

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**Робоча програма**  
**навчальної дисципліни**  
**"ДИЗАЙН ФІРМОВОГО СТИЛЮ"**  
**для студентів усіх спеціальностей**  
**денної форми навчання**

**Харків**  
**ХНЕУ ім. С. Кузнеця**  
**2016**

Затверджено на засіданні кафедри комп'ютерних систем і технологій.  
Протокол № 13 від 01.07.2015 р.

*Самостійне електронне текстове мережеве видання*

**Укладач** Ю. А. Сисоєва

**Робоча** програма навчальної дисципліни "Дизайн фірмового Р 58 стилю" для студентів усіх спеціальностей денної форми навчання :  
[Електронне видання] / уклад. Ю. А. Сисоєва. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 33 с.

Подано тематичний план навчальної дисципліни та її зміст за модулями й темами. Вміщено плани лекцій та практичних занять, матеріали для закріплення знань (завдання для самостійної роботи, контрольні запитання), методичні рекомендації щодо оцінювання знань студентів, професійні компетентності, якими повинен володіти студент після вивчення дисципліни.

Рекомендовано для студентів усіх спеціальностей денної форми навчання.

## Вступ

Ось цей – креативний та агресивний, той – старомодний та витончений, а ось той – затишний та комфортний. Майже так споживачі відчують магазини й торгівельні центри, кафе й ресторани, підприємства й установи, з якими мають справу. На сьогодні на ринку, фактично, конкурують не компанії, не їх товари, а їх іміджі.

На формування іміджу компаній впливають багато факторів. І один із найважливіших – це візуальний образ компанії, який створюється засобами графічного дизайну. Цей образ формується з багатьох речей: логотип, колірна гама, шрифти, композиція рекламних зображень, верстка веб-сайту та презентацій. Створений індивідуальний образ дозволяє покупцеві виділити компанію на загальному фоні, запам'ятати її. І цей образ слід створювати грамотно – на основі знання принципів графічної композиції та дизайну.

Навчальна дисципліна "Дизайн фірмового стилю" складається з двох розділів (модулів):

- 1) загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну;
- 2) фірмовий стиль та корпоративні видання.

У першому розділі дисципліни розглядаються загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну.

У рамках цього розділу вивчаються:

основні принципи та прийоми побудови гармонійної графічної композиції;

характеристики кольору і гармонійні комбінації кольорів;

функції шрифту в композиції та базові терміни типографіки.

Практична компонента першого розділу дисципліни пов'язана, насамперед, з вивченням інструментарію *Adobe Photoshop* та його застосуванням задля створення гармонійних графічних композицій.

У другому розділі дисципліни розглядається процес створення системи графічної корпоративної ідентифікації.

У рамках цього розділу дисципліни вивчаються:

принципи розробки графічного фірмового стилю організацій;

етапи проектування в графічному дизайні;

фактори, що впливають на вибір видів корпоративних видань;

особливості дизайну корпоративних видань.

Практична компонента другого розділу дисципліни пов'язана, насамперед, із застосуванням *Adobe Photoshop* та спеціалізованих онлайн-сервісів задля розробки елементів графічного фірмового стилю компанії та дизайну корпоративних видань.

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань: усі галузі	Вибіркова
Змістових модулів – 2	Спеціальність: усі спеціальності	Рік підготовки:
Загальна кількість годин – 150		1М
		Семестр
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4; самостійної роботи студента – 11	Освітній ступінь: магістр	2
		Лекції
		20 год
		Практичні
		20 год
		Самостійна робота
		110 год
		Вид контролю: залік

*Примітка.* Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить 36,4 %.

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** викладання даної навчальної дисципліни є формування у студентів компетентностей з управління процесом розробки елементів графічного фірмового стилю компанії та дизайну корпоративних видань на основі знання принципів художньої композиції та графічного дизайну.

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**:

формування знань щодо принципів, прийомів та засобів графічної композиції;

формування компетентностей щодо створення графічних композицій засобами *Adobe Photoshop*;

формування компетентностей щодо розробки елементів графічного фірмового стилю компанії;

формування компетентностей щодо формулювання вимог до дизайну корпоративних видань.

**Об'єктом** навчальної дисципліни є процес розробки елементів графічного фірмового стилю компанії та дизайну корпоративних видань.

**Предметом** навчальної дисципліни є змістовні принципи та основні тенденції дизайну графічного фірмового стилю та корпоративних видань.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять та виконання практичних завдань. Також велике значення в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

**знати:**

сутність дизайну та графічного дизайну;

основні принципи побудови гармонійної графічної композиції;

прийоми побудови гармонійної графічної композиції;

характеристики кольору;

види кольорів;

гармонійні комбінації кольорів;

функції шрифту в композиції;

базові терміни типографіки;

види гарнітур;

принципи розробки графічного фірмового стилю організацій;

етапи проектування у графічному дизайні;

правила оформлення технічного завдання на розробку графічного дизайну;

види корпоративних видань та їх особливості;

фактори, що впливають на вибір видів корпоративних видань;

вимоги до дизайну корпоративних друкованих видань;

вимоги до дизайну корпоративних мультимедійних презентацій;

вимоги до дизайну корпоративних веб-сайтів;

**вміти:**

формулювати вимоги до продуктів дизайну, виходячи з призначення дизайну та його системності;

створювати графічні композиції, які відповідають основним композиційним принципам;

обирати композиційні прийоми, які забезпечать досягнення заданої комунікаційної мети композиції;

обирати колірну гаму композиції відповідно до заданого враження, яке повинна створювати композиція;

обирати характеристики шрифту, які забезпечать досягнення заданої комунікаційної мети композиції;

формулювати вимоги до елементів графічного фірмового стилю;

оформляти технічне завдання на розробку графічного дизайну;

розробляти елементи графічного фірмового стилю;

обирати види корпоративних видань задля формування заданого корпоративного іміджу;

формулювати вимоги до дизайну корпоративних видань;

**комунікація:**

розуміння дискурсу графічного дизайну;

вміння розуміти, ставити та вирішувати завдання, сформульовані в термінах принципів композиції, колірних характеристик композиції, типографіки;

вміння розуміти, ставити та вирішувати завдання, сформульовані в термінах графічної корпоративної ідентифікації;

**автономність і відповідальність:**

спроможність самостійно приймати обґрунтовані рішення щодо формулювання вимог до елементів графічного фірмового стилю організацій;

спроможність самостійно приймати обґрунтовані рішення щодо вибору характеристик дизайну корпоративних видань організацій.

