

Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра нарисної геометрії та комп'ютерного моделювання (№ 406)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Гарант освітньої програми


(підпис) Сергій САЄНКО
(ім'я та ПРИЗВИЩЕ)
« 29 » серпня 2025 р.

**СИЛАБУС ОBOB'ЯЗKОВОЇ
HABЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ДИЗАЙН У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**
(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань: 13 Механічна інженерія
(шифр і найменування галузі знань)

Спеціальність: 133 Галузеве машинобудування
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма: «Комп'ютерний дизайн та 3D-моделювання»
(найменування освітньої програми)

Рівень вищої освіти: *перший (бакалаврський)*

Силабус введено в дію з 01.09.2025

Харків – 2025 р.

Розробники: Борзенкова О. А., старший викладач
(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь і вчене звання)
Кузнєцова Ю. А., старший викладач
(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь і вчене звання)


(підпис)

(підпис)

Силабус навчальної дисципліни розглянуто на засіданні кафедри нарисної геометрії та комп'ютерного моделювання (№ 406)
(назва кафедри)

Протокол № 1 від « 29 » серпня 2025 р.

Завідувач кафедри КТН, доцент
(науковий ступінь і вчене звання)


(підпис)

Катерина МСАЛЛАМ
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Представник здобувачів освіти:

(підпис)


(підпис)

Олександр РИДА
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

1. Загальна інформація про викладачів



ПІБ: Борзенкова Олександра Анатоліївна

Посада: ст. викладач кафедри нарисної геометрії та комп'ютерного моделювання

Науковий ступінь: –

Вчене звання: –

Перелік дисциплін, які викладає:

- композиція та цифрові інструменти у графічному дизайні;
- технічний рисунок;
- основи графічної композиції у віртуальному просторі;
- дизайн у маркетинговій діяльності.

Напрями наукових досліджень:

діджитал арт, книжкова графіка, ілюстрація, теорія кольору, символіка кольору.

Контактна інформація: a.borzenkova@khai.edu



ПІБ: Кузнєцова Юлія Анатоліївна

Посада: старший викладач

Науковий ступінь: –

Вчене звання: –

Перелік дисциплін, які викладає:

- інженерна та комп'ютерна графіка;
- геометричне моделювання та графічні інформаційні технології;
- дизайн у маркетинговій діяльності;
- вступ до фаху.

Напрями наукових досліджень:

Візуальна комунікація як інструмент брендингу у цифровому маркетингу. Поведінкові та когнітивні аспекти сприйняття візуального контенту. Роль дизайну у формуванні довіри до бренду в онлайн-середовищі. Етика та доброчесність у візуальній комунікації цифрового продукту.

Контактна інформація:

j.kuznetsova@khai.edu

+380963798028

2. Опис навчальної дисципліни

Форма здобуття освіти	<i>Денна</i>
Семестр	4, 5
Мова викладання	Українська
Тип дисципліни	<i>Обов'язкова</i>
Обсяг дисципліни: кредити ЄКТС/ кількість годин	<i>4 семестр: 4 кредити / 120 годин (48 аудиторних, з яких: лекції – 16, практичні – 32; СРЗ – 72); 5 семестр: 5 кредитів ЄКТС / 150 годин (64 – аудиторних, з яких: лекції – 32, практичні – 32; СРЗ – 86).</i>
Види навчальної діяльності	Лекції, практичні заняття, самостійна робота.
Види контролю	Поточний контроль, модульний контроль, семестровий контроль – залік / залік.
Пререквізити	<i>немає</i>

3. Мета та завдання навчальної дисципліни, перелік компетентностей та очікуваних результатів навчання

Мета – метою дисципліни є формування у здобувачів знань і практичних навичок у сфері графічного дизайну, що застосовується для візуалізації інженерних рішень, підтримки маркетингових комунікацій, а також створення фірмового стилю, презентацій і візуального супроводу продукції у сфері машинобудування та промислового дизайну. Особлива увага приділяється засобам композиції, типографіки, колористики та цифрової графіки для ефективного представлення технічних об'єктів у цифровому середовищі.

Завдання

- Надати знання про сучасні методи графічного дизайну у віртуальному просторі з фокусом на промислові продукти.
- Ознайомити з принципами створення фірмового стилю, візуальної ідентичності та бренд-дизайну в інженерному контексті.
- Сформувати навички застосування композиції, типографіки, колористики та графічного моделювання для підтримки маркетингових та презентаційних цілей.
- Навчити студентів розробляти макети віртуальних носіїв дизайну: постери, брошури, етикетки, інфографіку, веб-візуали.
- Розвинути вміння використовувати графічні засоби для представлення технічної інформації, концептів виробів та дизайнерських рішень.
- Підготувати здобувачів до створення професійного кейсу (портфоліо), що презентує візуальну концепцію продукту в межах маркетингової діяльності підприємства.

Компетентності, які набуваються:

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання і практичні проблеми у сфері дизайну або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів дизайну і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК)

Після опанування дисципліни здобувач освіти буде здатен:

- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
- Здатність планувати та управляти часом.
- Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності.
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- Навички міжособистісної взаємодії.
- Здатність здійснювати пошук, обробку та аналіз інформації з різних джерел.
- Навички спілкування державною мовою як усно, так і письмово.

- Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства.
- Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).
- Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та інших проявів недоброчесності.

Спеціальні компетентності (СК або ФК)

Після опанування дисципліни здобувач освіти буде здатен:

- Розуміння процесів організації інженерної діяльності.
- Здатність розвивати творчий та інноваційний потенціал у проєктних розробках.
- Здатність здійснювати моніторинг та економічну діяльність.
- Розуміння особливостей реалізації проєктів у сфері інженерної діяльності.

