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

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
креативного менеджменту і дизайну
Протокол № 11 від 26.08.2025 р.

ПОГОДЖЕНО
Перший проректор

_____ Василь ОТЕНКО

МЕДІАРТ ТА ВІДЕОПРОДАКШН

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань	**D Бізнес, адміністрування та право**
Спеціальність	**D3 Менеджмент**
Освітній рівень	**перший (бакалаврський)**
Освітня програма	**Менеджмент креативних індустрій**

Мова викладання, навчання та оцінювання **українська**

Статус дисципліни **вибіркова**

Розробники програми:
к. пед. .н., доцент _____ Денис БОРИСЕНКО

Завідувач кафедри
креативного менеджменту і
дизайну _____ Тетяна БЛИЗНЮК

Гарант програми _____ Каріна НЕМАШКАЛО

Харків
2025

ВСТУП

У сучасних умовах розвитку креативних індустрій особливо важливим є розуміння ролі цифрових технологій у формуванні та підтримці брендів. Дисципліна «Медіа та відеопродакшн» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти комплексного уявлення про сучасні підходи до створення, візуалізації та розвитку бренду за допомогою цифрових засобів.

Мета дисципліни – сформувати у здобувачів освіти розуміння процесів створення та використання візуального й відеоконтенту в креативних індустріях. Курс орієнтований на ознайомлення з основними етапами медіавиробництва, принципами організації роботи креативних команд, плануванням проєктів і використанням сучасних цифрових технологій для ефективного управління медіапродуктами.

Завдання дисципліни:

- ознайомлення зі специфікою створення та використання візуального й відеоконтенту у креативних індустріях;
- вивчення можливостей професійних цифрових інструментів (Adobe Creative Cloud, Canva, Figma, DaVinci Resolve, генеративний ШІ тощо) для створення медіаконтенту;
- формування розуміння принципів роботи з відео, графікою, анімацією, звуком та іншими візуальними елементами;
- набуття практичних навичок створення цифрових медіаматеріалів: відеороликів, презентацій, соціальних медіа-постів, анімаційних фрагментів та промоматеріалів;
- вивчення основ цифрової гігієни, авторського права та етики використання штучного інтелекту у медіавиробництві;
- розвиток умінь інтегрувати цифрові інструменти у практичні завдання з виробництва медіаконтенту та управління медіапроєктами.

Об’єкт вивчення дисципліни – цифрові інструменти та технології, що забезпечують створення, редагування, поширення та підтримку медіаконтенту.

Предмет дисципліни – методи, техніки та підходи до застосування цифрових засобів у процесах створення відео- та візуального контенту, організації медіапроєктів та формування ефективної взаємодії з аудиторією у сучасному цифровому середовищі.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	**Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти**
РН3	ЗК4, ЗК5, СК7, СК16
РН4	ЗК3, ЗК4, СК2, СК12

РН6	ЗК8, ЗК10, СК2, СК12
РН9	ЗК6, ЗК11, СК9, СК11, СК17
РН15	ЗК15, ЗК13, СК6, СК13
РН16	ЗК9, ЗК12, СК16
РН18	ЗК8, ЗК4, СК7, СК17
РН19	ЗК3, ЗК9, СК2, СК12
РН20	ЗК4, ЗК12, СК3, СК17
РН21	ЗК4, ЗК11, ЗК12, СК5, СК8, СК17

де, ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.
ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
ЗК9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.
ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
ЗК13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.
ЗК15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).
СК2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.
СК3. Здатність визначати перспективи розвитку організації.
СК5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту.
СК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.
СК7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.
СК8. Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.
СК9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.
СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.
СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.
СК16. Здатність демонструвати базові навички креативного та критичного мислення.
СК17. Здатність здійснювати управління креативними проєктами з урахуванням ресурсних обмежень та умов невизначеності в організаціях креативного сектору.
РН3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.
РН4. Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень.