У процесі викладання навчальної дисципліни основна увага приділяється оволодінню студентами професійними компетентностями, що наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

**Професійні компетентності,  
які отримують студенти після вивчення навчальної дисципліни**

Код компетентності	Назва компетентності	Складові компетентності
1	2	3
ДФС* 1	Створювати гармонійні графічні композиції засобами <i>Adobe Photoshop</i>	Створювати графічні композиції, які відповідають основним композиційним принципам
		Обирати колірну гаму композиції відповідно до заданого враження, яке повинна створювати композиція

1	2	3
		Обирати характеристики шрифту, які забезпечать досягнення заданої комунікаційної мети композиції
ДФС 2	Розробляти елементи графічного фірмового стилю	Формулювати вимоги до елементів графічного фірмового стилю
		Оформляти технічне завдання на розробку графічного фірмового стилю
		Розробляти елементи графічного фірмового стилю
ДФС 3	Формулювати вимоги до дизайну корпоративних видань	Обирати види корпоративних видань задля формування заданого корпоративного іміджу
		Формулювати вимоги до дизайну корпоративних видань
		Оформляти технічне завдання на розробку дизайну корпоративного видання

\* Дизайн фірмового стилю.

Структуру складових професійних компетентностей та їх формування відповідно до Національної рамки кваліфікацій України наведено в додатку А.

### **3. Програма навчальної дисципліни**

#### **Змістовий модуль 1**

#### **Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну**

##### **Тема 1. Поняття дизайну фірмового стилю**

- 1.1. Що таке дизайн?
- 1.2. Що таке гарний дизайн?
- 1.3. Види дизайнерської діяльності.
- 1.4. Що таке графічний дизайн?
- 1.5. Що таке дизайн графічного фірмового стилю?

## **Тема 2. Основи композиції**

- 2.1. Поняття композиції.
- 2.2. Принципи композиції.
- 2.3. Елементи композиції.
- 2.4. Прийоми побудови композиції.
- 2.5. Властивості композиції.

## **Тема 3. Колір у композиції**

- 3.1. Колір і його характеристики.
- 3.2. Колірне коло.
- 3.3. Гармонійні комбінації кольорів.

## **Тема 4. Шрифт у композиції**

- 4.1. Функції шрифту в композиції.
- 4.2. Термінологія (кернинг, трекинг).
- 4.3. Види гарнітур шрифту.

## **Змістовий модуль 2 Фірмовий стиль та корпоративні видання**

### **Тема 5. Елементи графічного фірмового стилю**

- 5.1. Елементи та носії графічного фірмового стилю.
- 5.2. Довідник з використання фірмового стилю (брендбук).
- 5.3. Товарний знак: поняття та види.
- 5.4. Принципи створення логотипів.

### **Тема 6. Технологія дизайнерського проектування**

- 6.1. Етапи проектування в графічному дизайні.
- 6.2. Технічне завдання на розробку графічного дизайну.
- 6.3. Методи активізації творчого процесу в графічному дизайні.

### **Тема 7. Корпоративні видання**

- 7.1. Що таке корпоративне видання?
- 7.2. Класифікація корпоративних видань.
- 7.3. Особливості корпоративних видань.
- 7.4. Фактори, що впливають на вибір видів корпоративних видань.



## Тема 8. Дизайн корпоративних видань

- 8.1. Рекомендації з дизайну корпоративних друкованих видань.
- 8.2. Рекомендації з дизайну корпоративних мультимедійних презентацій.
- 8.3. Рекомендації з дизайну корпоративних веб-сайтів.

## 4. Структура навчальної дисципліни

Із самого початку вивчення навчальної дисципліни кожен студент має бути ознайомлений як з робочою програмою навчальної дисципліни і формами організації навчання, так і зі структурою, змістом та обсягом кожного з її навчальних модулів, а також з усіма видами контролю та методикою оцінювання сформованих професійних компетентностей.

Вивчення студентом навчальної дисципліни відбувається шляхом послідовного і ґрунтовного опрацювання навчальних модулів. Навчальний модуль – це окремий, відносно самостійний блок дисципліни, який логічно об'єднує кілька навчальних елементів дисципліни за змістом та взаємозв'язками. Тематичний план дисципліни складається з двох змістових модулів (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

### Структура залікового кредиту навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	денна форма			
	усього	у тому числі		
лекційні		практичні	самостійна робота	
<b>Змістовий модуль 1</b>				
<b>Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну</b>				
<i>Тема 1.</i> Поняття дизайну фірмового стилю	13	2	–	11
<i>Тема 2.</i> Основи композиції	19	2	6	11
<i>Тема 3.</i> Колір у композиції	15	2	2	11
<i>Тема 4.</i> Шрифт у композиції	15	2	2	11
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>62</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>44</b>
<b>Змістовий модуль 2</b>				
<b>Фірмовий стиль та корпоративні видання</b>				
<i>Тема 5.</i> Елементи графічного фірмового стилю	30	4	4	22
<i>Тема 6.</i> Технологія дизайнерського проектування	15	2	2	11
<i>Тема 7.</i> Корпоративні видання	13	2	–	11
<i>Тема 8.</i> Дизайн корпоративних видань	30	4	4	22
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>88</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>66</b>
<b>Усього</b>	<b>150</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>110</b>

## 5. Теми практичних занять

**Практичне заняття** – форма навчального заняття, за якої викладач організовує детальний розгляд окремих теоретичних положень навчальної дисципліни і формує вміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом сформульованих завдань. Проведення таких занять ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі – тестах для виявлення ступеня оволодіння необхідними теоретичними положеннями, наборі завдань різного рівня складності для розв'язування їх на занятті. Воно включає проведення попереднього контролю знань, вмінь і навичок студентів, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, розв'язування завдань із їх обговоренням, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку, оцінювання (табл. 5.1).

