

Міністерство освіти і науки України  
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра № 406  
«Нарисної геометрії та комп'ютерного моделювання»

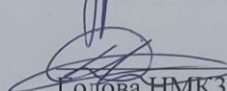
**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Голова НМК1



Сергій НИЖНИК

Голова НМК2



Дмитро КРИЦЬКИЙ

Голова НМК3



Ганна ЛІХОНОСОВА

«31» серпня 2023 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА ВІБІРКОВОЇ  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Графічний дизайн в маркетинговій діяльності**

**MINOR «Основи дизайну у віртуальному просторі»**

(шифр і назва навчальної дисципліни)

**Спеціальності:** усі спеціальності, за якими відбувається підготовка здобувачів в університеті

**Освітні програми:** усі освітні програми відповідних спеціальностей, за якими відбувається підготовка здобувачів в університеті

**Форма навчання:** денна

**Рівень вищої освіти:** перший (бакалаврський)

Харків 2023 рік

Розробник: Ю.А. Кузнєцова  
(ініціали та прізвище)

Кузнєцова  
(підпис)

Робочу програму розглянуто на засіданні кафедри № 406 «Нарисної геометрії та комп'ютерного моделювання»

Протокол № 3 від «31» серпня 2023 р.

Завідувач кафедри К.Т.Н., доцент  
(науковий ступінь і вчене звання)

К.Т.Н.  
(підпис)

К.П. Мсаллам  
(ініціали та прізвище)

## 1. Опис навчальної дисципліни

| Найменування показника                                                                                  | Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень вищої освіти                                                                                                                                                                                                                                                 | Характеристика навчальної дисципліни (денна форма навчання) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Кількість кредитів – 5                                                                                  | <b>Спеціальності:</b><br>усі спеціальності, за якими відбувається підготовка здобувачів в університеті<br><br><b>Освітні програми:</b><br>усі освітні програми відповідних спеціальностей, за якими відбувається підготовка здобувачів в університеті<br><br><b>Рівень вищої освіти:</b><br>перший (бакалаврський) | Вибіркова                                                   |
| Кількість модулів – 2                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Навчальний рік</b>                                       |
| Кількість змістовних модулів – 2                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2023/2024                                                   |
| Індивідуальне завдання: 12                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Семестр</b>                                              |
| Загальна кількість годин – 64/150                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2-й                                                         |
|                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Лекції*</b>                                              |
| Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4, самостійної роботи студента – 5.375 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 32 години                                                   |
|                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Практичні, семінарські*</b>                              |
|                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 32 годин                                                    |
|                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Лабораторні*</b>                                         |
|                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | -                                                           |
|                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Самостійна робота</b>                                    |
|                                                                                                         | 86 годин                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                             |
|                                                                                                         | <b>Вид контролю</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                             |
|                                                                                                         | модульний контроль, іспит                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                             |

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить: 64/86.

\*Аудиторне навантаження може бути зменшене або збільшене на одну годину залежно від розкладу занять.

## **1. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Мета:** ознайомитися із засобами графічного дизайну, що спрямовані на формування необхідного іміджу та організацію реклами товару, підприємства або послуг, що вони виконують.

**Завдання:** отримати знання, вміння та навички створення комп'ютерних графічних креативів в області прикладної, ділової та оформлювальної графіки; ознайомитися з розробкою системи графічних елементів, що утворюють фірмовий стиль; придбати знання в області психологічних особливостей прийняття рішень про зображення.

### **Компетентності, які набуваються.**

Розуміння основ та принципів графічного дизайну в маркетинговій діяльності. Здатність аналізувати бізнес-завдання та розробляти графічні рішення для їх вирішення. Здатність створювати бренд-концепції, включаючи архетипи бренду та неймінг. Здатність розробляти інтегровані маркетингові стратегії та візуальні концепції для брендів. Вміння аналізувати ринок, конкурентів та цільову аудиторію для створення унікальних торгових пропозицій. Навички використання сучасних інструментів графічного дизайну та технологій для створення графічних матеріалів. Вміння розробляти фірмовий стиль, включаючи вибір кольорів, шрифтів та створення логотипів. Навички розробки маркетингових матеріалів, які відповідають стратегічним цілям бренда. Здатність створювати документи для підтримки ідентичності бренду та їхнє використання. Навички використання мокапів та мерчу для візуалізації бренду. Здатність проводити дизайн-дослідження та аналізувати стилістичні рішення та тенденції в індустрії. Володіння навичками ефективного спілкування та співпраці з клієнтами та командою під час реалізації дизайн-проектів.