Програмні результати навчання (ПРН або РН)

- Використовувати графічні та презентаційні інструменти для представлення технічних рішень.
- Застосовувати цифрові технології та ІКТ у сфері професійної діяльності.
- Оцінювати об'єкт проєктування, технологічний процес у контексті дизайнерських рішень, формувати художньо-проєктну концепцію.
- Розробляти презентаційні та маркетингові матеріали у сфері інженерії.
- Обґрунтовувати дизайнерські рішення відповідно до технічного завдання, цільової аудиторії та контексту.

4. Зміст навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1. ОСНОВИ ГРАФІЧНОЇ КОМПОЗИЦІЇ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ

Змістовний модуль 1. «Основи графічної композиції»

Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни «Основи графічної композиції у віртуальному просторі».

Анотація. Тема знайомить із визначенням терміну «композиція», її метою і функцією. Розглядається еволюція дизайну і композиції. Розглядаються основи сприйняття людиною візуальної інформації і принципи створення композиції

Тема лекційного заняття 1: Композиція: предмет і основні поняття.

Визначення терміну «композиція». Роль композиції у створенні об'єкту дизайну. Основні функції композиції. Особливості композиційних складових для дизайну, відмінність від композиційних принципів станкового мистецтва. Засоби композиції. Еволюція дизайну як науки і місце в ній композиції.

Візуальне сприйняття інформації людиною. Як композиція втілює загальну ідею твору. Композиція як система внутрішніх зв'язків. Принципи створення композиції: доцільність, єдність і цілісність, динамізм, домінанта, рівновага, пропорційність, підпорядкування, гармонія. Різниця між дизайнерським та художнім підходом до композиції.

Теми практичних занять:

1. Аналіз існуючих об'єктів дизайну з точки зору функціональності, ергономічності, естетичності.
2. Аналіз графічної композиції вже існуючих об'єктів дизайну.

Теми для самостійного вивчення: Дослідження змін у айдентиці відомих брендів впродовж їхнього існування, аналіз причин. (6 год).

Індивідуальне завдання: Самостійний аналіз існуючого об'єкту дизайну.

Тема 2. Властивості форми. Засоби організації площини. Простір як композиційний фактор.

Анотація. В темі розглядається взаємодія різних елементів композиції і такі засоби організації площини, як ритм, метр, пропорції, симетрія, тощо. В темі розглядаються способи зображення об'єму на двомірній площині, зображення глибокого простору, створення візуальних ілюзій засобами композиції.

Тема лекційного заняття 2: Елементи та засоби художньої композиції.

Основні поняття та елементи художньої композиції (крапка, штрих, лінія, пляма, площа, об'єм, простір, геометричний та композиційний центр). Площина та засоби її організації. Розширене поняття метру і ритму в художній композиції. Композиційні прийоми здвигу, дублювання, поняття про комбінаторику. Ряди Фібоначчі, золотий перетин у математиці, архітектурі, природі, живописі, дизайні, супідряність елементів. Симетрія і асиметрія в композиції. Динаміка та статика. Види композицій: пласка, об'ємна, об'ємно-просторова. Простір як композиційний фактор. Співвідношення фігура-тло. Світло-тональні відносини як засіб композиції. Створення ефекту об'єму на двомірній площині. Візуальні ілюзії. Композиційний центр. Замкнута та відкрита композиція. Акцент.

Теми практичних занять:

3. Організація формату: емоційна виразність. Аналіз пар композицій із протилежними характеристиками: контраст-нюанс, статика-динаміка, симетрія-асиметрія. Прийоми пропорціонування. Модульна сітка.
4. Створення різних типів простору засобами композиції. Створення композиційного центру. Прийоми акцентування.

Теми для самостійного вивчення: Ритмічна композиція у сучасному мистецтві, архітектурі, дизайні. Модульна сітка – приклади використання. Різні типи простору в композиції на прикладах історії мистецтва та дизайну.

Індивідуальні завдання:

1. Створення пар композицій із протилежними характеристиками: контраст-нюанс, статика-динаміка, симетрія-асиметрія (лого).

2. Трансформація плаского зображення в об'ємне. Трансформація об'ємного зображення в пласке (лого). Композиції із різними типами акцентування.

Модульний контроль 1: тести по темах модуля

Поточний, модульний контроль: усне фронтальне та індивідуальне опитування; графічний контроль; перегляд.

Змістовий модуль 2. «Основи колористики»

Тема 3. Введення в теорію кольору.

Анотація. Розглядаються основні поняття та визначення теорії кольору. Колір як засіб композиції.

Тема лекційного заняття 3: Основні поняття теорії кольору.

Колір як носій візуальної інформації. Функція кольору у формуванні візуального образу. Фізична, оптична, емоційна дія кольору. Основні характеристики кольору – тон, світлість, насиченість. Різні системи відтворення кольору. Кольорове коло, його побудова та закони. Змішування кольорів. Адитивний, субтрактивний та просторовий методи. Кольорова індукція.

Теми практичних занять:

5. Визначення характеристик кольорів за різними колірними моделями.
6. Просторові і тектонічні ефекти кольору.

Теми для самостійного вивчення: Вивчення просторової дії кольору на об'єктах сучасного дизайну та творах мистецтва.

Індивідуальне завдання: Аналіз колірних характеристик і принципів застосування кольору обраних об'єктів дизайну.

Тема 4. Психофізіологія кольору.

Анотація. В темі розкриваються основи сприйняття кольорового середовища людиною, внутрішній та зовнішній колір. Здобувачі знайомляться із прикладами застосування кольору із історії мистецтва та дизайну, розумінням символіки і знаковості кольору для різних епох і сьогодення.

