

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Факультет комп'ютерних наук
Кафедра дизайну



2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ДИЗАЙН-ПРОЄКТУВАННЯ

4 курс

Спеціальність 022 Дизайн

Спеціалізація 022.01 Графічний дизайн

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Розробник

Завідувач кафедри розробника

Завідувач кафедри спеціальності

Гарант освітньої програми

Декан факультету комп'ютерних наук

Начальник НМВ

Юрій КОРНЮКОВ

Юрій ОДРОБІНСЬКИЙ

Юрій ОДРОБІНСЬКИЙ

Юрій ОДРОБІНСЬКИЙ

Ангела БОЙКО

Євгенія ПОСТИКІНА

Миколаїв – 2025 рік

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показника	Характеристика дисципліни	
Найменування дисципліни	Дизайн-проектування	
Галузь знань	02 Культура і мистецтво	
Спеціальність	022 Дизайн	
Спеціалізація (якщо є)	022.01 Графічний дизайн	
Освітня програма	Графічний дизайн і реклама	
Рівень вищої освіти	Бакалавр	
Статус дисципліни	Нормативна	
Курс навчання	4	
Навчальний рік	2025/2026	
Номер(и) семестрів (триместрів):	Денна форма	Заочна форма
	7 / 8	
Загальна кількість кредитів ЄКТС/годин	3 кредити / 90 годин 2 кредити / 60 годин	
Структура курсу: – лекції – семінарські заняття (практичні, лабораторні, півгрупові) – годин самостійної роботи студентів	Денна форма	Заочна форма
	7,5 / 5	
	30 / 20	
	52,5 / 35	
Відсоток аудиторного навантаження	42 %	
Мова викладання	українська	
Форма проміжного контролю (якщо є)	–	
Форма підсумкового контролю	– /іспит	

2. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мета: ознайомлення з витоками, концепцією, художніми особливостями мистецтва графічного дизайну; засвоєння знань стосовно різних форм проектного мислення, опанування навичками художнього аналізу графічних творів, розуміння специфіки пластичної мови дизайн-графіки в різних її техніках і в різноманітності стилістичних форм. Формування знань щодо специфіки діяльності фахівців в галузі графічного дизайну та практичних навичок роботи з широким спектром об'єктів проектування. Виконання проектних завдань спрямовано на фахову адаптацію мислення, формування навичок генерування креативних, евристичних ідей, розвиток творчих здібностей та уявлень, отримання навичок роботи з різноманітними складовими, а також на поглиблене усвідомлення принципів і способів їх поєднання, відповідно до функціонального призначення об'єктів проектування.

Завдання:

- ознайомити з професійними термінами та визначеннями, що використовуються в сфері графічного дизайну;

- ознайомити з комплексними вимогами до графічної проектно-комунікаційної діяльності;
- виявити сутнісний характер та складові такої діяльності;
- надати фундацію культурі сприйняття графічних творів;
- розкрити сутність процесів творення візуальних комунікацій у їх найповнішому значенні, як інтегрованого процесу, в якому поєднуються логічно–раціональне мислення і художня творчість.

Взаємозв'язки з іншими дисциплінами

Пререквізити:

базується на засвоєнні матеріалу дисциплін: «Рисунок і скетчинг», «Живопис», «Композиція та проектна графіка», «Історія дизайну», «Шрифти», «Айдентика», «Макетування і моделювання», «Комп'ютерна графіка».

Пореквізити:

є базою для виконання «Кваліфікаційної роботи».

В результаті вивчення дисципліни студент отримує:

Загальні компетентності:

- ЗК 1. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК 6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- СК 1. Здатність застосовувати сучасні методики проектування одиничних, комплексних, багатофункціональних об'єктів дизайну.
- СК 3. Здатність здійснювати композиційну побудову об'єктів дизайну.
- СК 8. Здатність здійснювати колористичне вирішення майбутнього дизайн-об'єкта.
- СК 12. Здатність здійснювати повний цикл дизайн-проектування, від аналізу проблеми та формування ідеї до розробки концепції, візуалізації та презентації готового дизайн-продукту, враховуючи функціональні, естетичні та комунікаційні аспекти.
- СК 17. Здатність створювати цілісні та впізнавані візуальні ідентичності, включаючи брендбуки, логотипи, фірмові стилі для компаній, продуктів та послуг, забезпечуючи їхнє послідовне застосування на всіх комунікаційних каналах.

Програмні результати навчання:

- ПРН 1. Застосовувати набуті знання і розуміння предметної області та сфери професійної діяльності у практичних ситуаціях.
- ПРН 4. Визначати мету, завдання та етапи проектування.
- ПРН 6. Усвідомлювати відповідальність за якість виконуваних робіт, забезпечувати виконання завдання на високому професійному рівні.