### **Очікувані результати навчання:**

Розуміння ролі графічного дизайну в маркетинговій діяльності. Здатність розробляти графічні рішення для вирішення бізнес-завдань. Навички створення бренд-концепцій та архетипів бренду. Вміння розробляти інтегровані маркетингові стратегії та візуальні концепції для брендів. Здатність аналізувати ринок, конкурентів та цільову аудиторію для створення торгових пропозицій. Володіння інструментами графічного дизайну та технологіями. Навички розробки фірмового стилю, включаючи кольори, шрифти та логотипи. Вміння створювати маркетингові матеріали, що відповідають стратегічним цілям бренду. Здатність створювати та використовувати документи для підтримки ідентичності бренду. Навички використання мокапів та мерчу для візуалізації бренду. Здатність проводити дизайн-дослідження та аналізувати стилістичні рішення та тенденції. Володіння навичками ефективного спілкування та співпраці з клієнтами та командою під час реалізації дизайн-проектів.

**Пререквізити:** дисципліна "Основи графічної композиції у віртуальному просторі".

**Кореквізити:** Немає.

### **3. Зміст навчальної дисципліни**

#### **3. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ "ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ"**

##### **МОДУЛЬ 1. ОСНОВИ БРЕНД-ДИЗАЙНУ ТА РОЗРОБКИ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЇ**

**Мета модулю:** Навчитися проводити аналітику бренду (продукту) і на її підставі створювати візуальну комунікацію з аудиторією.

Заняття проводяться у форматі практичних майстер-класів з використанням реальних кейсів і прикладів відомих брендів. Результатом роботи є розробка стратегії брендингу та концепція фірмового стилю для обраної компанії.

##### **Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни «Графічний дизайн маркетинговій діяльності»**

**План:** Основні поняття та визначення дизайну та маркетингу. Еволюція дизайну. Місце дизайну у маркетинговій діяльності. Проектне дизайнерське завдання, відмінність від завдань, які вирішують художники. Різниця між дизайнерським та інженерним проектуваннями.

**Теми практичного заняття:** Робота з платформами для онлайн-дизайну: інструменти, можливості, переваги.

**Теми для самостійного вивчення:** Популярні онлайн-інструменти для графічного дизайну та їхнє практичне використання.

**Індивідуальне завдання:** Розробка та оформлення резюме та супровідного листа

##### **Тема 2. Дизайн-мислення - метод розроблення продуктів, сервісів і послуг, орієнтованих на користувача.**

**План:** Принципи дизайн-мислення: цінність користувача, цілеспрямованість, максимальна простота та доступність, творче мислення. Етапи дизайн мислення: визначення проблеми (емпатія), фокусування, генерація ідей, та вибір найкращих, створення прототипу, тестування.

**Теми практичного заняття:** Використання технік та інструментів дизайн-мислення.

**Теми для самостійного вивчення:** історія та еволюція дизайн-мислення, приклади успішних продуктів та послуг, створених за допомогою дизайн-мислення, сучасні інструменти та підходи дизайн-мислення.

**Індивідуальне завдання:** Розробка рекламного креативу "Я люблю ХАІ".

### **Тема 3. Основи брендингу. Бренд-дизайн. Цикл роботи над дизайн-продуктом.**

**План:** Поняття бренду, брендингу та фірмового стилю в сучасному світі. Важливість візуальної ідентифікації бренду для успішного бізнесу. Завдання та цілі бренд-дизайну.

**Теми практичного заняття:** Визначення унікальних характеристик та цінності за допомогою брифування клієнта.

**Теми для самостійного вивчення:** Історія брендингу: Розвиток концепції бренду від минулого до сьогодення.

**Індивідуальне завдання:** Розробка брифу для обраного проекту.

### **Тема 4. Основи маркетингу. Опис продукту. Емоційна та раціональна система прийняття рішень.**

**План:** Основи маркетингу. Методики опису продукту: "Jobs to be done", "Система 5 W". Використання емоцій для побудови комунікації зі споживачами. Тригери у маркетингу, які найчастіше використовують в рекламі. Дослідження ролі емоцій у рекламі на прикладі успішних кампаній.