Тема лекційного заняття 4: Ергономічна, естетична, символічна функції кольору

Психофізіологія кольору, процес сприйняття і відображення людиною. Комфортне кольорове середовище, комфортні умови сприйняття. Взаємозв'язок естетики та ергономічних кольорів палітри. Взаємозв'язок кольору і форми в історичних стилях, в живописі, пластиці, архітектури. Асоціативна колірна палітра. Сакралізація кольору. Символізм кольору. Метафора. Метафоричність кольору.

Теми практичних занять:

7. Застосування кольору та особливості палітри різних епох. Аналіз взаємозв'язку кольору і форми в історичних стилях, в живописі, пластиці, архітектурі, дизайні.
8. Асоціативна колірна палітра.

Теми для самостійного вивчення: Приклади використання символіки кольору в історичних епохах.

Індивідуальне завдання: Організація асоціативної колірної палітри за обраними темами.

Тема 5. Принципи колірної гармонії

Анотація. В темі розглядаються принципи організації колірної гармонії, створення гармонійної колірної палітри, особливості застосування кольору для різних задач і проєктів.

Тема лекційного заняття 5: Гармонійна колірна палітра

Поняття гармонійної палітри. Контраст, нюанс в кольорі. Види гармонійних колірних палітр. Структура гармонії кольору. Інтервали гармонійних поєднань. Гама і колорит. Функції кольору у формуванні візуального і композиційно-художнього образу оточуючого середовища. Колір і фірмовий стиль. Методи колористичного проєктування: етапний метод, образна палітра кольорової гармонії, зонування, метафора.

Теми практичних занять:

9. Контрастні і нюансні палітри, методи побудови різних типів гармонійної палітри.
10. Колірне рішення проєкту

Теми для самостійного вивчення: Практичні аспекти роботи з кольором в програмах для дизайну. Сучасні тенденції застосування кольору в дизайні.

Індивідуальне завдання: Створення власної палітри у нюансних і контрастних гармоніях. Розробка власного колірного рішення проєкту за обраними характеристиками.

Модульний контроль 2: тести по темах модуля

Поточний, модульний контроль: усне фронтальне та індивідуальне опитування; графічний контроль; перегляд.

Змістовий модуль 3. «Основи типографіки»

Тема 6. Предмет і поняття типографіки.

Анотація. Розкриваються основні поняття типографіки, її функції і сфера використання.

Тема лекційного заняття 6: Типографіка: роль і місце у сучасному дизайні.

Призначення типографіки. Роль шрифтів у створенні фірмового стилю. Шрифтова композиція. Сфери використання типографіки. Авторське право. Сервіси роботи зі шрифтами.

Теми практичних занять:

- 11.Шрифтова композиція.
- 12.Шрифтовий логотип.

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

Індивідуальне завдання: Створення нескладних шрифтових композицій із протилежними характеристикам (на основі власного прізвища).

Тема 7. Побудова літер і символів, класифікація шрифтів.

Анотація. В темі розглядається історія розвитку типографіки і системи класифікації шрифтів. Студенти знайомляться із будовою символів у шрифті, із принципами поєднання шрифтів в пари.

Тема лекційного заняття 7: Шрифт: принципи побудови літер, гарнітури, накреслення, підбір пар.

Гарнітура шрифта. Будова символів у шрифті. Розвиток типографіки. Класифікація шрифтів. Контраст, динаміка, вага, відкритість та ширина шрифту. Підбір шрифтів та шрифтових пар. Латиниця та кирилиця. Сучасні українські шрифти.

Теми практичних занять:

- 13.Підбір шрифтів для проєкту, поєднання шрифтів в пари.
- 14.Робота із модульною сіткою, рубрикація.

Теми для самостійного вивчення: Вивчення і аналіз виразних можливостей шрифта на основі класичних і сучасних шрифтів.

Індивідуальне завдання: Створення шрифтових композицій із використанням декількох гарнітур на обрану тему.

Тема 8. Основи використання шрифту.

Анотація. Основи практичної роботи над проєктом, обґрунтування вибору шрифтів під специфіку проєкту. Створення власних шрифтів і літерацій.

Тема лекційного заняття 8: Особливості застосування шрифтів у різних видах дизайнерської продукції.

Вибір шрифтів в залежності від типу проєкту. Особливості застосування шрифтів у різних видах дизайнерської продукції. Читабельність тексту.

Вимоги до друкованих та електронних видань. Літерація. Створення власних шрифтів. Літерація.

Теми практичних занять:

- 15.Шрифт та зображення.
- 16.Авторські шрифти. Літерація.

Теми для самостійного вивчення: Аналіз логотипів та використання шрифтів сучасними успішними брендами.

Індивідуальне завдання: Власний проєкт за обраною тематикою.

Модульний контроль 3: тести по темах модуля

Поточний, модульний контроль: усне фронтальне та індивідуальне опитування; графічний контроль; перегляд.

5. Методи навчання

Проведення аудиторних лекцій, практичних занять, консультацій, а також самостійна робота студентів за відповідними матеріалами. На заняттях застосовується особистісно-орієнтований підхід, проєктні методи ведення роботи.

6. Методи контролю

Проведення поточного, модульного контролю, підсумковий контроль у вигляді заліку.

Поточний, модульний контроль: усне фронтальне та індивідуальне опитування; графічний контроль; перегляд індивідуальних робіт.

7. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують студенти

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

Складові навчальної роботи	Бали за одне заняття (завдання)	Кількість занять (завдань)	Сумарна кількість балів
Змістовний модуль 1			
Індивідуальні роботи	0..10	5	0..35
Модульний контроль	0..5		0..5
Змістовний модуль 2			
Індивідуальні роботи	0..10	4	0..25
Модульний контроль	0..5		0..5
Змістовний модуль 3			
Індивідуальні роботи	0..10	3	0..25
Модульний контроль	0..5		0..5
Усього за семестр			0...100

Семестровий контроль (залік) проводиться у разі відмови студент від балів поточного тестування й за наявності допуску до заліку. Під час складання семестрового заліку студент має можливість отримати максимум 100 балів.

