

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

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Проректор  
з науково-методичної та навчальної  
роботи

“ 05 ” 02 2020 року  
О. Б. Жильцов



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ФІРМОВИЙ СТИЛЬ  
НА РЕКЛАМНИХ НОСІЯХ**

для студентів спеціальність 022 «Дизайн»

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



Київ – 2020

**Розробник:**

Штрамило О. В., ст. викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка.

**Викладач:**

Штрамило О. В., ст. 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 \_\_\_\_\_  Н. І. 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» \_\_\_\_\_ 

В. В. Михалевич

Робочу програму перевірено

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 р.

Заступник директора

з науково-методичної та навчальної роботи \_\_\_\_\_  А. О. Таранник

Пролонговано:

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

— (підпис) (ПІБ)

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

— (підпис) (ПІБ)

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

— (підпис) (ПІБ)

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

—

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

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Проректор

з науково-методичної та навчальної  
роботи

\_\_\_\_\_ О. Б. Жильцов

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2020 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ФІРМОВИЙ СТИЛЬ**  
**НА РЕКЛАМНИХ НОСІЯХ**

для студентів спеціальність 022 «Дизайн»

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

**Розробник:**

Штрамило О. В., ст. викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка.

**Викладач:**

Штрамило О. В., ст. 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 \_\_\_\_\_ Н. І. 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» \_\_\_\_\_ В. В. Михалевич

Робочу програму перевірено

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 р.

Заступник директора

з науково-методичної та навчальної роботи \_\_\_\_\_ А. О. 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>Семестровий контроль</i>	0	0
<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 бренд-ідентифікації, 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	Світоглядна: наявність ціннісно-орієнтаційної позиції, здатність розуміти та дотримуватися морально-етичних норм поведінки, загальнокультурна ерудиція, широке коло інтересів, розуміння значущості для власного розвитку історичного досвіду людства, розуміння сутності і соціальної значущості майбутньої професії, збереження національних духовних традицій, розуміння переваг здорового способу життя та прийняття їх як власних цінностей.
ЗК 2	Громадянська: здатність до реалізації прав і обов'язків громадянина України, здатність робити свідомий соціальний вибір та застосовувати демократичні технології прийняття рішень, повага до Батьківщини, народу, держави, її символіки, традицій, мови, уміння діяти із соціальною відповідальністю та громадською свідомістю, здатність цінувати і поважати національну своєрідність та мультикультурність.
ЗК 3	Комунікативна: здатність до міжособистісного спілкування, емоційної стабільності, толерантності, здатність працювати в команді (творчому колективі), вільне володіння українською мовою відповідно до норм культури мовлення, основами спілкування іноземними мовами, навички використання комунікаційних технологій.
ЗК 4	Інформаційна: здатність до самостійного пошуку та оброблення інформації з різних джерел для розгляду конкретних питань, здатність до ефективного використання інформаційних технологій у соціальній та професійній діяльності, володіння інформацією щодо об'єктивного стану ринку дизайнерських послуг.

ЗК 5	Науково-дослідницька: здатність виконувати навчально-дослідні завдання на основі аналітико-синтетичної мисленнєвої діяльності, володіння науково-дослідними методами у сфері мистецтвознавства та дизайну, обізнаність в особливостях проектної діяльності, готовність до її реалізації, критична обізнаність та інтелектуальна чесність. здатність до нестандартних рішень типових задач і здатність вирішувати нестандартні завдання.
ЗК 6	Самоосвітня: здатність до самостійної пізнавальної діяльності, самоорганізації та саморозвитку, спрямованість на розкриття особистісного творчого потенціалу та самореалізацію, прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху.
ЗК 7	Універсальна: здатність до планування та розподілу часу; здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми; здатність застосовувати знання на практиці.