- ПРН 7. Аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень.
- ПРН 8. Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію.
- ПРН 11. Розробляти композиційне вирішення об'єктів дизайну у відповідних техніках і матеріалах.
- ПРН 12. Дотримуватися стандартів проектування та технологій виготовлення об'єктів дизайну у професійній діяльності.
- ПРН 20. Створювати візуальні рішення для різних медіа, включаючи друковану, цифрову та просторову графіку, з урахуванням принципів композиції, типографіки, кольору та візуальної ієрархії.
- ПРН 24. Здійснювати повний цикл дизайн-проектування, створюючи креативні та функціональні візуальні комунікації та рекламні продукти.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

7 семестр

№	Теми	Лекції	Практичні (семінарські, лабораторні, півгрупові)	Самостійна робота
1.	Проектні концепції і їх значення для змістоутворення.	2	10	17
2.	Закономірності композиційної організації візуально-образних складових, відповідні кожній з проектних концепцій.	2	10	17
3.	Взаємодія образних якостей зображувальних та текстових елементів, підпорядкованих певній проектній концепції Складові елементи авторського проекту.	3,5	10	18,5
	Всього за 7 семестр	7,5	30	52,5

8 семестр

№	Теми	Лекції	Практичні (семінарські, лабораторні, півгрупові)	Самостійна робота
---	------	--------	---	-------------------

4.	Індивідуалізація та системність представлення інформації у спеціальній рекламній продукції.	2	10	16
5.	Системні лінії та серійні об'єкти.	3	10	19
	Всього за 8 семестр	5	20	35
	Всього за курс	12,5	50	87,5

4. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. План лекцій

№	Тема заняття / план	К-сть годин
7 семестр		
1.	Лекція 1. Проектні концепції і їх значення для змістоутворення. Визначення концепції. Значення допроектних досліджень та формування концепції в процесі проектування рекламно-графічної продукції. Вимоги до стилічної єдності візуальної мови та її відповідності змістовому наповненню рекламної інформації. Класифікація концепцій, поширених у графічному дизайні. Прості та складно-структуровані угруповання концепцій. Угруповання, метафорично та формалістично-орієнтованих концепцій; технічно, соціонічно та енерго-інформаційно-орієнтованих концепцій. Спільні та відмінні властивості кожної з концепцій в межах спільного угруповання.	2
2.	Лекція 2. Закономірності композиційної організації візуально-образних складових, відповідні кожній з проектних концепцій. Закономірності композиційної організації візуально-образних складових, відповідні кожній з проектних концепцій. Характерні риси втілення інформаційних повідомлень за кожною з концепцій. Закономірності й умови композиційної організації візуально-образних складових, такі як: структурність; супідрядність; незавершеність; фундаментальність; програмованість; модульність; невпорядкована комбінаторика та ансамблевистість. Знакові та герметичні композиційні угруповання. Позбавлення змістових елементів звичного оточення або контексту та представлення їх ізольовано або у незвичних (стилістично невідповідних) сполученнях.	2

3.	Лекція 3. Взаємодія образних якостей зображувальних та текстових елементів, підпорядкованих певній проєктній концепції. Складові елементи авторського проєкту. Умови забезпечення стилістично-іміджевої єдності інформаційних повідомлень через комплексне впровадження засобів кодування змісту й нюансне варіювання ними. Асоціації, між змістом концепції і властивостями знаково-символьних елементів її втілення. Складові елементи авторського проєкту: авторська графіка (ручна, векторна та растрова). Взаємодія образних якостей зображувальних та текстових елементів в процесі сприйняття системних рекламних звернень, підпорядкованих певній проєктній концепції, за допомогою яких доречно здійснити візуальне представлення бажаної проєктної концепції. Проектування принципово відмінних композиційних схем концепції проєктно-графічною мовою. Взаємодія образних та конструктивних засобів кодування змісту й нюансне варіювання ними в процесі формування та візуального закріплення проєктних концепцій.	3,5
8 семестр		
4.	Лекція 4. Індивідуалізація та системність представлення інформації у спеціальній рекламній продукції. Вимоги до індивідуалізації представлення інформації у спеціальній рекламній продукції. Способи формування ілюстративного матеріалу. Застосування різних технічно-графічних способів отримання зображень. Застосування кольорографічного кодування. Композиційні закономірності поєднання знакових елементів. Функції сувенірно-подарункової продукції в системі фірмового та корпоративного стилів.	2
5.	Лекція 5. Системні лінії та серійні об'єкти. Вимоги до системності представлення інформації. Різні види рекламної продукції. Умови забезпечення стильової єдності та системності у представленні інформації на різних видах рекламної продукції. Принципи композиційної єдності при варіативному масштабно-пропорційному представленні елементів. Застосування колористичних, формоутворюючих констант композиційної організації інформації. Види друкованої рекламної продукції, їх специфічні риси і відмінності. Носії які входять до блоку друкованої рекламної продукції. Носії які застосовують елементи «типографського» дизайну.	3
Всього:		12,5