Білет для заліку складається з 5 питань (3 теоретичних і 2 практичних). Максимальна кількість балів за кожне питання – 20.

7.2. Якісні критерії оцінювання

Оцінювання знань та умінь студента за його індивідуальними завданнями проводиться за такими критеріями: розуміння, ступінь засвоєння теорії, що розглядається; ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни; ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються; практичних занять за такими критеріями: вміння поєднувати теорію з практикою при вирішенні завдань; 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. При оцінюванні індивідуальних завдань 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. Поточні модульні контролю проводяться 3 рази за семестр. Тест включає запитання одиничного і множинного вибору щодо перевірки знань основних категорій навчальної дисципліни

Необхідний обсяг знань для одержання позитивної оцінки:

Розуміння поняття композиції, основних її критеріїв, елементів композиції, процесу сприйняття візуальної інформації глядачем, основних засобів організації площини, поняття пропорціонування, контрасту-нюансу, статички-динаміки, симетрії-асиметрії, базових понять колористики, функцій кольору, розуміння принципів створення гармонійної колірної палітри, розуміння різних колірних систем, базову поняття типографіки, знання елементів шрифту, вимог до застосування шрифтів та принципів її комбінування. Знання базових елементів програм растрової та векторної графіки, форматів файлів, принципів роботи.

Необхідний обсяг вмінь для одержання позитивної оцінки:

Вміння застосовувати теоретичні знання з композиції, колористики та типографіки на практиці, вміння розробляти ескізи композиції з характеристиками, що відповідають сформульованому завданню і реалізовувати їх у графічних редакторах.

7.3 Критерії оцінювання роботи студента протягом семестру

Задовільно (60-74 балів): Досягти очікуваних результатів навчання. Захистити всі індивідуальні завдання та здати тестування На цьому рівні студент повинен продемонструвати базове розуміння та вміння в області

композиції, колористики, типографіки. Оцінка «задовільно» вказує на те, що студент володіє мінімальними знаннями та вміннями, необхідними для роботи в цій галузі, але його навички можуть бути обмеженими.

Добре (75-89 балів): Крім базових вимог на оцінку «задовільно», захистити всі індивідуальні завдання, здати тестування на достатньо гарному рівні. Студент покаже тверде розуміння та впевненість в основах композиції, теорії кольору та типографіки. Оцінка «добре» свідчить про здатність студента застосовувати свої знання та навички в практичних завданнях і розуміти більш складні аспекти цієї галузі.

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

Шкала оцінювання: бальна і традиційна

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

8. Політика навчального курсу

Обов'язкове дотримання студентами академічної доброчесності: самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної дисципліни; Посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень; Дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; Надання достовірної інформації про результати власної навчальної (творчої, наукової) діяльності, використані джерела інформації та методики дослідження.

Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів за кожне індивідуальне завдання і модульний контроль.

У разі несвоєчасного виконання робіт призначається Perezдача.

Термін Perezдачі переноситься в зв'язку із поважними причинами (лікарняний, академічна мобільність, тощо) із збереженням балів. Без поважної причини – оцінюється при Perezдачі -2 бали.

При виявленні плагіату робота не зараховується. Видається нове завдання.

Пропущенні заняття відпрацьовуються.

Дотримання вимог академічної доброчесності здобувачами освіти під час вивчення навчальної дисципліни:

Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі освіти мають дотримуватися загальноприйнятих морально-етичних норм і правил поведінки, вимог академічної доброчесності, передбачених Положенням про академічну доброчесність Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут» (<https://khai.edu/assets/files/polozhennya/polozhennya-pro-akademichnu-dobrochesnist.pdf>). Очікується, що роботи здобувачів освіти будуть їх оригінальними дослідженнями або міркуваннями.

Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших здобувачів освіти становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної не доброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування викладачем незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Використання інструментів штучного інтелекту дозволяється як допоміжний етап у процесі виконання завдань. Здобувач освіти має право застосовувати ШІ для генерації ідей, мудбордів, концепцій. Обов'язковою є позначення про використання ШІ при виконанні індивідуального завдання.

Вирішення конфліктів: Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, а також правила етичної поведінки регламентуються Кодексом етичної поведінки в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут» (<https://khai.edu/ua/university/normativna-baza/ustanovchi-dokumenti/kodeks-etichnoi-povedinki/>).

9. Методичне забезпечення

Підручники, навчальні посібники, навчально-методичні матеріали, конспекти лекцій, методичні рекомендації з виконання індивідуальних завдань, які видані в Університеті, доступні на сторінці курсу в системі дистанційного навчання **Mentor** за посиланням:

Матеріали включають:

- Лекції (у відео форматі),
- Інструкції до індивідуальних та практичних завдань.

10. Рекомендована література

Базова

1. Альберс Йозеф. Взаємодія кольору. – Київ: ArtHuss, 2024. – 208 с.
2. Беті Патрікію Анатомія кольору. – Київ : ArtHuss, 2023. – 336 с.
3. Іваненко Т. Шрифтовий дизайн : основи. Харків: ХДАДМ, 2019. 144 с.
4. Іттен Йоганнесс. Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва. – Київ : ArtHuss, 2022. 96 с.

5. Іттен Йоганнесс. Наука дизайну та форми: Вступний курс, який я викладав у Баугаузі та інших школах. – Київ : ArtHuss, 2022. – 136 с.
6. Михайленко В. Є. Основи композиції (геометричні аспекти художнього формотворення): [навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів] / В. Є. Михайленко, М. І. Яковлев – К.: Каравела, 2004 – 304с.
7. Пічкур М. О. Теорія і практика композиції: навч. посібн. – МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини. – Харків: ПромАрт, 2021. – 248 с.
8. Синєпупова Н. Композиція: Тотальний контроль. Київ: ArtHuss, 2020. 240 с.

