

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**



Дизайн фірмового стилю

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань **усі**
Спеціальність **усі**
Освітній **другий (магістерський)**

Освітні програми **усі**

Вид дисципліни **за вибором**
Мова викладання, навчання та оцінювання **українська**

Завідувач кафедри комп'ютерних систем і технологій

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "О.І. Пушкар", written over a horizontal line.

Пушкар О.І.

**Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2019**

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри комп'ютерних систем і технологій
Протокол № 1 від 27.08.2018 р.

Розробник

Бережна О.Б., доцент кафедри комп'ютерних систем і технологій.

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри - розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

1. Вступ

Анотація навчальної дисципліни: навчальна дисципліна "Дизайн фірмового стилю" є варіативною навчальною дисципліною та вибирається студентом освітнього ступеню "магістр" самостійно.

На формування іміджу компанії 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.

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 АсloBe Plioioзлюр;

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;

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;

фактори, що впливають на вибір видів корпоративних видань; вимоги до дизайну корпоративних друкованих видань, мультимедійних презентацій та корпоративних веб-сайтів; **вміти:**

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

створювати графічні композиції, які відповідають основним композиційним принципам і 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.

Курс	1	
Семестр	2	
Кількість кредитів ЕСТ8	5	
Аудиторні навчальні заняття	лекції	20
	лабораторні	20
Самостійна робота		110
Форма підсумкового контролю	залік	

2. Компетентності та результати навчання за дисципліною:

Назва компетентності	Складові компетентності
Здатність створювати гармонійні графічні композиції засобами <i>АсіоБе РШозьор</i>	Створювати графічні композиції, які відповідають основним композиційним принципам
	Обирати колірну гаму композиції відповідно до заданого враження, яке повинна створювати композиція
	Обирати характеристики шрифту, які забезпечать досягнення заданої комунікаційної мети композиції
Здатність розробляти елементи графічного фірмового стилю	Формулювати вимоги до елементів графічного фірмового стилю, оформляти технічне завдання на їх розробку та розробляти елементи графічного фірмового стилю
Здатність 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

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 (кернінг, 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. Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей 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", контрольні заходи включають: поточний і підсумковий контроль.

Оцінювання знань студента під час лекційних, лабораторних занять та виконання індивідуальних завдань 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 при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії.

Максимально можливий бал за конкретним завданням ставиться за умови відповідності виконання завдання або 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.

Поточний контроль роботи студентів на лабораторних заняттях здійснюється у формі індивідуального опитування та перевірки виконання завдань, що передбачає ґрунтовні, розгорнуті відповіді студентів на питання, що відносяться до матеріалу роботи.

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, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, використовувати її на лабораторних заняттях та при виконанні індивідуального завдання.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється за результатами поточного контролю. Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою:

активна робота на лекції (1 бал за 2 години занять) - максимум 10 балів;

виконання та здача (захист) завдань лабораторних робіт максимум 60 балів; виконання есе та його презентація - максимум 10 балів, письмові контрольні роботи максимум 20 балів, разом максимум 100 балів.

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.

Розподіл балів за тижнями

Теми змістового модуля			Лекційні заняття	Лабораторні	ЕСЕ	Контрольна робота	Усього
Змістовий модуль 1. Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну	Тема 1	1 тиждень	1	6	-	-	7
	Тема 2	2 тиждень	1	6	-	-	7
	Тема 3	3 тиждень	1	6	-	-	7
	Тема 4	4 тиждень	1	6	-	-	7
Змістовий модуль 2. Фірмовий стиль та корпоративні видання	Тема 5	5 тиждень	1	6	-	-	7
	Тема 5	6 тиждень	1	-	-	-	1
	Тема 6	7 тиждень	1	12	-	-	13
	Тема 7	8 тиждень	1	6	10	-	17
	Тема 8	9 тиждень	1	-	-	20	21
Тема 8	10 тиждень	1	12	-	-	13	
УСЬОГО			10	60	10	20	100

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.

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

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		
60-63	E	задовільно	не зараховано
35-59	FX	незадовільно	
1-34	F		

5. Рекомендована література

Основна

1. Папанек В. Дизайн для реального мира / В. Папанек. - М. : Издатель Дмитрий Аронов, 2012. -416 с.
2. Потрашкова Л. В. Основи композиції 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. Зйри Д. Логотип и фирменный стиль / Д. Зйри. - СПб. : Питер, 2014.-208 с.

Додаткова

5. Гзд Т. 40-брендінг: взламывающая корпоративный код сетевой экономики / Т. Гзд. - 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.: Издатель 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. Основи композиції 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 етиле 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. Узыншенк С. 100 главных принципов дизайна / С. Узыншенк. - СПб. : Питер, 2012.-272 с.
16. Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн / Дж. Феличи- СПб. : БХВ-Петербург, 2004. - 496 с.
17. Аслобе Ріііозііор С55. Официальный учебный курс. - М. : Зксмо, 2011. - 432 с.

Інформаційні ресурси

18. Васильев И. Практика создания товарных знаков / И. Васильев [Электронный ресурс]. - Режим доступа : [Нир://сгеаіе.іт/](http://сгеаіе.іт/)
19. Потрашкова Л. В. Электронный учебный курс по дисциплине «Основы композиции и дизайна» / Л. В. Потрашкова [Электронный ресурс]. - Режим доступа : [\["ііірі/Ллллллоксі.тск.кзіе.еслі.ііа/](http://ллллллоксі.тск.кзіе.еслі.ііа/)
20. Обухов Н. Дизайн в цифровой ереде / Н. Обухов [Электронный ресурс]. - Режим доступа : [Бйр://лілсіа.еслісаііоп/соігзез/ууеь-сіе5ідп/](http://лілсіа.еслісаііоп/соігзез/ууеь-сіе5ідп/)