**Теми практичного заняття:** Розробка опису продукту: ключові елементи та структура. Аналіз емоційних та раціональних аспектів прийняття рішень.

**Теми для самостійного вивчення:** Способи формування емоційного зв'язку між продуктом і споживачем.

**Індивідуальне завдання:** Опис продукту для обраного проекту.

### **Тема 5. Ключові етапи аналізу ринку та галузі. Стратегії аналізу конкурентів. Унікальна торгова пропозиція (УТП)**

**План:** Маркетингові дослідження, аналіз даних та інтерпретація результатів. Ключові етапи аналізу ринку: постановка цілей дослідження, визначення цільової аудиторії (ЦА), види та сегментація ЦА. Стратегії аналізу конкурентів (порівняння продуктів/послуг, SWOT-аналіз, цінові стратегії тощо). Використання аналізу ринку для розробки маркетингових стратегій.

**Теми практичного заняття:** Дослідження цільової аудиторії, сегментація аудиторії та створення «аватара» клієнта.

**Методи дослідження конкурентів.** Розробка та обґрунтування унікальної торгової пропозиції для проекту.

**Теми для самостійного вивчення:** Методи аналізу конкурентів у бізнесі. Вплив УТП на позиціонування бренду на ринку. Етапи створення ідеального «аватара» клієнта."

**Індивідуальні завдання:**

- Аналіз цільової аудиторії, сегментація цільової аудиторії, аватар клієнта обраного проекту.
- Аналіз конкурентів, формування УТП проекту.

**Тема 6. Дизайн-дослідження. Визначення стилістичних рішень, особливостей та тенденцій в індустрії.**

**План:** Аналіз галузі в рамках стилю, підходу до композиції, кольорових палітр, типографіки, декоративних та ілюстративних прийомів. Аналіз впливу актуальної моди в дизайні на проект. Мудборд та колажування. Обґрунтування стилістичних рішень для проекту.

**Теми практичного заняття:** Аналіз стилістичних рішень та особливостей в індустрії дизайну.

**Теми для самостійного вивчення:** Основні тенденції в сучасному графічному дизайні.

**Індивідуальне завдання:** Створення мудбордів для дизайн-дослідження формування висновків.

**Тема 7. Архетипи бренду. Метафора бренду. Неймінг.**

**План:** Формування концептуального підходу до візуального стилю. Розробка образів та метафор для бренду. Архетипи бренду: вплив на створення ідентичності. Метафора бренду: від ідеї до візуалізації. Неймінг: створення незабутніх назв для брендів.

**Тема практичного заняття:** Аналіз успішних брендів. Студенти аналізують стратегії, місію, візію, цінності та ідеологію, назви відомих брендів.

**Індивідуальне завдання:** Розробка платформи для обраного проекту формування візуальної концепції

## **МОДУЛЬ 2. ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ТА ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ БРЕНДУ**

**Тема 8. Розробка візуальної концепції. Складові фірмового стилю.**

**План:** Значення фірмового стилю та візуальної ідентифікації бренду для бізнесу. Складові фірмового стилю. Основи типографіки та їх вплив на дизайн. Роль шрифтів у створенні фірмового стилю. Типографіка. Будова

символів у шрифті. Класифікація шрифтів. Контраст, динаміка, вага, відкритість та ширина шрифту. Підбір шрифтів та шрифтових пар. Психологія кольорів та їх значення для бренду.

**Теми практичного заняття:** Вибір шрифтів та кольорів для фірмового стилю бренду.

**Теми для самостійного вивчення:** Практичні аспекти роботи з шрифтами та кольорами в програмах для дизайну.

**Індивідуальне завдання:** Вибір шрифтів та кольорів для фірмового стилю обраного проекту.

## **Тема 9. Логотип - ключовий елемент фірмового стилю.**

**План:** Принципи та елементи ефективного логотипу. Задача логотипу. Історія та роль логотипів у брендингу. Психологія кольорів та їх вплив на сприйняття логотипу. Підбір форми для логотипу. Підбір шрифтів для логотипу. Logo BOX / комплектація логотипу. Сучасні тенденції у дизайні логотипів.

