> <li>– недостатньо виявив самостійність, ініціативу у процесі вирішення навчальних задач; не завжди враховував специфіку організації навчального процесу;</li> <li>– завдання курсу були виконані із значними помилками, неохайно, подані на перевірку не своєчасно, не містили усіх необхідних елементів, визначених темою та програмою змістового модулю;</li> <li>– ставлення студента до навчання недостатньо відповідальне.</li> </ul>	9 – 12
<ul style="list-style-type: none"> <li>– завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання виявлено чимало принципів помилок;</li> <li>– студент виявив лише мінімально допустимий рівень знань, умінь, навичок, виявив неготовність грамотно і самостійно планувати й організувати навчання;</li> <li>– завдання курсу були виконані в неповному обсязі, неохайно, із значними помилками, подані на перевірку не своєчасно, не містили усіх необхідних елементів, визначених темою та програмою змістового модулю;</li> <li>– ставлення студента до навчання недостатньо старанне та відповідальне.</li> </ul>	5 – 8
<ul style="list-style-type: none"> <li>– завдання не виконані;</li> <li>– студент виявив незадовільний рівень знань, умінь; невміння послідовно, грамотно і самостійно планувати й організувати навчання, аналізувати результати власної діяльності;</li> <li>– завдання курсу були виконані в неповному обсязі, оформлена неохайно, з принципівими помилками, подані на перевірку не своєчасно або не подані, не містили усіх необхідних елементів, визначених темою та програмою змістового модулю;</li> <li>– ставлення студента до виконання завдань вирізняється безвідповідальністю.</li> </ul>	1 – 4



#### 6.4. Шкала відповідності оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100 балів	<b>Відмінно</b> – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками.
B	82-89 балів	<b>Дуже добре</b> – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок.
C	75-81 балів	<b>Добре</b> – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	<b>Задовільно</b> – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності.
E	60-68 балів	<b>Достатньо</b> – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59 балів	<b>Незадовільно з можливістю повторного складання</b> – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	<b>Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу</b> – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

## 7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «ФІРМОВИЙ СТИЛЬ НА РЕКЛАМНИХ НОСІЯХ»

**5 семестр** – разом: 60 год., з них: лекції – 2, лабораторних – 36 год., самостійна робота – 20 год., МКР – 4 год.

**6 семестр** – разом: 60 год., з них: лекції – 2, лабораторних – 38 год., самостійна робота – 18 год., МКР – 4 год.

Модулі	Змістовий модуль 1. Система візуальної ідентифікації та комунікації бренду					Змістовий модуль 2. Візуальна мова бренду та рекламне звернення						
Бали	118 балів					119 балів						
Лекції	Л1					Л1						
Теми лекцій	Поняття рекламного звернення та системи візуальної ідентифікації бренду					Мова бренду та комунікація з аудиторією						
2 бали	1 бал					1 бал						
Лаб. заняття		Л1	Л2	Л3	Л4	Л5		Л6	Л7	Л8	Л9	Л10
Теми лабораторних занять		Вибір теми проекту. Неймінг, легенда, платформа бренду, його характеристики: цільова аудиторія, сегмент ринку, ареал, культурне середовище, специфіка	Визначення вимог до візуальної мови бренду. Пошук образу. Мулборд, аналогії і прототипи, ескізування. Аналіз, вибір напрямку	Пошук основ візуальної мови бренду, формування концепції фирмового стилю та можливостей його трансформації та варіабельності	Розробка констант фирмового стилю, побудова системи ідентифікації на прикладі умовних носіїв. Випробування, визначення та закріплення принципів	Розробка презентації проекту		Визначення тем рекламних звернень, формування меседжів та способів їхньої візуалізації в контексті фирмового стилю	Розгляд можливих рекламоносіїв. Аналіз їхньої специфіки, властивостей та вимог. Аналогії та прототипи	Вибір рекламоносіїв, відповідних вимогам комунікації бренду. Адаптація рекламних звернень під їхню специфіку. Генерація авторських вирішень. Випробування	Розробка міні-рекламної кампанії бренду з залученням рекламоносіїв різного характеру, специфіки та інформаційного наповнення	Розробка презентації проекту
Бали		10	10	10	10	10		10	10	10	10	10
Самост. робота		5	5	5	5	5		5	5	5	5	5
МКР	25					25						
	Разом – 118 балів (коефіцієнт визначення успішності: 1,18)					Разом – 119 балів (коефіцієнт визначення успішності: 1,19)						
	Залік (100 балів)					Залік (100 балів)						

## 8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

### Основна

1. Куленко М.Я. Основи графічного дизайну: Підручник / М.Я. Куленко. – К.: Кондор, 2007 (в репозиторії Університету Грінченка інд. код 229).
2. Даниленко В.Я. Дизайн: підручник / В.Я. Даниленко. – Х.: ХДАДМ, 2003.
3. Даниленко В.Я. Основи дизайну: підручник / В.Я. Даниленко. – Харків: ХДАДМ, 2003.

### Допоміжна

4. Савін В.М. Типографіка: навчальний посібник. – К.: Вересень. 2003.
5. Яковлєв М.І. Основи формування професійного мислення художників графічного дизайну // Технічна естетика і дизайн: міжвідомчий науково – технічний збірник / Відп. ред. М.І. Яковлєв. - К.: Віпол, 2004. - Вип. 3-4. - С. 181-185.