Таблиця 5.1

### Перелік тем практичних занять

№ з/п	Теми практичних занять	Кількість годин	Література
<b>Змістовий модуль 1. Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну</b>			
1	<i>Практичне заняття 1.</i> Основні операції з зображеннями	2	Основна: [3]. Додаткова: [17]
2	<i>Практичне заняття 2.</i> Виділення областей зображення й операції з ними	2	Основна: [3]. Додаткова: [17]
3	<i>Практичне заняття 3.</i> Застосування шарів для створення графічної композиції	2	Основна: [1 – 3]. Додаткова: [11; 12; 15; 17]
4	<i>Практичне заняття 4.</i> Робота з текстом	2	Основна: [1 – 3]. Додаткова: [10; 12; 15 – 17]
5	<i>Практичне заняття 5.</i> Інструменти малювання	2	Основна: [1 – 3]. Додаткова: [7; 12; 15; 17]
<b>Змістовий модуль 2. Фірмовий стиль та корпоративні видання</b>			
6	<i>Практичне заняття 6.</i> Розробка фірмового знаку та логотипу організації	4	Основна: [1; 2; 4]. Додаткова: [5; 6]. Інформаційні ресурси: [18; 19]
7	<i>Практичне заняття 7.</i> Формування технічного завдання на розробку дизайну корпоративної листівки	2	Основна: [2]. Додаткова: [5 – 7; 14]. Інформаційні ресурси: [18; 19]
8	<i>Практичне заняття 8.</i> Розробка дизайну корпоративної листівки	4	Основна: [1; 2]. Додаткова: [5 – 7; 14]
<b>Усього годин</b>		<b>20</b>	

## 5.1. Приклад типового практичного завдання за темою

### Тема 6. Технологія дизайнерського проектування

#### Практичне заняття 7

#### Формування технічного завдання на розробку дизайну корпоративної листівки

##### Завдання 1. Аналіз дизайну корпоративних листівок

1.1. Запустити прототип "Анализ дизайна имиджевых изданий".

1.2. Ознайомитися з інтерфейсом прототипу.

1.3. Перейти на сторінку "Об изданиях" та обрати серед видань "Корпоративна открытка".

1.4. Розпочати аналіз дизайну, обравши відповідну кнопку "Анализировать" на сторінці прототипу (рис. 5.1).



Рис. 5.1. Вікно прототипу з інформацією про корпоративні листівки

1.5. Відкрити підготовлений викладачем файл з корпоративними листівками згідно зі своїм варіантом.

1.6. Повернутися до прототипу та визначитися зі значеннями всіх параметрів згідно з даними, отриманими при аналізі листівок, переходячи до аналізу наступної листівки за допомогою кнопки "Вперед" (рис. 5.2).

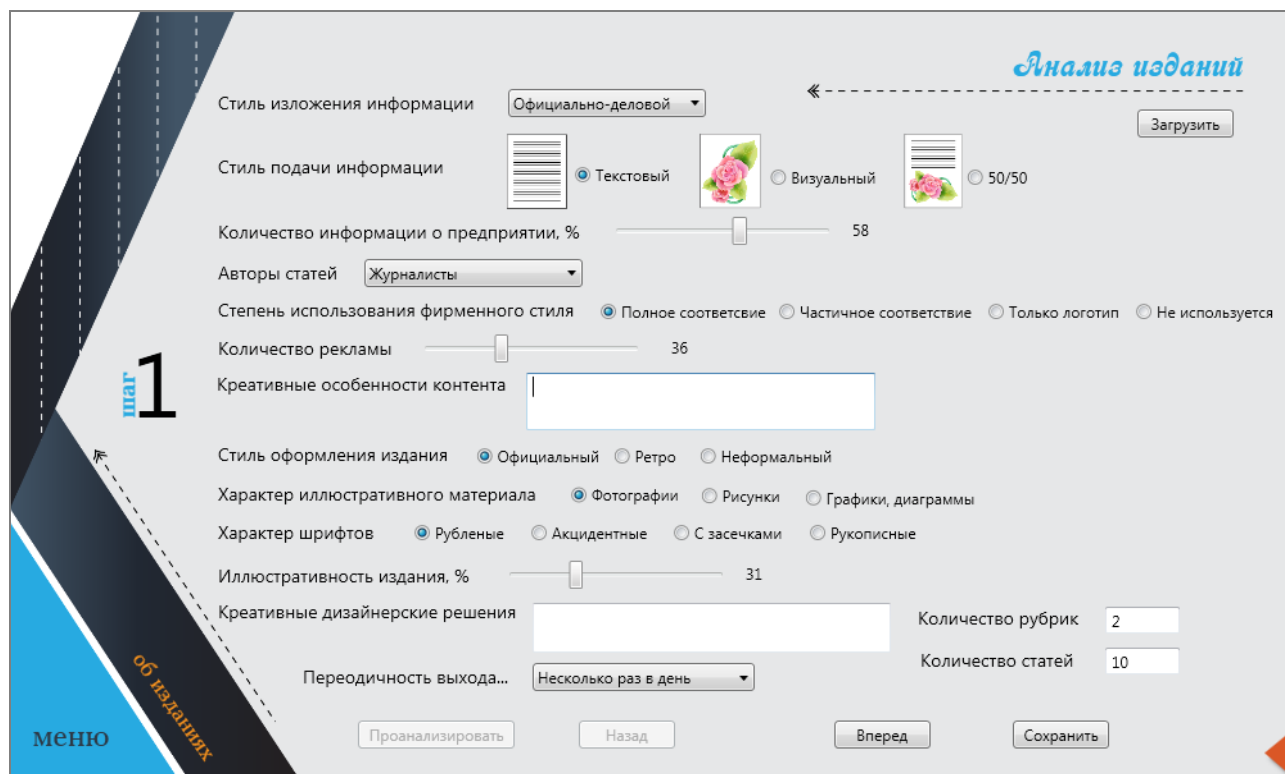


Рис. 5.2. Вікно прототипу з обраними значеннями параметрів

1.7. Після завершення аналізу корпоративних листівок перенести вікно з результатами аналізу до свого звіту.

**Завдання 2.** Оформлення технічного завдання на розробку дизайну корпоративної листівки.

2.1. Самостійно обрати свято, якому буде присвячена листівка.

2.2. Отримати від викладача шаблон технічного завдання на розробку дизайну корпоративної листівки.

2.3. Оформити технічне завдання на розробку дизайну корпоративної листівки (див. приклад на рис. 5.3).

**ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ**  
на розробку дизайну корпоративної листівки (для друку)

Мета: розробити корпоративну листівку до свята 8 Березня для компанії "МТС".

Інформація про компанію: "МТС" – провідний мобільний оператор України, який надає послуги у сфері мобільного та інтернет-зв'язку.

Цільова аудиторія: листівка необхідна для поздоровлення партнерів компанії зі святом.

Формат листівки, мм: 150x100.

Форма листівки: прямокутна, альбомна орієнтація.

Вид листівки (кількість сторінок): в один згин, 4 сторінки.

Мова листівки: українська.

Кольоровість: 4+4.

Стиль дизайну: офіційний.