**Теми практичного заняття:** Особливості в розробці логотипів. Аналіз відомих логотипів та їх успішний досвід.

**Теми для самостійного вивчення:** Використання програмних інструментів для створення логотипів.

**Індивідуальне завдання:** розробка логотипу для обраного проекту.

## **Тема 10. Додаткові елементи фірмового стилю. Розширення візуальної ідентичності бренду.**

**План:** Важливість розширення візуальної ідентичності бренду. Типи додаткових елементів: іконки та символи; фотографії, ілюстрації; графічні ефекти, паттерн та інші важливі компоненти.

**Теми практичного заняття:** Практичне застосування додаткових елементів фірмового стилю у дизайні.

**Теми для самостійного вивчення:** Вплив додаткових елементів на сприйняття бренду та споживачів.

**Індивідуальне завдання:** Додаткові елементи фірмового стилю.

## **Тема 11. Носії фірмового стилю. Використання мокапів та мерчу в процесі розробки фірмового стилю**

**План:** Вибір носіїв фірмового стилю в залежності від типу проекту. Розробка носіїв фірмового стилю: візитні картки, блокноти, папір для листів, тощо. Визначення мерчу та мокапів, їх роль у створенні фірмового стилю.

**Теми практичного заняття:** Розробка дизайну носіїв фірмового стилю. Створення мокапів для фірмового стилю та його складових.

**Теми для самостійного вивчення:** Вивчення роботи з сервісами для створення мокапів та мерчу.

**Індивідуальне завдання:** Розробка носіїв фірмового стилю та створення мокапів для обраного проекту.

## **Тема 12. Документи для підтримки ідентичності бренду. Брендбук**

**План:** Роль документів у формуванні ідентичності бренду. Типи документів, що підтримують ідентичність бренду. Брендбук. Логобук. Гайдлайни. Дизайн-системи. Ключові візуали (key visual) бренду. Структура брендбуку і його ключові компоненти. Правила використання брендovаних документів і матеріалів.

**Теми практичного заняття:** Рекомендації та правила використання семантичних і візуальних компонентів. Розбір кейсів.

**Теми для самостійного вивчення:** Аналіз брендбуків успішних брендів.

**Індивідуальне завдання:** Розробка брендбуку для обраного проекту.

## **Тема 13. Портфоліо - інструмент професійного та особистісного зростання. Кейси.**

**План:** Важливість портфоліо як інструмента розвитку. Наповнення портфоліо. Оформлення кейсів. Універсальні (hard skills) та спеціальні (soft) навички та досягнення. Замовники та їхні галузі. Команда та партнери. Розвиток власного бренду. Залучення замовників. Складання контрактів.

**Тема практичного заняття:** Приклади успішних портфоліо від відомих дизайнерів.

**Теми для самостійного вивчення:** Техніки та методи створення ефективного дизайн-кейсу.

**Індивідуальне завдання:** Розробка дизайн-кейсу для портфоліо

## **4. Структура навчальної дисципліни**

| Назва змістовного модуля і тем                                     | Кількість годин |              |   |      |       |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|---|------|-------|
|                                                                    | Усього          | У тому числі |   |      |       |
|                                                                    |                 | л            | п | лаб. | с. р. |
| 1                                                                  | 2               | 3            | 4 | 5    | 6     |
| <b>Модуль 1. Основи бренд-дизайна та розробки дизайн-концепції</b> |                 |              |   |      |       |
| <b>Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни «Графічний дизайн»</b>   | 12              | 2            | 2 | -    | 8     |