4.2. План практичних (семінарських, лабораторних, півгрупових) занять

№	№ зан.	К-ть год.	Тема заняття
7 семестр			
1.	1,2,3	6	Лабораторна робота №1. Розробка логотипу для вигаданої компанії. Мета: створити унікальний та впізнаваний логотип, який відображає цінності, стилістику й цільову аудиторію вигаданого бренду.
2.	4,5	4	Лабораторна робота №2. Дизайн рекламного постера. Мета: спроектувати постер для інформаційної або рекламної кампанії, зосередившись на композиції, використанні кольору та типографіки.
3.	6,7,8	6	Лабораторна робота №3. Створення фірмового стилю (корпоративної айдентики). Мета: розробити систему візуальних елементів (логотип, палітру кольорів, шрифти, візитівку) для єдиного бренду.
4.	9,10	4	Лабораторна робота №4. Проектування упаковки товару. Мета: створити концепцію та макет етикетки або коробки, враховуючи ергономіку, читабельність інформації та привабливість для споживача.
5.	11,12	4	Лабораторна робота №5. Інфографіка для презентації даних. Мета: перетворити складні статистичні чи процесні дані у зрозумілу та естетично привабливу інфографіку з використанням діаграм, іконок та схем.
6.	13,14, 15	6	Лабораторна робота №6. Редизайн існуючого бренду. Мета: провести аналіз слабких місць візуальної комунікації реального бренду та запропонувати оновлені графічні рішення.
8 семестр			
7.	16,17	4	Лабораторна робота №1. Розробка набору іконок для вебінтерфейсу. Мета: створити єдиний стиль іконографії для вебдодатку або сайту, враховуючи розмір, контрастність і зрозумілість символів.
8.	18,19, 20	6	Лабораторна робота №2. Дизайн обкладинки журналу чи книги. Мета: спроектувати обкладинку з урахуванням жанру, цільової аудиторії та композиційних принципів, інтегрувавши зображення й текст
9.	21,22	4	Лабораторна робота №3. Створення стилізованої цифрової ілюстрації. Мета: опрацювати ідею в єдиному векторному чи растровому

			стилі, використовуючи техніки шейпінгу, градієнтів та текстур.
10.	23,24 25	6	Лабораторна робота №4. Комплексна візуальна рекламна кампанія. Мета: розробити серію банерів, постерів і банерної графіки для соціальних мереж за єдиною концепцією, забезпечивши адаптивність під різні формати.
Всього:		50	

4.3. Завдання для самостійної роботи

7 семестр

Самостійна робота №1. Синестезія смаків – буклет-путівник через форму, колір і типографіку.

Опис:

Розробіть міні-буклет (формат А5, 4 сторінки)-путівник, який передає смакові відчуття однієї традиційної української страви через графічні асоціації. Використайте синестетичний підхід: кольори, форми та шрифти повинні сприйматися як «смакові ноти» і створювати єдину емоційну історію.

Вимоги:

- Оберіть одну страву (наприклад, борщ, вареники або галушки).
- Дослідіть її смаки: солодке, солоне, кисле, гірке, уамі.
- Складіть кольорову схему з п'яти відтінків, що відповідають кожному смаку.
- Підберіть два шрифти: один асоціюється з базовим «складником» смаку, інший — із фоновим відтінком.
- Створіть ескізи сторінок буклету з графічними метафорами (абстрактні форми, іконографіка, патерни).
- Змонтуйте фінальний макет із текстовим наповненням (короткі описи, рецептура, цікаві факти) і забезпечте візуальну єдність всіх сторінок.

Самостійна робота №2. Урбаністичні відгомони – серія постерів через графіку звуків міста.

Опис:

Створіть концептуальну серію з трьох постерів, що відтворюють акустичний ландшафт вашого міста через абстрактні графічні форми та колірні рішення. Ваше завдання — перевести ритми, тембри й інтонації візуальних звукових хвиль у плакат, який передає характер міського середовища.

Вимоги:

- Проведіть польове аудіодослідження (мінімум 5 записів різних звуків: транспорт, людський шум, природа).
- Проаналізуйте кожен запис: виділіть основні ритмічні та темброві

характеристики.

- Розробіть mood-board із кольоровою палітрою і формами, які відображають обрані звуки.
- Створіть два макети постерів (формат А5), у кожному з яких змінюється графічна інтерпретація одного із звуків.
- Поясніть концепцію під час презентації, показавши зв'язок між аудіоаналізом і візуальним рішенням.

8 семестр

Самостійна робота №1. Портфоліо авторських робіт.

Опис:

Розробіть власне портфоліо авторських робіт об'ємом від 6 до ~ сторінок у PDF форматі у вигляді презентації. Розмір сторінок А5 (орієнтація на вибір).

Вимоги:

- Презентація портфоліо на основі власного бачення концепт-дизайну повинна бути яскравою, цікавою та переконливою.
- Демонструючи візуальні складові портфоліо, зверніть увагу на такі аспекти, як колір, типографіка, композиція, особливості форми, технічний рівень зображень ваших проєктів.
- Зображення, символи та іконки (якщо вони є) повинні гармоніювати із загальною концепцією дизайну портфоліо. Аргументуйте вибір елементів, їх композиційним розташуванням, хронологією створення.