Допоміжна

1. Боднар О.Я. Золотий переріз і неевклідова геометрія в науці та мистецтві. / О.Я. Боднар – Львів: Українські технології, 2006 – 197 с.
2. Каталог шрифтів: довідник / уклад.: Денисенко С. М. Київ, 2019. 52 с.
3. Лесняк В. Відтворення шрифтової спадщини. Київ: ArtHuss, 2020. 160 с.
4. Шон А. Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти. Київ : ArtHuss, 2022. – 256 с.

11. Інформаційні ресурси

Каталоги AIGA / 50 Books & 50 Covers <https://www.creativeboom.com/resources/50-essential-books-every-graphic-designer-should-read/>

Eye Magazine — журнал про графічний дизайн і типографіку https://www.culturetype.com/2023/07/11/design-industry-celebrates-best-in-books-recognizing-volumes-on-artists-wangechi-mutu-shikeith-and-just-above-midtown/?utm_source=chatgpt.com

Український мистецтвознавчий дискурс, наукове періодичне видання <https://ukrainianartscience.in.ua/index.php/uad>

Посібник з типографіки у веб-дизайні <https://surl.li/dsmqil>

Сервіс пошуку, покупки, оренди українських шрифтів <https://rentafont.com.ua/>

МОДУЛЬ 2

Змістовний модуль 1. Основи бренд-дизайну та розробки дизайн-концепції

Тема 1. Стратегічна взаємодія маркетингу та дизайну

Тема знайомить здобувачів з основами стратегічної взаємодії дизайну та маркетингу в контексті промислового виробництва. Розглядаються базові поняття бренд-дизайну, роль дизайну у просуванні машинобудівного продукту, принципи роботи з цільовою аудиторією та стратегічний підхід до розробки дизайн-рішень. Особлива увага приділяється повному циклу роботи над продуктом – від брифінгу до реалізації.

Лекційні заняття

Лекція 1. Вступ до навчальної дисципліни «Дизайн маркетингової діяльності»
Анотація. Висвітлюється структура курсу, методологія викладання, цілі, завдання та очікувані результати навчання. Акцентовано значення дизайну в B2B-секторі та машинобудуванні.

Лекція 2. Еволюція дизайну: від мистецтва до стратегічного партнерства з бізнесом.

Анотація. Розкривається розвиток дизайну як професійної галузі – від декоративного оформлення до стратегічної функції у промисловому бізнесі.

Лекція 3. Основні поняття дизайну та маркетингу. Взаємозв'язок і синергія.
Анотація. Описуються ключові терміни, принципи співпраці дизайнерів і маркетингологів, з прикладами застосування у B2B-комунікації.

Лекція 4. Цикл роботи над дизайн-продуктом.

Анотація. Розглядається поетапна схема створення продукту: брифінг, дослідження, концептуалізація, тестування, впровадження в ринок.

Практичні заняття

Практичне заняття 1. Вибір продукту для ребрендингу.

Анотація. Здобувачі аналізують вхідний бриф, досліджують ринок і конкурентне середовище, обирають технічний продукт з потенціалом для оновлення бренду. Формується концепція нового позиціонування.

Практичне заняття 2. Опис продукту.

Анотація. Проводиться формулювання емоційного й раціонального опису вибраного продукту. Визначаються ключові функціональні переваги та споживча цінність у B2B-контексті.

Самостійна робота

- Аналіз прикладів сучасних брендів у сфері машинобудування (логотипи, ідентичність, повідомлення).
- Опрацювання рекомендованої наукової та навчальної літератури.
- Складання аналітичного опису обраного для роботи продукту.
- Порівняльний аналіз дизайн-стратегій двох брендів.

Тема 2. Ключові етапи аналізу ринку

У темі розглядаються основні етапи ринкового аналізу як невіддільної складової створення конкурентоспроможного бренд-дизайну. Основна увага приділяється вивченню цільової аудиторії, аналізу конкурентного середовища, формуванню унікальної торгової пропозиції (УТП) та визначенню ринкової ніші технічного продукту. Здобувачі опановують методи сегментації, SWOT-аналізу та інструменти побудови ефективних комунікаційних стратегій у промисловому B2B-контексті.

Лекційні заняття

Лекція 5. Розробка опису продукту. Емоційна та раціональна системи прийняття рішень

Анотація. Вивчаються аспекти поведінки споживача: як функціональні, так і емоційні чинники впливають на прийняття рішень. Формується основа майбутнього позиціонування продукту.

Лекція 6. Аналіз конкурентів

Анотація. Розглядаються підходи до збору інформації про конкурентів, SWOT-аналіз, пошук сильних та слабких сторін, визначення конкурентних переваг на технічному ринку.

Лекція 7. Визначення та сегментація цільової аудиторії. Формування УТП

Анотація. Пояснюється структура ринку, визначення портретів аудиторії, створення унікальних пропозицій, орієнтованих на різні сегменти промислових споживачів.

Практичні заняття

Практичне заняття 3. Аналіз конкурентів (SWOT-аналіз)

Анотація. Вивчення аналогічних продуктів, побудова SWOT-матриці, оцінка конкурентної ситуації на ринку.

Практичне заняття 4. Визначення цільової аудиторії. Формування УТП

Анотація. Аналіз цільових груп, виявлення потреб і очікувань, побудова релевантної торгової пропозиції з урахуванням особливостей B2B-ринку.