|                                                                                                                         |            |           |           |          |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| маркетинговій діяльності»                                                                                               |            |           |           |          |           |
| <b>Тема 2.</b> Дизайн-мислення - метод розроблення продуктів, сервісів і послуг, орієнтованих на користувача.           | 10         | 2         | 2         | -        | 6         |
| <b>Тема 3.</b> Основи брендингу. Бренд-дизайн. Цикл роботи над дизайн-продуктом.                                        | 12         | 4         | 2         | -        | 6         |
| <b>Тема 4.</b> Основи маркетингу. Опис продукту. Емоційна та раціональна система прийняття рішень.                      | 8          | 2         | 2         | -        | 4         |
| <b>Тема 5.</b> Ключові етапи аналізу ринку та галузі. Стратегії аналізу конкурентів. Унікальна торгова пропозиція (УТП) | 10         | 2         | 2         | -        | 6         |
| <b>Тема 6.</b> Дизайн-дослідження. Визначення стилістичних рішень, особливостей та тенденцій в індустрії.               | 8          | 2         | 2         | -        | 4         |
| <b>Тема 7.</b> Архетипи бренду. Метафора бренду. Наймінг.                                                               | 22         | 6         | 4         | -        | 12        |
|                                                                                                                         |            |           |           |          |           |
| <b>Модульний контроль</b>                                                                                               |            |           |           |          |           |
| <b>Разом за змістовним модулем 1</b>                                                                                    | <b>78</b>  | <b>16</b> | <b>16</b> | <b>-</b> | <b>46</b> |
|                                                                                                                         |            |           |           |          |           |
| <b>Модуль 2. Фірмовий стиль та візуальна ідентифікація бренду</b>                                                       |            |           |           |          |           |
| <b>Тема 8.</b> Розробка візуальної концепції. Складові фірмового стилю.                                                 | 10         | 2         | 2         | -        | 6         |
| <b>Тема 9.</b> Логотип - ключовий елемент фірмового стилю.                                                              | 12         | 2         | 2         |          | 8         |
| <b>Тема 10.</b> Додаткові елементи фірмового стилю. Розширення візуальної ідентичності бренду.                          | 10         | 2         | 2         | -        | 6         |
| <b>Тема 11.</b> Носії фірмового стилю. Використання мокапів та мерчу в процесі розробки фірмового стилю                 | 12         | 2         | 2         | -        | 8         |
| <b>Тема 12.</b> Документи для підтримки ідентичності бренду. Брендбук                                                   | 12         | 2         | 4         | -        | 6         |
| <b>Тема 13.</b> Портфоліо - інструмент професійного та особистісного зростання. Кейси                                   | 12         | 2         | 4         |          | 6         |
|                                                                                                                         |            |           |           |          |           |
| <b>Модульний контроль</b>                                                                                               |            |           |           |          |           |
| <b>Разом за змістовним модулем 2</b>                                                                                    | <b>72</b>  | <b>16</b> | <b>16</b> |          | <b>40</b> |
|                                                                                                                         |            |           |           |          |           |
| <b>Усього годин</b>                                                                                                     | <b>150</b> | <b>32</b> | <b>32</b> |          | <b>86</b> |

## 5. Теми семінарських занять

| № п/п | Назва теми                                                                                                       | Кількість годин |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 1     | Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни «Графічний дизайн маркетинговій діяльності»                               | 2               |
| 2     | Тема 2. Дизайн-мислення - метод розроблення продуктів, сервісів і послуг, орієнтованих на користувача.           | 2               |
| 3     | Тема 3. Основи брендингу. Бренд-дизайн. Цикл роботи над дизайн-продуктом.                                        | 4               |
| 4     | Тема 4. Основи маркетингу. Опис продукту. Емоційна та раціональна система прийняття рішень.                      | 2               |
| 5     | Тема 5. Ключові етапи аналізу ринку та галузі. Стратегії аналізу конкурентів. Унікальна торгова пропозиція (УТП) | 2               |
| 6     | Тема 6. Дизайн-дослідження. Визначення стилістичних рішень, особливостей та тенденцій в індустрії.               | 2               |
| 7     | Тема 7. Архетипи бренду. Метафора бренду. Неймінг.                                                               | 6               |
| 8     | Тема 8. Розробка візуальної концепції. Складові фірмового стилю.                                                 | 2               |
| 9     | Тема 9. Логотип - ключовий елемент фірмового стилю.                                                              | 4               |
| 10    | Тема 10. Додаткові елементи фірмового стилю. Розширення візуальної ідентичності бренду.                          | 2               |
| 11    | Тема 11. Носії фірмового стилю. Використання мокапів та мерчу в процесі розробки фірмового стилю                 | 2               |
| 12    | Тема 12. Документи для підтримки ідентичності бренду. Брендбук                                                   | 2               |
| 13    | Тема 13. Портфоліо - інструмент професійного та особистісного зростання. Кейси                                   | 2               |
|       | <b>Разом</b>                                                                                                     | <b>32</b>       |