Відповідність фірмовому стилю: листівка має бути розроблена згідно з фірмовим стилем компанії (фірмові кольори та логотип додається).

Розміщення логотипу: на першій сторінці листівки.

Формат макету листівки на виході: PDF, AI (CDW).

Додаткові рекомендації: дизайн має бути мінімалістичним та підкреслювати належність листівки компанії "МТС". Поздоровлення повинно бути читабельним, кегль шрифту – не менш за 9 пт. Під поздоровленням має бути місце для підпису директора компанії.

**Рис. 5.3. Приклад технічного завдання  
на розробку дизайну корпоративної листівки**

## 6. Самостійна робота

**Самостійна робота студента (СРС)** – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача.

**Мета СРС** – засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування у студентів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього фахівця вищого рівня кваліфікації.

Навчальний час, відведений для самостійної роботи студентів денної форми навчання, визначається навчальним планом і становить 73 % (110 годин) від загального обсягу навчального часу на вивчення дисципліни (150 годин). У ході самостійної роботи студент має перетворитися на активного учасника навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними і практичними знаннями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, нести індивідуальну відповідальність за якість власної професійної підготовки.

СРС включає: опрацювання лекційного матеріалу; опрацювання та вивчення рекомендованої літератури, основних термінів та понять за темами дисципліни; підготовку до практичних занять; поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань; написання есе за заданою проблематикою; пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни; підготовку до модульного контролю (тестування).

Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам для засвоєння теоретичних знань з навчальної дисципліни, наведені в табл. 6.1.

Таблиця 6.1

### Завдання для самостійної роботи студентів та форми її контролю

№ з/п	Назва теми	Зміст самостійної роботи студентів	Кількість годин	Форми контролю	Література
1	2	3	4	5	6
<b>Змістовий модуль 1</b> <b>Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну</b>					
1	Тема 1. Поняття дизайну фірмового стилю	Вивчення лекційного матеріалу	11	Усне опитування	Основна: [1; 2; 4]. Додаткова: [12; 15]. Інформаційні ресурси: [18 – 20]

Закінчення табл. 6.1

1	2	3	4	5	6
2	Тема 2. Основи композиції	Вивчення лекційного матеріалу, виконання завдань практичних занять 1–3	11	Усне опитування та здача результатів практичних занять 1–3	Основна: [1; 2]. Додаткова: [6; 11; 12; 15]. Інформаційні ресурси: [19; 20]
3	Тема 3. Колір у композиції	Вивчення лекційного матеріалу, виконання завдань практичного заняття 5	11	Усне опитування та здача результатів практичного заняття 5	Основна: [1; 2]. Додаткова: [6; 7; 12; 15]. Інформаційні ресурси: [19; 20]
4	Тема 4. Шрифт у композиції	Вивчення лекційного матеріалу, виконання завдань практичного заняття 4	11	Усне опитування та здача результатів практичного заняття 4	Основна: [1; 2]. Додаткова: [6; 10; 15; 16]. Інформаційні ресурси: [19; 20]
<b>Змістовий модуль 2</b> <b>Фірмовий стиль та корпоративні видання</b>					
5	Тема 5. Елементи графічного фірмового стилю	Вивчення лекційного матеріалу, виконання завдань практичного заняття 6	22	Усне опитування та здача результатів практичного заняття 6	Основна: [1; 2; 4]. Додаткова: [6]. Інформаційні ресурси: [18 – 20]
6	Тема 6. Технологія дизайнерського проектування	Вивчення лекційного матеріалу, виконання завдань практичного заняття 7	11	Усне опитування та здача результатів практичного заняття 7	Основна: [1; 2; 4]. Інформаційні ресурси: [18 – 20]
7	Тема 7. Корпоративні видання	Вивчення лекційного матеріалу, написання есе	11	Усне опитування та здача есе	Основна: [2]. Додаткова: [5; 8; 13; 14]. Інформаційні ресурси: [19; 20]
8	Тема 8. Дизайн корпоративних видань	Вивчення лекційного матеріалу, виконання завдань практичного заняття 8	22	Усне опитування та здача результатів практичного заняття 8	Основна: [2]. Додаткова: [5; 8; 9; 13; 14]. Інформаційні ресурси: [19; 20]
<b>Усього годин</b>			<b>110</b>		

## 6.1. Контрольні запитання для самодіагностики

1. У чому проявляється системна сутність дизайну?
2. Як ви розумієте висловлювання Віктора Папанека: "Усі люди – дизайнери"?
3. Віктор Папанек стверджує, що дизайн – це свідомі та інтуїтивні зусилля зі створення значимого порядку. Проаналізуйте це твердження.
4. Чим дизайн відрізняється від мистецтва?
5. Назвіть основні види дизайну.
6. Як ви розумієте висловлювання: "Графічний дизайн – це візуальне вирішення проблем комунікації"?
7. Назвіть основні види графічного дизайну.
8. Назвіть основні функції графічного дизайну.
9. Які ви знаєте тенденції у сучасному графічному дизайні?
10. Назвіть основні композиційні принципи.
11. Назвіть прийоми, які привносять до графічної композиції динаміку.
12. Назвіть прийоми, які привносять до графічної композиції статику.
13. Назвіть прийоми, які привносять до графічної композиції рівновагу.
14. Назвіть прийоми, які привносять до графічної композиції глибину.
15. Назвіть прийоми, які підсилюють замкнутість графічної композиції.
16. Назвіть прийоми, які підсилюють відкритість графічної композиції.
17. Що таке колір?
18. Назвіть три основні характеристики кольору.
19. Опишіть основні класифікації колірних відтінків (первинні, вторинні, третинні, компліментарні, теплі, холодні).
20. Яка з колірних схем є найбільш спокійною?
21. Яка з колірних схем є найбільш контрастною?
22. Назвіть функції шрифту в графічній композиції.
23. Дайте порівняльну характеристику основних класів гарнітур.
24. Дайте визначення поняття "графічний фірмовий стиль".
25. Назвіть функції графічного фірмового стилю.
26. Назвіть елементи і носії фірмового стилю.
27. Які, з вашої точки зору, негативні наслідки може мати недбало розроблений фірмовий стиль організації?
28. Що таке брендбук (brandbook)?
29. Дайте визначення понять "товарний знак", "логотип", "фірмовий знак".