Самостійна робота:

- Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованих джерел з ринкового аналізу.
- Виконання індивідуальних завдань: SWOT-аналіз обраного продукту та сегментація ринку.
- Аналіз прикладів унікальних торгових пропозицій у технічних галузях (зокрема у машинобудуванні).
- Підготовка візуальних матеріалів (SWOT-матриці, карти цільових аудиторій, схеми сегментації) для подальшої презентації результатів.

Змістовний модуль 2. Фірмовий стиль та візуальна ідентичність бренду

Тема 3. Концептуальний підхід до візуального стилю

Тема присвячена побудові візуальної ідентичності бренду як інструменту ефективної ринкової комунікації технічного продукту. Розглядаються архетипування, створення візуальних образів, колористичні та шрифтові рішення, графічна мова бренду. Вивчається роль візуальних метафор і архетипів у позиціонуванні бренду та підвищенні конкурентоспроможності продуктів у B2B-середовищі.

Лекційні заняття

Лекція 8. Позиціонування бренду за методом архетипування

Анотація. Розкрито поняття архетипу бренду, типологія за моделлю Пірсон та Марк, принципи вибору архетипу залежно від ринкової ситуації та цільової аудиторії. Аналіз візуальних проявів архетипів у фірмовому стилі та їх роль у сприйнятті інженерних продуктів.

Лекція 9. Образи в дизайні

Анотація. Розглядаються засоби створення візуальних метафор та символів для комунікації з цільовою аудиторією. Вивчається роль графічного мислення у формуванні унікального стилю та створення емоційного зв'язку між брендом і споживачем.

Лекція 10. Ключові речі про брендинг

Анотація. Пояснюються елементи фірмового стилю: логотип, шрифти, кольорова палітра, графічні елементи. Вивчається структура дизайн-системи, кейси стандартизації бренду в промисловому середовищі.

Практичні заняття

Практичне заняття 5. Ідентифікація архетипу бренду

Анотація. Визначення відповідного архетипу бренду на основі аналізу продукту, цільової аудиторії та конкурентного середовища. Побудова основи для стилістичної ідентичності продукту у машинобудівному сегменті.

Практичне заняття 6. Образи в дизайні

Анотація. Розробка візуальних метафор, палітри кольорів, підбір шрифтів. Побудова ключових образів, які передають архетип бренду та цінності компанії. Робота з композиційними прийомами.

Практичне заняття 7. Формування фірмового стилю

Узагальнення попередньої роботи: Підготовка графічних матеріалів для захисту та презентації дизайн-концепції.

Самостійна робота

- Опрацювання лекційного матеріалу (архетипи, образи, дизайн-системи);
- Аналіз графічних кейсів машинобудівних компаній із різними візуальними підходами;
- Створення власного архетипового профілю для вибраного продукту;

- Підготовка до захисту дизайн-концепції.

Модульний контроль

Захист дизайн-концепції у формі презентації з обґрунтуванням маркетингової та дизайнерської стратегії для обраного машинобудівного продукту.

Тема 4. Формування системи візуальної ідентичності і презентаційних матеріалів

Тема присвячена створенню системи візуальної ідентичності бренду та адаптації її до промислових продуктів. Розглядаються архетипування, образи, колористика, шрифти, графічна мова бренду, а також вимоги до презентаційних матеріалів і носіїв фірмового стилю у B2B-середовищі. Окрема увага приділяється правовим аспектам, брендбуку та формуванню дизайнерського портфоліо.

Лекційні заняття:

Лекція 11. Типографіка та колір у бренді технічного продукту

Анотація. Аналіз шрифтів: анатомія, характер, відповідність архетипу. Психологія кольору, кольорова палітра як інструмент впізнаваності та диференціації в інженерному контексті.

Лекція 12. Графічна мова бренду: патерни, образи, персонажі

Анотація. Розробка візуальних метафор та стилізованих елементів бренду: патерни, іконографіка, персонажі. Приклади B2B-брендів.

Лекція 13. Носії фірмового стилю у B2B-середовищі

Анотація. Види носіїв для технічної продукції: пакування, етикетки, стенди, технічна документація, соціальні мережі.

Лекція 14. Брендбук і стандарти айдентики

Анотація. Призначення брендбуку. Структура, логіка, типові елементи. Відмінність гайдлайнів та інструкцій.

Лекція 15. Портфоліо дизайнера у галузевому машинобудуванні

Анотація. Побудова логіки подачі кейсу. Форматування, дизайн, цілісність стилю. Інженерна специфіка.

Лекція 16. Правові аспекти візуальної ідентичності

Анотація. Основи авторського права та захисту розробок. Ліцензії на шрифти, зображення, комерційне використання.

Практичні заняття:

Практичне заняття 9. Підбір шрифтів і кольорової палітри

Анотація. Створення шрифтової системи. Побудова палітри на основі архетипу та специфіки машинобудівної продукції.

Практичне заняття 10. Графічні елементи: патерн, персонаж, метафора

Анотація. Розробка візуальних кодів. Пошук і реалізація метафори продукту через графіку.

Практичне заняття 11. Візуалізація продукту

Анотація. Розробка зображень і візуальної подачі технічного об'єкта. Вибір стилю, матеріалів, фону, кутів подачі.

Практичне заняття 12. Розробка макетів носіїв

Анотація. Створення візиток, слайдів, обкладинок, сторінок для соцмереж та іншого, з урахуванням ринку B2B.

Практичне заняття 13. Брендбук (фрагмент)

Анотація. Оформлення опису фірмового стилю: шрифти, логотип, палітра, приклади використання.

Практичне заняття 14. Портфоліо

Анотація. Формування фінального кейсу: об'єднання всіх візуальних рішень у цілісну презентацію.

Практичне заняття 15. Підготовка до захисту (репетиція презентації)

Анотація. Тестування презентації, усне пояснення, обґрунтування рішень перед аудиторією.