Самостійна робота №2. Редизайн класичного об'єкта.

Опис:

Взяти відомий логотип, або обкладинку журналу і переосмислити його у сучасному стилі. Обрати один класичний графічний об'єкт (на вибір):

- Обкладинка відомого журналу.
- Логотип історичного бренду (наприклад, Kodak, Volkswagen, NASA)

Вимоги:

Розвинути навички аналізу візуальної мови, інтерпретації культурного контексту та створення сучасного графічного рішення на основі вже існуючого дизайну.

Створити редизайн, який:

- Відображає сучасні графічні тенденції
- Враховує цільову аудиторію сьогодення
- Може бути адаптований для цифрових і друкованих носіїв

Забезпечення освітнього процесу

Рекомендовані ресурси для виконання завдань з графічного дизайну

Нижче зібрані ключові інструменти, платформи та спільноти, які допоможуть на всіх етапах роботи — від створення ескізів і готових макетів до натхнення та обміну досвідом.

Програмне забезпечення:

- Adobe Photoshop (обробка растрових зображень, колажі, цифрові ілюстрації)
- Adobe Illustrator (векторна графіка, розробка логотипів, іконок)
- Corel Draw (векторна графіка, розробка логотипів, іконок)
- Photopea (безкоштовна альтернатива Adobe Photoshop)
- Inkscape / GIMP (безкоштовні аналоги для векторної та растрової графіки)
- Figma / Adobe XD (прототипування веб-та мобільних інтерфейсів, спільна робота онлайн)

Стокові медіаресурси:

- Unsplash, Pexels, Pixabay (безкоштовні фотографії високої роздільності)
- Freepik, Flaticon (іконки, векторні ілюстрації, шаблони)
- Google Fonts / Font Squirrel (бібліотеки безкоштовних шрифтів для комерційного використання)
- The Noun Project (універсальні та тематичні піктограми)

Інструменти для створення інфографіки і макетів:

- Canva (готові шаблони для постерів, презентацій, обкладинок)
- Visme, Piktochart, Infogram (інтерактивні діаграми, карти, графіки)
- Placeit, Smartmockups (генерація мокапів для презентацій упаковки, друкованих матеріалів)

Освітні платформи та канали:

- Coursera / Udeemy (курси з основ графічного дизайну, типографіки, кольорознавства)
- Domestika / Skillshare (багато практичних воркшопів від провідних дизайнерів)
- YouTube-канали The Futur, CharliMarieTV, Yes, I'm a Designer (поради щодо процесу дизайну, кейси)
- Designmodo, Smashing Magazine (статті про тренди, техніки та інструменти)

Спільноти та портфоліо:

- Behance, Dribbble (публікація власних проєктів, натхнення, фідбек від колег)
- Reddit (/r/graphic_design, /r/DesignCritiques)
- Telegram-канали та чати (українські спільноти графічних дизайнерів)
- Facebook-групи (ArtStation Community, Creative Market Sellers)

Півгрупові заняття проводяться в комп'ютерному класі, де здобувачі виконують завдання лабораторних робіт і здають за комп'ютером самостійні роботи, а також отримують консультації з питань використання конкретних програмних продуктів.

Комп'ютерний клас має бути оснащеним комп'ютерами із таким програмним забезпеченням: пакет Microsoft Office не нижче версії 2010;

браузер; Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Acrobat Reader, Corel Draw, FastStone Image Viewer.

5. ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ

Перелік теоритичних питань до самостійної підготовки у VII семестрі

1. Класифікація концепцій, поширених у графічному дизайні.
2. Прості та складно-структуровані угруповання концепцій.
3. Угруповання, метафорично та формалістично-орієнтованих концепцій; технічно, соціонічно та енерго-інформаційно-орієнтованих концепцій.
4. Спільні та відмінні властивості кожної з концепцій в межах спільного угруповання.
5. Пошуки графічних вирішень спрямованих на композиційне урізноманітнення об'єктів (масштаб зображень, варіативне застосування різних засобів асоціативного виявлення ідеї).
6. Відтворення попередньо виконаних ескізів варіативними графічними техніками.
7. Закономірності композиційної організації візуально-образних складових.
8. Характерні риси втілення інформаційних повідомлень.
9. Закономірності й умови композиційної організації візуально-образних складових.
10. Знакові та герметичні композиційні угруповання.
11. Умови забезпечення стилістично-іміджевої єдності інформаційних повідомлень через комплексне впровадження засобів кодування змісту й нюансне варіювання ними.
12. Асоціації, між змістом концепції і властивостями знаково-символьних елементів її втілення.
13. Складові елементи авторського проекту: авторська графіка (ручна, векторна та растрова).
14. Варіативність художньо-образних засобів та структурних характеристик елементів графічної мови, за допомогою яких доречно здійснити візуальне представлення бажаної проектної концепції.
15. Проектування принципово відмінних композиційних схем концепції проектно-графічною мовою.
16. Вимоги до розробки спеціальної рекламної продукції.
17. Види спеціальної рекламної продукції і зміна її складу.
18. Вимоги, які висувуються до розробки спеціальної рекламної продукції.
19. Носії спеціальної рекламної продукції.
20. Типи підприємств, які потребують специфічних видів спеціальної рекламної продукції.
21. Носії блоку спеціальної рекламної продукції.
22. Асоціації, між змістом концепції і властивостями знаково-символьних елементів її втілення.
23. Складові елементи авторського проекту: авторська графіка (ручна, векторна та растрова).
24. Взаємодія образних якостей зображувальних та текстових елементів в процесі сприйняття системних рекламних звернень, підпорядкованих певній