## 6. Теми практичних занять

| № п/п | Назва теми                                                                                                                                                                                     | Кількість годин |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 1     | Робота з платформами для онлайн-дизайну: інструменти, можливості, переваги.                                                                                                                    | 2               |
| 2     | Використання технік та інструментів дизайн-мислення.                                                                                                                                           | 2               |
| 3     | Визначення унікальних характеристик та цінності за допомогою брифування клієнта.                                                                                                               | 2               |
| 4     | Розробка опису продукту: ключові елементи та структура. Аналіз емоційних та раціональних аспектів прийняття рішень.                                                                            | 2               |
| 5     | Дослідження цільової аудиторії, сегментація аудиторії та створення "аватара" клієнта.<br>Методи дослідження конкурентів. Розробка та обґрунтування унікальної торгової пропозиції для проекту. | 2               |
| 6     | Аналіз стилістичних рішень та особливостей в індустрії дизайну.                                                                                                                                | 2               |
| 7     | Аналіз успішних брендів. Архетипи бренду. Метафора бренду. Неймінг.                                                                                                                            | 2               |
| 8     | Вибір шрифтів та кольорів для фірмового стилю бренду.                                                                                                                                          | 2               |
| 9     | Особливості в розробці логотипів. Аналіз відомих логотипів та їх успішний досвід.                                                                                                              | 2               |
| 10    | Практичне застосування додаткових елементів фірмового стилю у                                                                                                                                  | 4               |

|    |                                                                                                   |           |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|    | дизайні.                                                                                          |           |
| 11 | Розробка дизайну носіїв фірмового стилю. Створення мокапів для фірмового стилю та його складових. | 4         |
| 12 | Рекомендації та правила використання семантичних і візуальних компонентів. Розбір кейсів.         | 4         |
| 13 | Приклади успішних портфоліо від відомих дизайнерів. Робота над портфоліо.                         | 2         |
|    | <b>Разом</b>                                                                                      | <b>32</b> |

## 7. Теми лабораторних занять

| № з/п | Назва теми | Кількість годин |
|-------|------------|-----------------|
| 1     | -          | -               |

## 8. Самостійна робота

| № з/п | Назва теми                                                                                                                                                                         | Кількість годин |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 1     | Популярні онлайн-інструменти для графічного дизайну та їхнє практичне використання.                                                                                                | 8               |
| 2     | Приклади успішних продуктів та послуг, створених за допомогою дизайн-мислення, сучасні інструменти та підходи дизайн-мислення.                                                     | 6               |
| 3     | Історія брендингу. Розвиток концепції бренду від минулого до сьогодення.                                                                                                           | 6               |
| 4     | Способи формування емоційного зв'язку між продуктом і споживачем.                                                                                                                  | 4               |
| 5     | Методи аналізу конкурентів у бізнесі. Вплив УТП на позиціонування бренду на ринку.                                                                                                 | 6               |
| 6     | Основні тенденції в сучасному графічному дизайні.                                                                                                                                  | 4               |
| 7     | Дослідження різних архетипів брендів та їхні впливи на споживачів.<br>Вивчення прикладів вдалого неймінгу в історії брендів.<br>Аналіз візуалізації метафор у рекламних кампаніях. | 12              |
| 8     | Практичні аспекти роботи з шрифтами та кольорами в програмах для дизайну.                                                                                                          | 6               |
| 9     | Використання програмних інструментів для створення логотипів.                                                                                                                      | 8               |
| 10    | Вплив додаткових елементів на сприйняття бренду та споживачів.                                                                                                                     | 6               |
| 11    | Вивчення роботи з сервісами для створення мокапів та мерчу.                                                                                                                        | 8               |
| 12    | Аналіз брендбуків успішних брендів.                                                                                                                                                | 6               |
| 13    | Техніки та методи створення ефективного дизайн-кейсу.                                                                                                                              | 6               |
|       | <b>Разом</b>                                                                                                                                                                       | <b>86</b>       |

## 9. Індивідуальні завдання

1. Розробка та оформлення резюме та супровідного листа.
2. Розробка рекламного креативу "Я люблю ХАІ".
3. Розробка брифу для обраного проекту.
4. Опис продукту для обраного проекту.
5. Аналіз цільової аудиторії, сегментація цільової аудиторії, аватар клієнта обраного проекту.
6. Аналіз конкурентів, формування УТП проекту.
7. Створення мудбордів для дизайн-дослідження формування висновків.
8. Розробка платформи для обраного проекту формування візуальної концепції.
9. Вибір шрифтів та кольорів для фірмового стилю обраного проекту.
10. Додаткові елементи фірмового стилю.
11. Розробка носіїв фірмового стилю з використанням мокапів.
12. Розробка брендбуку для обраного проекту.