30. Яким вимогам повинен відповідати товарний знак?
31. У чому полягає вимога масштабованості товарного знака?
32. Обґрунтуйте необхідність створення чорно-білої версії товарного знака.
33. Обґрунтуйте необхідність застосування обмеженої кількості кольорів у товарному знаку.
34. Які композиційні прийоми можуть бути використані у фірмовому знаку?
35. Яку інформацію для роздумів може дати аналіз товарних знаків партнерів і конкурентів?
36. Назвіть етапи процесу проектування графічного дизайну.
37. Навіщо потрібне технічне завдання на розробку графічного дизайну?
38. Які методи активізації творчого мислення застосовують в процесі роботи над дизайн-проектом? На яких етапах?
39. Що таке корпоративне видання?
40. Що таке b2b-видання?
41. Що таке b2c-видання?
42. Що таке b2p-видання?
43. Назвіть види друкованих корпоративних видань.
44. Назвіть види електронних корпоративних видань.
45. Які фактори впливають на вибір виду корпоративного видання?
46. Наведіть основні вимоги до дизайну друкованих корпоративних видань.
47. Що таке мультимедійна презентація?
48. Які технології застосовуються у ході розробки мультимедійних презентацій?
49. Назвіть види мультимедійних бізнес-презентацій.
50. Перерахуйте етапи створення мультимедійної презентації.
51. Наведіть основні вимоги до структури і графічного дизайну корпоративних мультимедійних презентацій.
52. Сформулюйте правила оформлення тексту в мультимедійних презентаціях.
53. Сформулюйте правила оформлення ілюстрацій, таблиць і діаграм в мультимедійних презентаціях.
54. Що таке юзабіліті?
55. Перерахуйте основні правила юзабіліті щодо дизайну корпоративних веб-сайтів.

## 7. Індивідуально-консультативна робота

Індивідуально-консультативна робота здійснюється за графіком індивідуально-консультативної роботи у формі індивідуальних занять, консультацій, перевірки та захисту завдань, що винесені на поточний контроль, тощо.

Формами організації індивідуально-консультативної роботи є:

а) за засвоєнням теоретичного матеріалу:

консультації: індивідуальні (запитання – відповідь), групові (розгляд типових прикладів – ситуацій);

б) за засвоєнням практичного матеріалу:

консультації індивідуальні та групові;

в) для комплексної оцінки засвоєння програмного матеріалу:

індивідуальне здавання виконаних робіт.

## 8. Методи навчання

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних методів, серед яких: лекції проблемного характеру, міні-лекції, робота в малих групах, мозкові атаки, рольові ігри, презентації, банки візуального супроводу (табл. 8.1 і 8.2).

Таблиця 8.1

### Розподіл форм та методів активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни

Тема	Практичне застосування навчальних технологій
1	2
<i>Тема 1.</i> Поняття дизайну фірмового стилю	Лекція проблемного характеру з питання "Що таке гарний дизайн?"
<i>Тема 2.</i> Основи композиції	Міні-лекція з питання "Метод автоматизованого врівноваження композицій"
<i>Тема 3.</i> Колір у композиції	Міні-лекція з питання "Інструменти для вибору колірних схем"
<i>Тема 4.</i> Шрифт у композиції	Міні-лекція з питання "Шрифти і авторське право"

1	2
Тема 5. Елементи графічного фірмового стилю	Мозкова атака з метою формування пропозицій щодо розробки логотипу організації
Тема 6. Технологія дизайнерського проектування	Рольова гра "Розробка графічного фірмового стилю організації": студенти виконують ролі дизайнерів-графіків та представників організації-замовника, які оформлюють технічне завдання на проектування фірмового графічного стилю організації
Тема 7. Корпоративні видання	Лекція проблемного характеру з питання "Фактори, що впливають на вибір видів корпоративних видань"
Тема 8. Дизайн корпоративних видань	Рольова гра "Розробка графічного фірмового стилю організації": студенти виконують ролі дизайнерів-графіків та представників організації-замовника, які оформлюють технічне завдання на дизайн корпоративної листівки

Основні відмінності активних та інтерактивних методів навчання від традиційних визначаються не тільки методикою і технікою викладання, але й високою ефективністю навчального процесу, який виявляється у: високій мотивації студентів; закріпленні теоретичних знань на практиці; підвищенні самосвідомості студентів; формуванні здатності приймати самостійні рішення; формуванні здатності до ухвалення колективних рішень; формуванні здатності до соціальної інтеграції; набуття навичок вирішення конфліктів; розвитку здатності до знаходження компромісів.

**Лекції проблемного характеру** – один із найважливіших елементів проблемного навчання студентів. Вони передбачають поряд із розглядом основного лекційного матеріалу встановлення та розгляд кола проблемних питань дискусійного характеру, які недостатньо розроблені в науці й мають актуальне значення для теорії та практики. Лекції проблемного характеру відрізняються поглибленою аргументацією матеріалу, що викладається. Вони сприяють формуванню у студентів самостійного творчого мислення, прищеплюють їм пізнавальні навички. Студенти стають учасниками наукового пошуку та вирішення проблемних ситуацій.

**Міні-лекції** передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Вони проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. Міні-лекції відрізняються від повноформатних лекцій значно меншою тривалістю. Зазвичай міні-лекції тривають не більше

10 – 15 хвилин і використовуються для того, щоб стисло донести нову інформацію до всіх слухачів. Міні-лекції часто застосовуються як частини цілісної теми, яку бажано викладати повноформатною лекцією, щоб не втомлювати аудиторію. Тоді інформація надається по черзі кількома окремими сегментами, між якими застосовуються інші форми й методи навчання.

**Робота в малих групах** дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.

**Мозкові атаки** – метод розв'язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити якомога більшу кількість ідей за дуже обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію.

**Рольові ігри** – форма активізації студентів, за якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації, або прийняття управлінських рішень у ролі безпосередніх учасників подій, за правилами, які вже розроблено або виробляються самими учасниками; реалізується через самостійне вирішення студентами поставленої проблеми.

**Презентації** – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи звіту про виконання індивідуальних завдань, проектних робіт. Презентації можуть бути як індивідуальними, наприклад виступ одного слухача, так і колективними, тобто виступи двох та більше слухачів.

**Банки візуального супроводу** сприяють активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни за допомогою наочності.