проектній концепції.

25. Типи підприємств, які потребують специфічних видів спеціальної рекламної продукції.

Іспит

У кінці VIII семестру передбачений іспит, що проводиться у формі тестування та виконання практичного завдання.

Тестові завдання складаються з 30 питань (0,5 балів за кожну правильну відповідь) - **15 балів**.

Практичне завдання: Здійснити технічно-графічне оформлення результатів аналітичної діяльності щодо рівнів структуризації інформації, асоціативних характеристик елементів візуальної структури рекламного плакату компанії, яка є відомим лідером у сфері технологій створення та обробки зображень для реклами за допомогою штучного інтелекту. Бренд - **«Crea Label»** Формат файлу – JPEG, A4, 300ppi, sRGB – **25 балів**. Орієнтація – на вибір.

Перелік питань до іспиту:

1. Основні типи візуальних комунікацій.
2. Перелік складових мови графічних зображень.
3. Умови утворення графічних зображень, технології та матеріали, що застосовуються в процесі створення графічних зображень.
4. Поняття елементу зображувальної мови.
5. Розкрити сутність проектної концепції із зазначенням науковців, що їх досліджували.
6. Розкрити значення стилістично-іміджевої єдності концептуально-орієнтованих проєктів.
7. Розкрийте сутність засобів забезпечення стилістично-іміджевої єдності концептуально-орієнтованих проєктів.
8. Основні розгалуження графічного дизайну та об'єкти проектної діяльності за кожним з розгалужень.
9. Які чинники покладено в основу класифікації зображень, що є об'єктами проєктування в царині графічного дизайну?
10. Передумови виникнення графічного дизайну.
11. Предмет діяльності фахівців з графічного дизайну.
12. Умови втілення елементів зображувальної мови.
13. Критерії, які дозволяють стверджувати наявність графічної культури у об'єктах проєктування графічного дизайну.
14. Визначення «графічна культура» і «технологічна культура», їх взаємозаміна.
15. Етапи проектної діяльності.
16. Причини, за яких дизайн відносять до проектно-прогностичної діяльності.

17. Найбільш доцільні методи проведення проєктної діяльності.
18. Необхідність етапного опанування всіма видами методичних підходів для забезпечення якості проєктних пропозицій.
19. Відмінності між етапами вивчення аналогів та формуванням вимог до проєктного завдання.
20. Можливості комбінаторного поєднання архетипових елементів зображувальної мови у візуальних повідомленнях.
21. Способи підвищення ефективності сприйняття інформації у візуальних комунікаціях.
22. Види метроритмічних зв'язків.
23. Необхідність утримання метроритмічних зв'язків між елементами зображувальної мови в структурі інформаційного повідомлення.
24. Властивості алегорично-метафоричних зображень.
25. Якості зображень, які дозволяють віднести їх до метафоричних.
26. Що поєднує алегоричні та метафоричні зображення?
27. Якості зображень, які дозволяють віднести їх до візуальних текстів.
28. Якості зображень, які дозволяють віднести їх до візуальних повідомлень.
29. Вимоги, які висуваються до взаємодії текстових та зображувальних елементів.
30. Відмінність знакових та зображувальних елементів.
31. Засоби кодування змісту інформаційних повідомлень.
32. Вимоги, які висуваються до серійних візуальних висловлювань.
33. Причини необхідності комбінаторного поєднання елементів із різними властивостями.
34. Сутність рекламно-графічного прийому «метафора».
35. Характеристика типів модульних сіток, що застосовуються в процесі проєктування елементів графічної ідентифікації.
36. Функціональні відмінності друкованої рекламної продукції: флаєри, проспекти та буклети.
37. Функціональні відмінності друкованої рекламної продукції: банери та бігборди.
38. Функціональні відмінності таких видів друкованої рекламної продукції: постери або плакати.
39. Носії рекламної продукції, в яких застосовується рекламно-графічний прийом «гіпербола».
40. Носії рекламної продукції, в яких застосовується рекламно-графічний прийом «літота».
41. Носії рекламної продукції, в яких застосовується рекламно-графічний прийом «персоніфікація».
42. Носії рекламної продукції, в яких застосовується рекламно-графічний