Самостійна робота:

- Пошук і аналіз прикладів брендбуків B2B-брендів
- Формування шрифтової пари та палітри для свого кейсу
- Аналіз та розробка патернів, персонажів, метафор для візуального стилю
- Підготовка макетів презентаційних носіїв (буклет, слайди, обкладинка)
- Оформлення фрагменту брендбуку
- Фіналізація портфоліо для презентації

Модульний контроль

Представлення комплексного кейсу візуальної ідентичності бренду у форматі презентації (логотип, графічні елементи, палітра, брендбук, носії).

5. Індивідуальні завдання

1. Вибір продукту для ребрендингу.
2. Розробка опису продукту (ключові характеристики, цінність, призначення).
3. Аналіз конкурентів та формування унікальної торгової пропозиції (УТП).
4. Визначення та сегментація цільової аудиторії.
5. Ідентифікація архетипу бренду та розробка стратегії позиціонування й комунікацій.
6. Розробка дизайн-концепції.
7. Створення елементів фірмового стилю: логотип
8. Створення елементів фірмового стилю: шрифти та кольорова палітра.
9. Додаткові елементи стилю (іконографіка, графіка), фотографії та ілюстрації.
10. Розробка носіїв фірмового стилю та візуалізація на мокапах.
11. Формування цілісного кейсу бренд-дизайну (фінальний проект).

6. Методи навчання

Проведення аудиторних лекцій, практичних занять, консультацій, а також самостійна робота студентів за відповідними матеріалами.

Заняття проводяться у форматі практичних майстер-класів з використанням реальних кейсів і прикладів відомих брендів.

Результатом роботи є розробка стратегії брендингу та концепція фірмового стилю для обраної компанії.

7. Методи контролю

Контроль знань здобувачів освіти здійснюється шляхом поточного, модульного та підсумкового контролю.

Поточний контроль включає оцінювання виконання індивідуальних завдань, участі у практичних заняттях, презентацію проміжних результатів роботи та активність під час майстер-класів.

Модульний контроль проводиться у формі захисту проєктів:

- у межах **першого змістовного модуля** — захист **бренд-концепції**, що включає аналітичну частину проєкту (цільова аудиторія, УТП, архетип, позиціонування тощо);
- у межах **другого змістовного модуля** — захист **оформленого кейсу**, що включає розроблену візуальну ідентифікацію бренду, фірмовий стиль та презентацію портфоліо.

8. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують здобувачі освіти

Оцінювання здійснюється за результатами поточної роботи студентів протягом семестру, включаючи виконання індивідуальних завдань, участь у практичних заняттях, модульний контроль.

Таблиця 8.1 – Розподіл балів, які отримують здобувачі освіти

Складові навчальної роботи	Бали за одне заняття (завдання)	Кількість занять (завдань)	Сумарна кількість балів
Змістовний модуль 1			
Вибір продукту для ребрендингу.	5	1	5
Розробка опису продукту	5	1	5
Аналіз конкурентів, формування УТП продукту	5	1	5

Визначення та сегментація цільової аудиторії	5	1	5
Ідентифікація архетипу бренду та розробка стратегії позиціонування, комунікації та фірмового стилю	5	1	5
Розробка дизайн-концепції.		1	10
Змістовний модуль 2			
Фірмовий стиль. Логотип	10	1	10
Фірмовий стиль. Шрифти та кольори	5	1	5
Додаткові елементи фірмового стилю	20	1	20
Носії фірмового стилю та візуалізація на мокапах.	20	1	20
Кейс бренд-дизайну		1	10
Усього за семестр			100

Семестровий контроль (залік) проводиться у разі відмови здобувача освіти від балів підсумкового контролю й за наявності допуску до заліку. Заліковий білет складається з **одного теоретичного запитання (30 балів)** та **одного практичного завдання (70 балів)**.

Практичне завдання передбачає виконання прикладного завдання з курсу (наприклад: SWOT-аналіз продукту, визначення цільової аудиторії та УТП, ідентифікація архетипу бренду, розробка елементів фірмового стилю або створення фрагмента презентаційних матеріалів).

Максимальна кількість балів – 100.

Таблиця 8.2 – Шкали оцінювання: бальна і традиційна

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

Якісні критерії оцінювання

Здобувач освіти повинен продемонструвати опанування змістових модулів дисципліни, уміння застосовувати теоретичні знання на практиці, здатність до аналізу, порівняння та обґрунтування рішень у сфері графічного дизайну та бренд-дизайну.

Критерії оцінювання роботи здобувача освіти протягом семестру:

Відмінно (90–100 балів): Студент глибоко володіє матеріалом курсу, виконує всі індивідуальні та практичні завдання (SWOT-аналіз, сегментація, архетипування, розробка фірмового стилю, брендбук, портфоліо) самостійно, креативно та вчасно. Має високий рівень професійної підготовки, демонструє системність мислення, активно бере участь в обговореннях, уміє аргументовано захищати власні дизайнерські рішення.

Добре (75–89 балів): Студент розуміє основні положення курсу, виконує завдання відповідно до вимог (аналіз, архетип, елементи стилю, макети носіїв), допускає незначні неточності. Вміє працювати з кейсами, пропонує логічні рішення, демонструє належний рівень володіння інструментами графічного та бренд-дизайну.

Задовільно (60–74 бали): Студент володіє базовими знаннями з дисципліни, проте допускає помилки у виконанні завдань (аналіз, архетип, візуалізація), демонструє обмежене розуміння окремих тем. Завдання виконано частково або з порушенням термінів. Потребує допомоги викладача для аналізу й формування висновків.

