

**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

**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 № 5 від «24» серпня 2023 року

Завідувач кафедри дизайну **Юлія РОМАНЕНКОВА**



Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 022.01.01

«Графічний дизайн»

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Гарант освітньо-професійної програми

022.01.01 «Графічний дизайн» **Олег КАРДАШ**



Робочу програму перевірено

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Заступник декана

з науково-методичної та навчальної роботи

**Алла 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)

## 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 дизайндіяльності |

### **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.

### **Результати навчання:**

|       |                                                                                                                                                                                                    |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| РН 1  | Застосовувати набуті знання і розуміння предметної області та сфери професійної діяльності у практичних ситуаціях                                                                                  |
| РН 3  | Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайнерського проекту, застосовувати теорію і методику дизайну, фахову термінологію (за професійним спрямуванням), основи наукових досліджень |
| РН 4  | Визначати мету, завдання та етапи проектування                                                                                                                                                     |
| РН 7  | Аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень                                                                                     |
| РН 8  | Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію                                                                         |
| РН 9  | Створювати об'єкти дизайну засобами проектно-графічного моделювання                                                                                                                                |
| РН 10 | Визначати функціональну та естетичну специфіку формотворчих засобів дизайну у комунікативному просторі                                                                                             |
| РН 11 | Розробляти композиційне вирішення об'єктів дизайну у відповідних техніках і матеріалах                                                                                                             |
| РН 12 | Дотримуватися стандартів проектування та технологій виготовлення об'єктів дизайну у професійній діяльності                                                                                         |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PH 13 | Знати надбання національної та всесвітньої культурномистецької спадщини, розвивати екокультуру засобами дизайну                                                                                                                                                                                         |
| PH 16 | Враховувати властивості матеріалів та конструктивних побудов, застосовувати новітні технології у професійній діяльності                                                                                                                                                                                 |
| PH 17 | Застосовувати сучасне загальне та спеціалізоване програмне забезпечення у професійній діяльності (за спеціалізаціями)                                                                                                                                                                                   |
| PH 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 бізнесмодель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну |

#### 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 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                                                                     | <b>Усього за 6 семестр</b>                                                                                                                                                     | <b>60</b>  | <b>2</b> | <b>36</b> | <b>4</b> | <b>18</b> |
| 17                                                                     | <b>Усього</b>                                                                                                                                                                  | <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. к-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. к-сть балів за | ЗМ №1 |
|---|----------------|------------------------|-------|
|---|----------------|------------------------|-------|

|                                                    |                                           | одиницю | К-сть<br>один. | Всього<br>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 мо дуль             |                                           |         | 119            |                 |
| Максимальна кількість балів<br>(поточний контроль) |                                           |         | 119            |                 |
| Коефіцієнт визначення успішно сті                  |                                           |         | 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 принципових помилок;</li> <li>– студент виявив лише мінімально допустимий рівень знань, умінь, навичок, виявив неготовність грамотно і самостійно планувати й організовувати 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 старання 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 організовувати 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                                                       |                                                                                                                    |                                                                                                      |                                                                                                                                                           |                                                                                                                              |                              |
| Лекцій                                                     | 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, аналогі 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. Аналогі 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. 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.