## 10. Методи навчання

Проведення аудиторних лекцій, практичних занять, консультацій, а також самостійна робота студентів за відповідними матеріалами. Заняття проводяться у форматі практичних майстер-класів з використанням реальних кейсів і прикладів відомих брендів. Результатом роботи є розробка стратегії брендингу та концепція фірмового стилю для обраної компанії.

## 11. Методи контролю

Проведення поточного контролю, підсумковий контроль у вигляді іспиту.

## 12. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують студенти

12.1. Розподіл балів, які отримують студенти (кількісні критерії оцінювання)

| Складові навчальної роботи | Бали за одне заняття (завдання) | Кількість занять (завдань) | Сумарна кількість балів |
|----------------------------|---------------------------------|----------------------------|-------------------------|
| Змістовий модуль 1         |                                 |                            |                         |
|                            |                                 |                            |                         |
| Індивідуальні роботи       | 0..5                            | 6                          | 0..30                   |
| Модульний контроль         | 0..20                           | 1                          | 0..20                   |
|                            |                                 |                            |                         |
| Змістовий модуль 2         |                                 |                            |                         |
| Індивідуальні роботи       | 0..5                            | 6                          | 0..30                   |
| Модульний контроль         | 0..20                           | 1                          | 0..20                   |
|                            |                                 |                            |                         |
| Усього за семестр          |                                 |                            | 0...100                 |

Семестровий контроль (іспит) проводиться у разі відмови студента від балів поточного рейтингу. Під час складання семестрового іспиту студент має можливість скорегувати оцінку з FX на E-D, з E-D на C-B, та з C-B на A.

## 12.2. Якісні критерії оцінювання

Необхідний обсяг знань для одержання позитивної оцінки:

## 12.3 Критерії оцінювання роботи студента протягом семестру

**Задовільно (60-74 балів):** На цьому рівні студент повинен продемонструвати базове розуміння та вміння в області графічного дизайну та бренд-дизайну. Оцінка «задовільно» вказує на те, що студент володіє мінімальними знаннями та уміннями, необхідними для роботи в цій галузі, але його навички можуть бути обмеженими.

**Добре (75-89 балів):** На цьому рівні студент покаже тверде розуміння та впевненість в основах графічного дизайну та бренд-дизайну. Оцінка «добре» свідчить про здатність студента застосовувати свої знання та навички в практичних завданнях і розуміти більш складні аспекти цієї галузі.

**Відмінно (90-100 балів):** На цьому рівні студент повинен володіти всіма темами та поняттями курсу на досконалому рівні. Оцінка «відмінно» вказує на те, що студент продемонстрував високий рівень розуміння і володіння матеріалом і може успішно застосовувати ці знання в практиці. Він показав самостійність та творчий підхід у вирішенні завдань з графічного дизайну та бренд-дизайну.

## Шкала оцінювання: бальна і традиційна

| Сума балів | Оцінка за традиційною шкалою  |               |
|------------|-------------------------------|---------------|
|            | Іспит, диференційований залік | Залік         |
| 90 – 100   | Відмінно                      | Зараховано    |
| 75 – 89    | Добре                         |               |
| 60 – 74    | Задовільно                    |               |
| 0 – 59     | Незадовільно                  | Не зараховано |

## 13. Методичне забезпечення

Підручники, навчальні посібники, навчально-методичні посібники, конспекти лекцій, методичні рекомендації з виконання індивідуальних завдань тощо, які видані в Університеті знаходяться за посиланням:

[https://docs.google.com/document/d/1q8p6IPNAQkIYcmU863uLa6eySN\\_dttIDO\\_PXjJXtm-to/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1q8p6IPNAQkIYcmU863uLa6eySN_dttIDO_PXjJXtm-to/edit?usp=sharing)

**Сторінка дисципліни знаходиться за посиланням:**

**<https://mentor.khai.edu/course/view.php?id=7877>**

#### **14. Рекомендована література**

1. Емброуз Г., Леонард Н. Основи. Графічний дизайн 02. Дизайнерське дослідження. Пошук успішних креативних рішень. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с.
2. Емброуз Г., Леонард Н. Основи. Графічний дизайн 03. Генерування ідей. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.
3. Емброуз Г., Оно-Біллсон Н. Основи. Графічний дизайн 01. Підхід і мова. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.
4. Катя Тейлор. Мистецтво під ключ. Менеджмент і маркетинг культури. Київ: ArtHuss, 2021. 228 с.
4. Іваненко Т. Шрифтовий дизайн : основи. Харків: ХДАДМ, 2019. 144 с.
5. Пасічник О. Г., Пасічник О. В., Стеценко І. В. Основи веб-дизайну : навч. посіб. Київ : Вид. група ВНУ, 2009. 336 с.
6. Синєпупова Н. Композиція: Тотальний контроль. Київ: ArtHuss, 2020. 240 с.