Таблиця 8.2

### Використання методів активізації процесу навчання

Тема навчальної дисципліни	Практичне застосування методів	Методи активізації процесу навчання
1	2	3
<i>Тема 1.</i> Поняття дизайну фірмового стилю	Лекція проблемного характеру з питання "Що таке гарний дизайн?"	Лекція проблемного характеру, презентації, банки візуального супроводу
<i>Тема 2.</i> Основи композиції	Міні-лекція з питання "Метод автоматизованого врівноваження композицій"	Міні-лекція, презентації, банки візуального супроводу

1	2	3
Тема 3. Колір у композиції	Міні-лекція з питання "Інструменти для вибору колірних схем"	Міні-лекція, презентації, банки візуального супроводу
Тема 4. Шрифт у композиції	Міні-лекція з питання "Шрифти і авторське право"	Міні-лекція, презентації, банки візуального супроводу
Тема 5. Елементи графічного фірмового стилю	Мозкова атака з метою формування пропозицій щодо розробки логотипу організації	Мозкова атака, робота в малих групах, презентації, банки візуального супроводу
Тема 6. Технологія дизайнерського проектування	Рольова гра "Розробка графічного фірмового стилю організації": студенти виконують ролі дизайнерів-графіків та представників організації-замовника, які оформлюють технічне завдання на проектування фірмового графічного стилю організації	Рольова гра, презентації, банки візуального супроводу
Тема 7. Корпоративні видання	Лекція проблемного характеру з питання "Фактори, що впливають на вибір видів корпоративних видань"	Лекція проблемного характеру, робота в малих групах, презентації, банки візуального супроводу
Тема 8. Дизайн корпоративних видань	Рольова гра "Розробка графічного фірмового стилю організації": студенти виконують ролі дизайнерів-графіків та представників організації-замовника, які оформлюють технічне завдання на дизайн корпоративної листівки	Рольова гра, презентації, банки візуального супроводу

## 9. Методи контролю

Система оцінювання сформованих компетентностей (див. табл. 2.1) у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

**поточний контроль**, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних занять і оцінюється сумою набраних балів.

*Поточний контроль* з даної навчальної дисципліни проводиться в таких формах:

- активна робота на лекційних заняттях;
- активна участь у виконанні практичних завдань;
- перевірка есе за заданою тематикою;
- проведення контрольної роботи (тестування).

**Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів.**

Оцінювання знань студента під час практичних занять проводиться за накопичувальною 100-бальною системою за такими критеріями:

розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;

ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;

ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;

вміння поєднувати теорію з практикою у ході розгляду виробничих ситуацій, виконанні індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Максимально можливий бал за конкретним завданням ставиться за умови відповідності індивідуального завдання студента або його усної відповіді всім зазначеним критеріям. Відсутність тієї або іншої складової знижує кількість балів. У ході оцінювання результатів практичних занять увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу, згідно з графіком навчального процесу. Якщо якась із вимог не буде виконана, то бали будуть знижені.

Контрольна робота проводиться 1 раз за семестр у формі тестування. Тест включає запитання одиничного і множинного вибору щодо перевірки знань основних категорій навчальної дисципліни.

**Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів.** Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку.

Критеріями оцінювання есе є:

здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань;

застосування аналітичних підходів;

якість і чіткість викладення міркувань;

логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми;

самостійність виконання роботи;

грамотність подачі матеріалу;

використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ;

оформлення роботи.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни. У випадку отримання менше 60 балів студент обов'язково здає залік після закінчення екзаменаційної сесії у встановлений деканом факультету термін, але не пізніше двох тижнів після початку семестру.

## 10. Розподіл балів, які отримують студенти

Система оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей студентів денної форми навчання наведена в табл. 10.1.

Таблиця 10.1

### Система оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей

Професійні компетентності	Навчальний тиждень	Години	Форми навчання		Оцінка рівня сформованості компетентностей		
					Форми контролю	МАХ бал	
1	2	3	4		5	6	
<b>Змістовий модуль 1</b>							
<b>Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну</b>							<b>28</b>
ДФС1	1	Ауд.	2	Лекція	Тема 1. Поняття дизайну фірмового стилю	Робота на лекції	1
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 1. Основні операції з зображеннями	Здавання результатів практичного заняття 1	6

Продовження табл. 10.1

1	2	3	4		5	6		
	2	CPC	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять			
		Ауд.	2	Лекція	Тема 2. Основи композиції	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 2. Виділення областей зображення і операції з ними	Здавання результатів практичного заняття 2	6	
	3	CPC	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять			
		Ауд.	2	Лекція	Тема 3. Колір у композиції	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 3. Застосування шарів для створення графічної композиції	Здавання результатів практичного заняття 3	6	
	4	CPC	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять			
		Ауд.	2	Лекція	Тема 4. Шрифт у композиції	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 4. Робота з текстом	Здавання результатів практичного заняття 4	6	
			CPC	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять		
	<b>Змістовий модуль 2</b>							
	<b>Фірмовий стиль та корпоративні видання</b>						<b>72</b>	
ДФС2	5	Ауд.	2	Лекція	Тема 5. Елементи графічного фірмового стилю	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 5. Інструменти малювання	Здавання результатів практичного заняття 6	6	
		CPC	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять			
	6	Ауд.	2	Лекція	Тема 5. Елементи графічного фірмового стилю	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 6. Розробка фірмового знаку та логотипу організації	На шостому навчальному тижні здавання результатів практичного заняття не відбувається	-	
		CPC	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять			
	7	Ауд.	2	Лекція	Тема 6. Технологія дизайнерського проектування	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 6. Розробка фірмового знаку та логотипу організації	Здавання результатів практичного заняття 7	12	
		CPC	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять			
ДФС3	8	Ауд.	2	Лекція	Тема 7. Корпоративні видання	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 7. Формування технічного завдання на розробку дизайну корпоративної листівки	Здавання результатів практичного заняття 7	6	



## Закінчення табл. 10.1

1	2	3	4		5	6		
	CPC	11	<b>Підготовка до занять</b>	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять	Здача есе	10		
				Написання есе за темою з самостійної роботи				
	9	Ауд.	2	<b>Лекція</b>	Тема 8. Дизайн корпоративних видань	Робота на лекції	1	
					Контрольна робота (тестування)	Підсумкова контрольна робота	20	
		2	<b>Практичне заняття</b>	Практичне заняття 8. Розробка дизайну корпоративної листівки	На дев'ятому навчальному тижні здавання результатів практичного заняття не відбувається	-		
	CPC	4	<b>Підготовка до занять</b>	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять				
	10	Ауд.	2	<b>Лекція</b>	Тема 8. Дизайн корпоративних видань	Робота на лекції	1	
			2	<b>Практичне заняття</b>	Практичне заняття 8. Розробка дизайну корпоративної листівки	Здавання результатів практичного заняття 8	12	
		CPC	4	<b>Підготовка до занять</b>	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять			
	<b>Усього годин</b>		<b>150</b>	<b>Загальна максимальна кількість балів із дисципліни</b>			<b>100</b>	
				з них				
				поточний контроль:				<b>100</b>
підсумковий контроль:					<b>0</b>			

Розподіл балів у межах тем змістових модулів наведено в табл. 10.2.