Незадовільно (0–59 балів): Студент не опанував навчальний матеріал, не здав обов'язкові індивідуальні завдання (кейсовий проєкт, брендбук, портфоліо), демонструє низький рівень знань і практичних навичок, не бере участі в навчальному процесі.

9. Політика навчального курсу

Відвідування занять та відпрацювання пропусків. Курс має інтерактивний практичний формат, що передбачає обов'язкову участь здобувачів освіти у заняттях, особливо практичних. У разі пропуску занять з поважних причин (лікарняний, академічна мобільність, інші підтверджені обставини) здобувач освіти зобов'язаний повідомити викладача про причину відсутності та протягом одного тижня після повернення узгодити форму і графік відпрацювання. Відпрацювання здійснюється у формі усної співбесіди за темою пропущеного заняття, виконання письмового або практичного індивідуального завдання чи представлення напрацювань під час консультації. Несвоєчасне або формальне відпрацювання може зменшити підсумковий бал за семестр.

Академічна доброчесність. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватись принципів етики, взаємоповаги та академічної доброчесності відповідно до *Положення про академічну доброчесність НАУ «ХАІ»* (посилання: <https://khai.edu/assets/files/polozhennya/polozhennya-pro-akademichnu-dobrochesnist.pdf>). Порушення академічної доброчесності включають, але не обмежуються: списуванням, плагіатом (у тому числі використанням матеріалів без посилань), фабрикацією джерел, маніпуляціями з результатами роботи. Роботи з ознаками академічної не доброчесності не зараховуються незалежно від масштабу порушення.

Використання інструментів штучного інтелекту (ШІ) Використання ШІ дозволяється як допоміжний етап у процесі виконання завдань та проєктів. Здобувач освіти має право застосовувати ШІ для генерації ідей, текстів, мудбордів, концепцій, використовувати його на етапі прототипування, створювати графічні або текстові фрагменти для подальшої адаптації. Обов'язковою є позначка про використання ШІ у пояснювальній записці або під візуальним матеріалом: «Згенеровано за допомогою ChatGPT/Midjourney та адаптовано вручну студентом». Забороняється подавати повністю згенеровану ШІ-роботу без власного доопрацювання та пояснень; такі випадки розцінюються як порушення академічної доброчесності. Оцінювання результатів, створених із використанням ШІ, враховує ступінь адаптації матеріалу, креативність і самостійність рішень, а також пояснення ролі ШІ у формуванні результату.

Врегулювання конфліктів. Питання, пов'язані з етичними нормами, дискримінацією, корупцією, сексуальними домаганнями або іншими конфліктними ситуаціями, розглядаються відповідно до *Кодексу етичної поведінки НАУ «ХАІ»* (посилання: <https://khai.edu.ua/university/normativna-baza/ustanovchi-dokumenti/kodeks-etichnoi-povedinki/>).

10. Методичне забезпечення

Підручники, навчальні посібники, навчально-методичні матеріали, конспекти лекцій, методичні рекомендації з виконання індивідуальних завдань, які видані в Університеті, доступні на сторінці курсу в системі дистанційного навчання **Mentor** за посиланням:

 <https://mentor.khai.edu/course/view.php?id=8744>

Матеріали включають:

- Лекції (у відео форматі),
- Інструкції до індивідуальних та практичних завдань,
- Зразки оформлення робіт.

11. Рекомендована література

Базова

1. Емброуз Г., Леонард Н. *Основи. Графічний дизайн 02. Дизайнерське дослідження*. Київ: ArtHuss, 2019.
2. Емброуз Г., Леонард Н. *Основи. Графічний дизайн 03. Генерування ідей*. Київ: ArtHuss, 2019.
3. Емброуз Г., Оно-Біллсон Н. *Основи. Графічний дизайн 01. Підхід і мова*. Київ: ArtHuss, 2019.
4. Тейлор К. *Мистецтво під ключ. Менеджмент і маркетинг культури*. Київ: ArtHuss, 2021.

5. Іваненко Т. *Шрифтовий дизайн: основи*. Харків: ХДАДМ, 2019.
6. Синєпупова Н. *Композиція: Тотальний контроль*. Київ: ArtHuss, 2020.

Додаткова література

7. Wheeler A. *Designing Brand Identity*. 5th ed. New York: John Wiley & Sons, 2017.
8. Lupton E. *Thinking with Type*. 2nd ed. New York: Princeton Architectural Press, 2014.
9. Krug S. *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability*. 3rd ed. New Riders, 2014.
10. Johnson M. *Branding: In Five and a Half Steps*. London: Thames & Hudson, 2016.
11. Sharp B. *How Brands Grow: What Marketers Don't Know*. 2nd ed. Oxford University Press, 2016.
12. Art Directors Club. *The Annual of Advertising, Editorial and Poster Design*. New York: Watson-Guptill Publications, 2016.

Журнали та статті

13. *Eye Magazine*. Special Issue: Experimental Typography. № 100, 2020, с. 45–62. <https://www.eyemagazine.com>
14. *Communication Arts*. Interactive Annual 25. Vol. 61, № 4, 2019, с. 32–50. <https://www.commarts.com>
15. *Journal of Marketing Research*. Selected articles on branding and consumer behavior (2018–2022). <https://journals.sagepub.com/home/mrj>
16. *Design Studies*. Articles on graphic design and visual communication (2017–2022). <https://www.journals.elsevier.com/design-studies>

Інформаційні ресурси

- Awwwards — <https://www.awwwards.com>
- Coursera — <https://www.coursera.org>
- LinkedIn Learning — <https://www.linkedin.com/learning>
- MasterClass — <https://www.masterclass.com>
- The Branding Journal — <https://www.thebrandingjournal.com>
- AIGA (American Institute of Graphic Arts) — <https://www.aiga.org>
- Google Scholar — <https://scholar.google.com>