– **Фахові компетентності базові:**

ФК 1	Організаційна: здатність планувати, організовувати, координувати, контролювати та оцінювати дизайнерську проектну діяльність та взаємодію її суб'єктів, здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
ФК 2	Естетико-культурологічна: здатність аналізувати, оцінювати й інтерпретувати культурні явища різних епох, мистецькі твори різних стилів, жанрів і форм, уміння висловлювати й аргументувати власні оцінні судження і позиції, здатність застосовувати базові знання з історії мистецтва і дизайну та специфіки його розвитку за професійним спрямуванням у художньо-проектну діяльність, здатність володіти фаховою термінологією, теорією і методикою дизайну.
ФК 3	Проектно-творча: здатність розв'язувати спеціалізовані завдання та практичні проблеми у галузі дизайну, виявляти структурні й функціональні зв'язки на основі комплексного художньо-проектного підходу, здатність володіти практичними навичками з проектування та технологій виготовлення об'єктів дизайну, здатність застосовувати методику проектування одиничних, комплексних, багатофункціональних об'єктів дизайну, здатність володіти засобами та прийомами формоутворення, макетування і моделювання об'єктів дизайну, здатність використовувати базові знання з композиційної побудови, кольорознавства для створення майбутнього дизайнерського

	об'єкта, здатність володіти методами зображення об'єктів навколишнього середовища, зокрема постаті людини, засобами рисунка і живопису, здатність володіти знаннями й уміннями, спрямованими на досягнення успіху в професійній кар'єрі; вміння розробляти візуальні презентації, портфоліо власних творів.
ФК 4	Технологічна: здатність володіти різними техніками та технологіями роботи у відповідних матеріалах, здатність володіти навичками використання сучасних програм із комп'ютерної графіки для створення об'єктів дизайну, здатність використовувати базові навички проектної графіки, здатність володіти засобами та прийомами формоутворення, макетування і моделювання об'єктів дизайну, здатність застосовувати знання з ергономіки та художнього конструювання, навички використання інформаційних і комунікаційних технологій для виконання конкретного дизайнерського завдання.
ФК 5	Практична: здатність застосовувати здобуті знання на практиці, розв'язувати складні задачі в галузі дизайнерської 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	Сформованість світогляду, активної громадянської позиції, загальної культури. Здатність робити свідомий соціальний вибір та застосовувати демократичні технології прийняття рішень.
ПРН 2	Здатність до міжособистісного спілкування, емоційної стабільності, толерантності. Уміння працювати в команді (творчому колективі). Вільне володіння українською мовою відповідно до норм культури мовлення, основами спілкування іноземними мовами.
ПРН 3	Здатність до ефективного використання інформаційних технологій у соціальній та професійній діяльності.
ПРН 4	Здатність до науково-дослідницької діяльності у галузі дизайну. Мисленева активність, творчий підхід у вирішенні нестандартних завдань.
ПРН 5	Готовність до планування та організації дизайнерської діяльності, здійснення мистецьких і виставкових проєктів. Здатність до самоорганізації.
ПРН 6	Здатність застосовувати у практичній дизайнерській діяльності знання з історії мистецтв щодо напрямів, течій і стилів. Спроможність інтерпретувати й модифікувати авторські прийоми провідних дизайнерів. Здатність володіти фаховою термінологією, теорією і методикою дизайну.
ПРН 7	Здатність до проєктного мислення та проєктування оригінальних дизайнерських програм і проєктів.
ПРН 8	Володіння різними методиками проєктування об'єктів графічного дизайну (поліграфічна продукція, пакування, фірмовий стиль, плакат, книжкова графіка, носії реклами, медіа-простір тощо).
ПРН 9	Володіння різними техніками та технологіями роботи у відповідних матеріалах.
ПРН 10	Володіння навичками використання сучасних програм із комп'ютерної графіки для створення об'єктів дизайну.
ПРН 11	Готовність до фахової діяльності в галузі графічного дизайну, дизайну середовища, дизайну реклами.
ПРН 12	Прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху.