Таблиця 10.2

**Розподіл балів за темами**

Поточне тестування та самостійна робота								Есе	Контр. робота	Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	10	20	100
1	19	7	7	14	7	1	14			

Примітка. T1, T2, ..., T8 – теми змістових модулів.

Максимальну кількість балів, яку може накопичити студент протягом тижня за формами та методами навчання, наведено в табл. 10.3.

## Розподіл балів за тижнями

Теми змістового модуля		Лекційні заняття	Практичні заняття	Есе	Контрольна робота	Усього	
<b>Змістовий модуль 1. Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну</b>	Тема 1	1 тиждень	1	6	–	–	<b>7</b>
	Тема 2	2 тиждень	1	6	–	–	<b>7</b>
	Тема 3	3 тиждень	1	6	–	–	<b>7</b>
	Тема 4	4 тиждень	1	6	–	–	<b>7</b>
<b>Змістовий модуль 2. Фірмовий стиль та корпоративні видання</b>	Тема 5	5 тиждень	1	6	–	–	<b>7</b>
	Тема 5	6 тиждень	1	–	–	–	<b>1</b>
	Тема 6	7 тиждень	1	12	–	–	<b>13</b>
	Тема 7	8 тиждень	1	6	10	–	<b>17</b>
	Тема 8	9 тиждень	1	–	–	20	<b>21</b>
Тема 8	10 тиждень	1	12	–	–	<b>13</b>	
<b>Усього</b>			<b>10</b>	<b>60</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 10.4).

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності, індивідуального навчального плану студента та іншої академічної документації.

Таблиця 10.4

## Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

# 11. Рекомендована література

## 11.1. Основна

1. Папанек В. Дизайн для реального мира / В. Папанек. – М. : Издатель Дмитрий Аронов, 2012. – 416 с.
2. Потрашкова Л. В. Основы композиции та дизайну : навч. посіб. / Л. В. Потрашкова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 144 с.
3. Пушкар О. І. Технології комп'ютерного дизайну : навч. посіб. / Пушкар О. І., Браткевич В. В., Климнюк В. Є. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 165 с.
4. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль / Д. Эйри. – СПб. : Питер, 2014. – 208 с.

## 11.2. Додаткова

5. Гэд Т. 4D-брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики / Т. Гэд. – СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 230 с.
6. Дегтярев А. Р. Изобразительные средства рекламы: Слово, композиция, стиль, цвет / А. Р. Дегтярев. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2006. – 256 с.
7. Иттен И. Искусство цвета / И. Иттен. – М. : Д. Аронов, 2001. – 96 с.
8. Каптерев А. Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир / А. Каптерев. – М. : Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2012. – 336 с.
9. Кнабе Г. А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа / Г. А. Кнабе. – М. : Издательский дом "Вильямс", 2006. – 736 с.
10. Королькова А. Живая типографика / А. Королькова. – М. : ИндексМаркет, 2011. – 224 с.
11. Костенко Т. В. Основы композиции та тримірного формоутворення : навчально-методичний посібник / Т. В. Костенко. – Х. : ХДАДМ, 2003. – 256 с.
12. Лесняк В. Графический дизайн (основы профессии) / В. Лесняк. – М. : ИндексМаркет, 2011. – 416 с.
13. Рейнольдс Г. Презентация в стиле дзен / Г. Рейнольдс. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 288 с.

14. Тодорова О. Корпоративные медиа: жми сюда! / О. Тодорова. – Одесса : Пласке, 2010. – 256 с.
15. Уэйншенк С. 100 главных принципов дизайна / С. Уэйншенк. – СПб. : Питер, 2012. – 272 с.
16. Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн / Дж. Феличи. – СПб. : БХВ-Петербург, 2004. – 496 с.
17. Adobe Photoshop CS5. Официальный учебный курс. – М. : Эксмо, 2011. – 432 с.

### **11.3. Інформаційні ресурси**

18. Васильев И. Практика создания товарных знаков [Электронный ресурс] / И. Васильев. – Режим доступа : <http://create.tm/>.
19. Потрашкова Л. В. Электронный учебный курс по дисциплине "Основы композиции и дизайна" [Электронный ресурс] / Л. В. Потрашкова. – Режим доступа : <http://www.okd.mdk.ksue.edu.ua/>.
20. Обухов Н. Дизайн в цифровой среде [Электронный ресурс] / Н. Обухов. – Режим доступа : <http://tilda.education/courses/web-design/>.

### **11.4. Методичне забезпечення**

21. Методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт з навчальної дисципліни "Основы композиції та дизайну" для студентів на пряму підготовки "Видавничо-поліграфічна справа" усіх форм навчання / укл. Л. В. Потрашкова, Н. І. Прибиткова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 48 с.
22. Методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт з навчальної дисципліни "Технологія комп'ютерного дизайну" для студентів на пряму підготовки "Видавничо-поліграфічна справа" всіх форм навчання / укл. В. Є. Климнюк, Ю. А. Сисоєва. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 76 с.

# Додатки

Додаток А  
Таблиця А.1

## Структура складових професійних компетентностей з навчальної дисципліни "Дизайн фірмового стилю" за Національною рамкою кваліфікацій України

29

Складові компетентності, яка формується в рамках теми	Мінімальний досвід	Знання	Вміння	Комунікації	Автономність і відповідальність
1	2	3	4	5	6
<b>Тема 1. Поняття дизайну фірмового стилю</b>					
Формулювати вимоги до елементів графічного фірмового стилю	Знати визначення дизайну та графічного дизайну	Знання сутності дизайну, графічного дизайну, дизайну фірмового стилю	Формулювати вимоги до продуктів дизайну, виходячи з призначення дизайну та його системності	Розуміння дискурсу графічного дизайну	Самостійно приймати обґрунтовані рішення щодо формулювання вимог до продуктів дизайну, виходячи з призначення дизайну та його системності
<b>Тема 2. Основи композиції</b>					
Створювати графічні композиції, які відповідають основним композиційним принципам	Знати прийоми побудови гармонійної графічної композиції; вміти створювати графічні композиції засобами Adobe Photoshop	Знання основних принципів побудови гармонійної графічної композиції; прийомів побудови гармонійної графічної композиції	Створювати графічні композиції, які відповідають основним композиційним принципам; проводити аналіз продуктів графічного дизайну на предмет їхньої відповідності принципам гармонійної композиції; обирати композиційні прийоми, які забезпечать досягнення комунікаційної мети композиції	Вміння розуміти, ставити та вирішувати завдання, сформульовані в термінах принципів композиції (зادля підтримки комунікацій з дизайнерами, колегами)	Самостійно приймати обґрунтовані рішення щодо вибору таких характеристик створеної графічної композиції, які забезпечують дотримання основних композиційних принципів