#### **15. Інформаційні ресурси**

Бібліотека ХАІ

## ДОДАТОК

### Перелік галузей знань, спеціальностей та освітніх програм, за якими відбувається підготовка здобувачів в університеті

**Галузі знань:** 02 Культура і мистецтво, 03 Гуманітарні науки, 05 Соціальні та поведінкові науки, 07 Управління та адміністрування, 08 Право, 10 Природничі науки, 11 Математика та статистика, 12 Інформаційні технології, 13 Механічна інженерія, 14 Електрична інженерія, 15 Автоматизація та приладобудування, 16 Хімічна та біоінженерія, 17 Електроніка та телекомунікації, 19 Архітектура та будівництво, 26 Цивільна безпека, 27 Транспорт, 28 Публічне управління та адміністрування, 29 Міжнародні відносини

**Спеціальності:** 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, 035 Філологія, 051 Економіка, 053 Психологія, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа та страхування, 073 Менеджмент, 075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, 081 Право, 101 Екологія, 103 Науки про Землю, 113 Прикладна математика, 121 Інженерія програмного забезпечення, 122 Комп'ютерні науки, 123 Комп'ютерна інженерія, 124 Системний аналіз, 125 Кібербезпека, 126 Інформаційні системи та технології, 131 Прикладна механіка, 133 Галузеве машинобудування, 134 Авіаційна та ракетно-космічна техніка, 141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка, 142 Енергетичне машинобудування, 144 Теплоенергетика, 151 Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології, 152 Метрологія та інформаційно-вимірювальна техніка, 153 Мікро- та наносистемна техніка, 163 Біомедична інженерія, 172 Телекомунікації та радіотехніка, 173 Авіоніка, 193 Геодезія та землеустрій, 272 Авіаційний транспорт, 262 Правоохоронна діяльність, 274 Автомобільний транспорт, 281 Публічне управління та адміністрування, 292 Міжнародні економічні відносини

**Освітні програми:** Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, Прикладна лінгвістика, Економіка підприємства, Психологія, Облік і оподаткування, Фінанси, банківська справа та страхування, Менеджмент, Логістика, Управління проектами, Маркетинг, Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, Право, Екологія та охорона навколишнього середовища, Космічний моніторинг Землі, Обчислювальний інтелект, Інженерія програмного забезпечення, Інформаційні технології проектування, Комп'ютеризація обробки інформації та управління, Інтелектуальні системи та технології, Комп'ютерні технології в біології та медицині, Комп'ютерні системи та мережі, Системне програмування, Системний аналіз і управління, Безпека інформаційних і комунікаційних систем, Інформаційні системи та технології підтримки віртуальних середовищ, Розподілені інформаційні системи, Штучний інтелект та інформаційні системи, Динаміка і міцність машин, Роботомеханічні системи і логістичні комплекси, Комп'ютерний інжиніринг, Проектування, виробництво та сертифікація авіаційної техніки, Авіаційні двигуни та енергетичні установки, Ракетно-космічна техніка, Комп'ютерно-інтегроване управління в енергетиці, Нетрадиційні та відновлювані джерела енергії, Газотурбінні установки і компресорні станції, Енергетичний менеджмент, Інженерія мобільних додатків, Комп'ютерні системи технічного зору, Комп'ютерні технології проектування та виробництва, Комп'ютерно-інтегровані технологічні процеси і виробництва, Інтелектуальні інформаційні вимірювальні системи, Якість, стандартизація та сертифікація, Мікро- та наносистемна техніка, Біомедична інженерія, Інформаційні мережі зв'язку, Радіoeлектронні пристрої, системи та комплекси, Системи автономної навігації та адаптивного управління літальних апаратів, Геоінформаційні системи і технології, Правоохоронна діяльність, Інтелектуальні транспортні системи, Технічне обслуговування та ремонт повітряних суден і авіадвигунів, Автомобілі та автомобільне господарство, Публічне управління та адміністрування, Міжнародна економіка