	Спрямованість на розкриття особистісного творчого потенціалу та самореалізацію. Здатність до самоосвіти, самоорганізації, самовдосконалення.
--	--

#### 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин				
		денна форма				
		усього	у тому числі			
л.	Лаб.		МКР.	с.р.		
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. Неймінг, 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	14		10		4

	залученням рекламоносіїв різного характеру, специфіки та інформаційного наповнення					
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.** Наймінг, 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. кіл-сть 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. кіль-сть 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 принциповими 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. Наймінг, легенда, платформа бренду, його характеристики: цільова аудиторія, сегмент ринку, ареал, культурне середовище, специфіка	Визначення вимог до візуальної мови бренду. Пошук образу. Мудборд, аналоги і прототипи, екскізування. Аналіз, вибір напрямку	Пошук основ візуальної мови бренду, формування концепції фірмового стилю та можливостей його трансформацій та варіабельності	Розробка констант фірмового 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 фірмового стилю	Розгляд можливих рекламоносіїв. Аналіз їхньої специфіки, властивостей та вимог. Аналоги 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 – <b>118 балів</b> (коефіцієнт визначення успішності: 1,18)						Разом – <b>119 балів</b> (коефіцієнт визначення успішності: 1,19)							
	Залік (100 балів)						Залік (100 балів)							

## 8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

### Основна

1. Бургес П., Вуд Б. 1000 способів шрифтового дизайну / П. Бургес, Б. Вуд. – М., 2005 (в репозиторії Університету Грінченка інд. код 3255).
2. Королькова А. Живая типографика / А. Королькова. – М., 2007 (в репозиторії Університету Грінченка інд. код 3254).
3. Куленко М.Я. Основи графічного дизайну: Підручник / М.Я. Куленко. – К.: Кондор, 2007 (в репозиторії Університету Грінченка інд. код 229).
4. Лиска С. Бизнес графика: 500 работ, объединенных графической эстетикой и коммерческим успехом / С. Лиска. – М., 2010 (в репозиторії Університету Грінченка інд. код 2933).
5. Смирнов С.И. Шрифт и шрифтовой плакат / С.И. Смирнов. – М., 1977 (в репозиторії Університету Грінченка інд. код 3258).
6. Чихольд Я. Облик книги / Я. Чихольд. – М.: Книга, 1980 (в електронній бібліотеці кафедри дизайну).

### Допоміжна

7. Буковецкая О. А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет / О.А. Буковецкая. – 2-е изд., испр. – М.: ДМ К, 2000.
8. Глазычев В.Л. О дизайне / В.Л. Глазычев. – М.: Искусство, 1970.
9. Гуссман Генрих. О книге / Генрих Гуссман. – М.: Книга, 1982.
10. Даниленко В.Я. Дизайн: підручник / В.Я. Даниленко. – Х.: ХДАДМ, 2003. –320 с.
11. Даниленко В.Я. Основы дизайна: підручник / В.Я. Даниленко. – Харків: ХДАДМ, 2003.
12. Лесняк В.И. Графический дизайн (основы профессии) / В.И. Лесняк - К.: Биос Дизайн Букс, 2009.
13. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? / Квентин Ньюарк. — СПб.: АСТ Астрель, 2005.
14. Пронин С. Рекламисту о дизайне. Дизайнеру о рекламе / С. Пронин. –

М.: Москва, 2003 (в електронній бібліотеці каф. дизайну)..

15. Савін В.М. Типографіка: навчальний посібник. – К.: Вересень. 2003.
16. Серов С.И. Гармония классической типографики / С.И. Серов. – М.: ЗАО «Линия График», 2003.
17. Таранов Н.Н. Художественно-образная выразительность шрифтов: Монография / Н.Н. Таранов. – Волгоград: Перемена, 2000.
18. Таранов Н.Н. Шрифт и образ в издании: Учебное пособие / Н.Н. Таранов. – М.: Изд-во МГАП «Мир книги», 1995.
19. Шрифты. Разработка и использование. Барышников Г.М., Бизяев А.О., Ефимов В.В., Моисеев А.А., Почтарь Э.И., Ярмола Ю.А. – М., Издательство ЭКОМ, 1997.
20. Яковлев М.І. Основи формування професійного мислення художників графічного дизайну // Технічна естетика і дизайн: міжвідомчий науково – технічний збірник / Відп. ред. М.І. Яковлев. - К.: Віпол, 2004. - Вип. 3-4. - С. 181-185.
21. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий / О. Яцюк. – СПб: Издательство: БХВ-Петербург, 2004.
22. Яцюк О., Романычева Э. Компьютерные технологии в дизайне / О. Яцюк, Э. Романычева. – СПб.: Питер, 2001.