1	2	3	4	5	6
<b>Тема 3. Колір у композиції</b>					
Обирати колірну гаму композиції відповідно до заданого враження, яке повинна створювати композиція	Знати гармонійні комбінації кольорів	Знання характеристик кольору; видів кольорів; гармонійних комбінацій кольорів	Обирати колірну гаму композиції відповідно до заданого враження, яке повинна створювати композиція	Вміння розуміти, ставити та вирішувати завдання, сформульовані в <i>термінах колірних характеристик композиції</i> (задля підтримки комунікацій з дизайнерами, колегами)	Самостійно приймати обґрунтовані рішення щодо вибору колірних характеристик графічної композиції відповідно до заданої комунікаційної мети
<b>Тема 4. Шрифт у композиції</b>					
Обирати характеристики шрифту, які забезпечать досягнення заданої комунікаційної мети композиції	Знати види гарнітур	Знання функцій шрифту в композиції; характеристик шрифтових знаків; базових термінів типографіки; видів гарнітур	Обирати характеристики шрифту, які забезпечать досягнення заданої комунікаційної мети	Вміння розуміти, ставити та вирішувати завдання, сформульовані в <i>термінах типографіки</i> (задля підтримки комунікацій з дизайнерами, колегами)	Самостійно приймати обґрунтовані рішення щодо вибору характеристик шрифту в графічній композиції відповідно до заданої комунікаційної мети
<b>Тема 5. Елементи графічного фірмового стилю</b>					
Формулювати вимоги до елементів графічного фірмового стилю; розробляти елементи графічного фірмового стилю	Знати елементи графічного фірмового стилю; вміти розробляти елементи за допомогою спеціалізованих онлайн-сервісів	Знання принципів розробки графічного фірмового стилю	Формулювати вимоги до елементів графічного фірмового стилю; розробляти елементи графічного фірмового стилю	Вміння розуміти, ставити та вирішувати завдання, сформульовані в термінах корпоративної ідентифікації (задля підтримки комунікацій з дизайнерами, колегами)	Самостійно приймати обґрунтовані рішення щодо формулювання вимог до елементів фірмового стилю організацій

Закінчення додатка А  
Закінчення табл. А.1

1	2	3	4	5	6
<b>Тема 6. Технологія дизайнерського проектування</b>					
Оформляти технічне завдання на розробку графічного фірмового стилю	Знати правила оформлення технічного завдання на розробку графічного дизайну	Знання етапів проектування у графічному дизайні; правил оформлення технічного завдання на розробку графічного дизайну; методів активізації творчості в графічному дизайні	Кваліфіковано управляти процесом проектування елементів графічного фірмового стилю компанії; оформляти технічне завдання на розробку графічного фірмового стилю; застосовувати методи активізації творчості в графічному дизайні	Вміння оформляти технічне завдання як запис комунікації між замовником та дизайнером	Самостійно приймати обґрунтовані рішення в процесі управління процесом розробки системи графічної корпоративної ідентифікації
<b>Тема 7. Корпоративні видання</b>					
Обирати види корпоративних видань задля формування заданого корпоративного іміджу	Знати види корпоративних видань	Знання видів корпоративних видань; особливостей корпоративних видань; факторів, що впливають на вибір видів корпоративних видань	Обирати види корпоративних видань задля формування заданого корпоративного іміджу	Вміння розуміти, ставити та вирішувати завдання щодо підтримки комунікацій з колегами, клієнтами, партнерами по бізнесу за допомогою корпоративних видань	Самостійно приймати обґрунтовані рішення щодо формулювання вимог до корпоративного видання організації
<b>Тема 8. Дизайн корпоративних видань</b>					
Формулювати вимоги до дизайну корпоративних видань; оформляти технічне завдання на розробку дизайну корпоративного видання	Знати основні вимоги до дизайну корпоративних видань	Знання вимог до дизайну корпоративних друкованих видань; вимог юзабіліті до дизайну мультимедійних презентацій; вимог юзабіліті до дизайну веб-сайтів	Проводити аналіз дизайну корпоративних видань на предмет відповідності принципам гармонійної композиції; проводити аналіз мультимедійних презентацій та веб-сайтів на предмет відповідності принципам юзабіліті; кваліфіковано формулювати вимоги до дизайну корпоративних видань	Вміння розуміти, ставити та вирішувати завдання щодо аналізу та розробки дизайну корпоративних видань (задля підтримки комунікацій з колегами, клієнтами, партнерами по бізнесу)	Самостійно приймати обґрунтовані рішення щодо вибору характеристик дизайну корпоративних видань організації

## Зміст

Вступ.....	3
1. Опис навчальної дисципліни .....	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни .....	4
3. Програма навчальної дисципліни .....	7
4. Структура навчальної дисципліни.....	9
5. Теми практичних занять .....	10
5.1. Приклад типового практичного завдання за темою .....	11
6. Самостійна робота.....	14
6.1. Контрольні запитання для самодіагностики .....	16
7. Індивідуально-консультативна робота .....	18
8. Методи навчання .....	18
9. Методи контролю .....	21
10. Розподіл балів, які отримують студенти .....	23
11. Рекомендована література.....	27
11.1. Основна .....	27
11.2. Додаткова .....	27
11.3. Інформаційні ресурси.....	28
11.4. Методичне забезпечення .....	28
Додатки.....	29



НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Робоча програма**  
**навчальної дисципліни**  
**"ДИЗАЙН ФІРМОВОГО СТИЛЮ"**  
**для студентів усіх спеціальностей**  
**денної форми навчання**

*Самостійне електронне текстове мережеве видання*

Укладач **Сисоєва** Юлія Анатоліївна

Відповідальний за видання *О. І. Пушкар*

Редактор *О. Г. Лященко*

Коректор *О. Г. Лященко*

План 2016 р. Поз. № 164 ЕВ. Обсяг 33 с.

---

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*