- прийом «алегорія» та «метафора».
43. Зміст терміна «дизайн-діяльність» і специфічні особливості такої діяльності за напрямками «Графічний дизайн» та «Дизайн реклами».
 44. Розгалуження, на які (відповідно до об'єктів проектування) поділяються спрямування сучасного графічного дизайну.
 45. Етапи, за якими здійснюється процес дизайн-проектування.
 46. Зміст термінів: «фірмовий стиль», «корпоративний стиль», їх відмінності.
 47. Зміст терміна «кооперайтинг». Пояснити, на які елементи і форми рекламного звернення поширюється його вплив.
 48. Зміст терміна «модульні сітки», їх значення для візуального впорядкування об'єктів проектування у графічному дизайні.
 49. Вимоги до розробки спеціальної рекламної продукції.
 50. Причини, за яких кожен тип підприємства потребує специфічних видів спеціальної рекламної продукції.
 51. Носії, які входять до блоку друкованої рекламної продукції.
 52. Носії, які входять до блоку спеціальної рекламної продукції.
 53. Носії, які входять до блоку сувенірної продукції.
 54. Умови та принципи композиційної організації, яких необхідно дотримуватись в процесі формування системної лінії друкованої рекламної продукції.
 55. Чинники, що забезпечують спільні стильові характеристики друкованої рекламної продукції.
 56. Носії, які вимагають застосування елементів «типографського» дизайну.
 57. Вимоги, які висувуються до формоутворюючих та колористичних констант в процесі проектування системних ліній друкованої рекламної продукції.
 58. Типові прийоми поєднання елементів у друкованих рекламних творах.
 59. Відмінності між серійними об'єктами та системною лінією друкованої рекламної продукції.
 60. Види знаків, які можуть бути застосовані в якості елементів ідентифікації для фірмового або корпоративного стилів.
 61. Вимоги до графічної частини представлення проектних пропозицій фірмового (корпоративного) стилю.
 62. Чому асоціативно-образне змістове наповнення виступає головною умовою формування візуального образу товарних знаків?
 63. Які обмеження до застосування семантично-комунікативних елементів знакових форм встановлено діючим законодавством України?
 64. Назвати вимоги до проектування фірмових та корпоративних знаків.
 65. Який підхід до застосування елементів графічної ідентифікації передбачено фірмовим стилем?
 66. Які відомі види носіїв фірмового стилю?

67. На основі яких аспектів відбувається класифікація носіїв фірмового стилю?
68. Які види модульних сіток застосовуються в процесі проектування знакових форм? Для чого потрібний кожний з цих видів?
69. Умови забезпечення стильових характеристик на всіх угрупованнях носіїв.
70. Якими принципами користуються під час вибору шрифтових гарнітур для тексту та для заголовків?
71. Типові прийоми поєднання елементів у друкованих рекламних творах?
72. Які види друкованої рекламної продукції вам відомі?
73. Які складові елементи застосовано в процесі їх візуалізації?
74. Яких умов та принципів композиційної організації необхідно дотримуватись в процесі формування системної лінії друкованої рекламної продукції?
75. Які вимоги висуваються до розробки спеціальної рекламної продукції?
76. Які з носіїв відносяться до спеціальної рекламної продукції?
77. Які з угруповань носіїв є спільними для фірм і закладів з різними напрямками діяльності, а які - варіативними?
78. Функції сувенірно-подарункової продукції в системі фірмового та корпоративного стилів.
79. Які вимоги висуваються до розробки спеціальної рекламної продукції?
80. Які з носіїв відносяться до спеціальної рекламної продукції?
81. Чому кожен тип підприємства потребує специфічних видів спеціальної рекламної продукції?
82. Навести перелік систем кодування інформації. Які з них є найбільш поширеними в дизайні системної рекламної продукції.
83. Пояснити відмінності змістовного наповнення технологічних концепцій від енерго-інформаційних.
84. Пояснити відмінності змістового наповнення соціонічних концепцій від етнічних.
85. Пояснити умови виділення розгалужень (з зазначенням яких саме) в межах геометричної проєктної концепції.
86. Пояснити умови виділення розгалужень (з зазначенням яких саме) в межах органічної проєктної концепції.
87. Назвати прийоми композиційної організації комунікативних елементів для кожної з проєктних концепцій (питання може бути конкретизоване).
88. Функціональні відмінності друкованої рекламної продукції: банери та бігборди.
89. Функціональні відмінності таких видів друкованої рекламної продукції: постери або плакати.
90. Розгалуження, на які (відповідно до об'єктів проектування) поділяються спрямування сучасного графічного дизайну.

6. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ТА ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

7 семестр

№	Вид діяльності (завдання)	Максимальна кількість балів
1.	Лабораторна робота №1	10
2.	Лабораторна робота №2	10
3.	Лабораторна робота №3	10
4.	Лабораторна робота №4	10
5.	Лабораторна робота №5	10
6.	Лабораторна робота №6	10
7.	Самостійна робота №1	20
8.	Самостійна робота №2	20
	Всього	100

8 семестр

№	Вид діяльності (завдання)	Максимальна кількість балів
1.	Лабораторна робота №1	8
2.	Лабораторна робота №2	8
3.	Лабораторна робота №3	8
4.	Лабораторна робота №4	8
5.	Самостійна робота №1	14
6.	Самостійна робота №2	14
7.	Іспит	40
	Всього	100

Для зарахування лабораторних робіт здобувач має змогу надати сертифікат (або інший документ) про проходження курсів на платформах Prometeus, Coursera, Alpacas Design тощо та за умови співпадіння направленості курсів блоку освітньої компоненти.

6.1. Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти на лабораторних заняттях

Якісними критеріями оцінювання роботи здобувача освіти на лабораторному занятті є:

1. Повнота виконання завдання: елементарна, фрагментарна, неповна, повна.

2. Рівень самостійності здобувача освіти: під керівництвом викладача, консультація викладача, самостійно.

3. Рівень навчально-пізнавальної діяльності: репродуктивний, алгоритмічний, продуктивний, творчий.

7 семестр

Оцінка	Критерії оцінювання навчальних досягнень
8-10 балів	Робота виконана у повному обсязі, здобувач володіє навчальним матеріалом, вільно і самостійно виконує практичні завдання, вільно розв'язує задачі як стандартним, так й оригінальним способом.
5-7 балів	Робота виконана у повному обсязі, однак здобувач освіти звертався за консультаціями до викладача, вільно розв'язує задачі стандартним способом. Допускаються окремі неістотні неточності та незначні помилки.
2-4 бали	Здобувач освіти виконав більшу частину поставлених в лабораторній роботі завдань, потребував допомоги викладача, при поясненні результатів не здатний до глибокого і всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускає істотні неточності та помилки.
1 бал	Оцінюється робота здобувача освіти, який не володіє навчальним матеріалом, фрагментарно, поверхово розкриває послідовність практичних завдань.
0 балів	Здобувач освіти не в змозі виконати завдання лабораторної роботи.

8 семестр

Оцінка	Критерії оцінювання навчальних досягнень
7-8 балів	Робота виконана у повному обсязі, здобувач володіє навчальним матеріалом, вільно і самостійно виконує практичні завдання, вільно розв'язує задачі як стандартним, так й оригінальним способом.
4-6 балів	Робота виконана у повному обсязі, однак здобувач освіти звертався за консультаціями до викладача, вільно розв'язує задачі стандартним способом. Допускаються окремі неістотні неточності та незначні помилки.
2-3 бали	Здобувач освіти виконав більшу частину поставлених в лабораторній роботі завдань, потребував допомоги викладача, при поясненні результатів не здатний до глибокого і всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускає істотні неточності та помилки.
1бал	Оцінюється робота здобувача освіти, який не володіє навчальним матеріалом, фрагментарно, поверхово розкриває послідовність практичних завдань.
0 балів	Здобувач освіти не в змозі виконати завдання лабораторної роботи.

6.2. Критерії оцінювання самостійної роботи

Якісними критеріями оцінювання самостійних завдань здобувача освіти є:

1. самостійність виконання завдання;
2. правильність, точність, оптимальність реалізації поставленого завдання;
3. завершеність завдання;
4. вміння захищати результати виконаного завдання.

7 сем. / 8 сем.

Оцінка	Критерії оцінювання навчальних досягнень
16-20 балів / 11-14 балів	Оцінюється робота здобувача освіти, який вільно володіє матеріалом, творче його осмислив, оперує поняттями та категоріями, вміє встановити зв'язок між теоретичною базою та практикою, залучає до відповіді самостійно опрацьовану літературу. Відповідає на додаткові запитання, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.
11-15 балів / 7-10 балів	Оцінюється робота здобувача освіти, який достатньо повно володіє матеріалом, орієнтується в ньому, оперує необхідним колом понять та категорій щодо самостійної роботи, вміє встановити зв'язок між теоретичною базою та практикою. Відповідь з незначною кількістю помилок, відповідає на додаткові запитання, але не має аргументованої думки, висновки не повні.
7-10 балів / 4-6 балів	Оцінюється робота здобувача освіти, який виконав самостійну роботу, яка містить значну кількість недоліків і помилок, неповне висвітлення змісту питань. Здобувач освіти володіє матеріалом і частково відповідає на додаткові питання, проте недостатньо відповідає на питання, не може зробити аргументовані висновки.
3-6 балів / 1-3 бали	Самостійну роботу виконано неправильно, здобувач освіти показує істотне нерозуміння проблеми, в роботі не виконано всі завдання; або не здатен захистити результати представленої роботи.
0 балів	Здобувач освіти не виконав самостійну роботу.

Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти на іспиті

Оцінка	Критерії оцінювання навчальних досягнень
22-25 балів	Здобувач вищої освіти продемонстрував високий рівень майстерності та креативності: оригінальна ідея чітко відповідає цільовій аудиторії; продемонстровано бездоганну роботу з типографікою, колористикою та ілюстративним матеріалом; файли повністю готові до друку (Prepress)
18-21 бал	Високий рівень виконання з незначними зауваженнями: цілісна, зрозуміла ідея, але з меншим рівнем інноваційності; технічно професійна робота, проте можливі дрібні огріхи у верстці або підборі шрифтових пар, які не впливають на загальне сприйняття.
15-17 балів	Якісний проєкт, що має певні стилістичні або технічні неточності: ідея простежується, але реалізована слабо (деякі елементи «випадають» із загального стилю); наявні помилки в композиції або колірному рішенні; недостатня увага до технічних вимог.

12-14 балів	Проект виконаний на мінімально допустимому рівні: виконано не менше 80% завдання; вторинна або занадто проста ідея; відсутність візуальної єдності; в технічному виконанні помітні помилки – погана читабельність тексту, невдале поєднання кольорів, порушення пропорцій.
9-11 балів	Граничний бал, що вказує на наявність суттєвих помилок: проект містить грубі помилки, концептуальна розрізненість елементів; грубі технічні помилки; дизайн виглядає незавершеним.
0-8 балів	Виконано неповний обсяг проекту або проект містить ознаки плагіату; повна відсутність розуміння принципів дизайну та технології виробництва. Або здобувач вищої освіти взагалі не виконав практичне завдання (проект) на іспит.

7. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

7.1. Основні:

1. Ганоцька О.В. Графічний дизайн / О.В. Ганоцька. – Харків: ХДАДМ, 2019. – 96 с., іл.
2. Емброуз Гевін Основи. Графічний дизайн 03: Генерування ідей /Ніл Леонард Емброуз Гевін (переклад: Марія Мельник, Вероніка Пугач). – Видавництво: ArtHuss, 2019. – 192 с.
3. Знаково-символічні засоби візуальної ідентифікації бренду: моногр. / Оганесян С. В., Колісник О. В., Київ: КНУТД, 2024. – 212 с.
4. Коновалова О.В. Історія та теорія дизайну / О.В. Коновалова. – К.: Київ ун-т ім. Грінченка, 2013. – 112 с.
5. Лесняк В.І. Графічний дизайн / Лесняк В.І. – (Х.:ІндексМаркет) 2011. – 416 с.: іл.
6. Олійник О.П. Теорії та концепції дизайну [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ / О. П. Олійник ; Нац. авіац. ун-т. – Київ : Олді-Плюс : НАУ, 2020. – 255 с.
7. Синєпупова Н. Композиція: тотальний контроль. / Н Синєпупова. – Київ : ArtHuss, 2019. – 240 с.
8. GIMP (GNU Image Manipulation Program) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gimp.org>. – Дата перегляду: 28.08.2024.
9. Inkscape [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://inkscape.org>. – Дата перегляду: 25.08.2024.
10. Photopea [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.photopea.com>. Дата перегляду: 28.08.2024.
11. Vectr [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vectr.com>. – Дата перегляду: 21.08.2024.

7.2. Додаткові:

1. Корнюков Ю.К. Про важливість теорії дизайну як частини процесу проектування // Збірник тез доповідей IX Міжнародної науково-практичної конференції «Стан та перспективи розвитку культурологічної науки»: збірник

тез доповідей / [редкол.: В. Л. Мозговий (гол. ред.) та ін.]. – Миколаїв : МФ КНУКіМ, 2023. – С. 40-43.

2. Корнюков Ю.К. Ілюстрація як домінуюча частина концепції книжкового видання// VIII Міжнародна науково-практична конференція «Стан та перспективи розвитку культурологічної науки»: збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, (22 грудня 2022 р.) / [редкол.: В. Л. Мозговий (гол. ред.) та ін.]. – Миколаїв : ВП «МФ КНУКіМ», 2022. – С. 108-112.
3. Корнюков Ю.К. Особливості підготовки фахівців у галузі плакатної графіки // Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Стан та перспективи розвитку культурологічної науки в Україні»: Збірник тез доповідей (I частина). – Миколаїв: ВП «Миколаївська філія КНУКіМ», 2019. – С. 86-90.
4. Одробінський Ю.В. Особливості використання акцидентних шрифтів в дизайні плакатів // VII Міжнародна науково-практична конференція «Стан та перспективи розвитку культурологічної науки»: збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, (17 листопада 2021 р.) / [редкол.: В. Л. Мозговий (гол. ред.) та ін.]. – Миколаїв : ВП «МФ КНУКіМ», 2021. – С. 101-104.
5. Одробінський Ю.В. Когнитивне сприйняття масшюрреалістичних композицій в рекламних постерах // VIII Міжнародна науково-практична конференція «Стан та перспективи розвитку культурологічної науки»: збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, (22 грудня 2022 р.) / [редкол.: В. Л. Мозговий (гол. ред.) та ін.]. – Миколаїв : ВП «МФ КНУКіМ», 2022. – С. 72-76.