РН6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.
РН9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства та командної роботи.
РН15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.
РН16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
РН18. Оцінювати можливості використання технологій для оптимізації ефективності бізнесу.
РН19. Демонструвати навички аналізу та синтезу інформації, пристосовуючи їх для аналізу та вирішення проблем в різних галузях бізнесу та менеджменту.
РН20. Координувати аспекти діяльності організацій креативного сектору, які сприяють ефективності їх роботи
РН21. Демонструвати здатність здійснювати управління креативними проєктами на всіх етапах їх життєвого циклу шляхом застосування методів генерації та оцінювання ідей, планування, реалізації й контролю проєктних рішень, з урахуванням ресурсних обмежень, ризиків та умов невизначеності у сфері креативних індустрій.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи медіаконтенту в креативних індустріях

Тема 1. Медіаконтент і його роль у креативних індустріях.
Поняття медіаконтенту. Креативні індустрії: структура та напрями. Роль відео- та візуального контенту в сучасній економіці.Трансформація споживання медіа.

Тема 2. Етапи створення відеоконтенту: від ідеї до реалізації**.**
Генерація ідей та брифінг.Сценарій та розкадрування. Пре-продакшн. Постпродакшн.

Тема 3. Візуальна комунікація та сторітелінг.
Основи візуальної мови.Сторітелінг у відео та рекламі. Візуальні метафори та символи. Наративні формати в digital-медіа.

Тема 4. Інструменти та цифрові платформи у медіавиробництві.
Програмне забезпечення для монтажу та графіки. Онлайн-платформи для створення контенту. Обладнання для відеовиробництва. Хмарні сервіси та спільна робота.

Тема 5. Досвід аудиторії та взаємодія з медіаконтентом.
Поведінка користувачів у цифровому середовищі. User Experience (UX) у медіа. Інтерактивні формати. Емоційний вплив контенту.

Тема 6. Якість візуального контенту та її вплив на сприйняття продукту.
Критерії якості медіаконтенту. Брендинг і стиль. Психологія сприйняття зображень. Помилки у виробництві контенту.

Змістовий модуль 2. Управління медіапроєктами

Тема 7. Організація роботи над медіапроєктом і командна взаємодія.

Ролі в медіакоманді. Проєктний менеджмент у креативних індустріях. Комунікація в команді. Юридичні аспекти.

Тема 8. Анімація та візуальні ефекти як складова креативного продукту. Види анімації. Основи VFX. Інтеграція анімації у відео. Сучасні інструменти.

Тема 9. Планування та презентація медіаконцепцій. Розробка креативної концепції. Pitching і презентації. Moodboard і style frames. Робота з клієнтом.

Тема 10. Поширення та інтеграція відеоконтенту в цифровому середовищі**.** Канали дистрибуції. Оптимізація контенту. Інтегровані кампанії. Алгоритми платформ.

Тема 11. Оцінка ефективності медіаконтенту та його адаптація. Метрики та KPI. Аналітичні інструменти. A/B-тестування. Адаптація під різні платформи.

Тема 12. Сучасні тенденції розвитку креативних індустрій і медіатехнологій. XR-технології. Штучний інтелект у медіавиробництві. Інтерактивні та імерсивні формати. Етика та майбутнє медіа.

Перелік лабораторних занять /завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Перелік лабораторних занять / завдань

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1.	Розгляд функцій медіаконтенту у створенні, просуванні та сприйнятті креативних продуктів.
Тема 2.	Опис ключових етапів виробництва відео: ідея, сценарій, зйомка, монтаж та постпродакшн.
Тема 3.	Використання візуальних засобів для передачі ідей і створення емоційного зв’язку з аудиторією.
Тема 4.	Огляд основних програм і платформ для створення, редагування та публікації медіаконтенту.
Тема 5.	Аналіз способів залучення аудиторії та оцінки її взаємодії з контентом.
Тема 6.	Дослідження чинників, що визначають якість зображення та відео, та їхнього впливу на сприйняття аудиторією.
Тема 7.	Розгляд принципів командної роботи, розподілу ролей і координації процесів у медіапроєктах.
Тема 8.	Використання анімації та візуальних ефектів для покращення візуальної привабливості та комунікації ідей.
Тема 9.	Розробка і демонстрація концепцій медіапродуктів, включаючи сценарії, розкадровки та прототипи.
Тема 10.	Використання онлайн-платформ і соціальних мереж для розповсюдження та інтеграції відеоконтенту.
Тема 11.	Аналіз результатів взаємодії аудиторії з контентом і внесення змін для підвищення ефективності.

Тема 12.	Огляд новітніх технологій, форматів і трендів у сфері креативних медіа та відеовиробництва.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1 – 12	Вивчення нового матеріалу: перегляд відео-лекцій та ознайомлення з різними інструментами та засобами для розробки дизайну
Тема 1 -12	Поглиблене вивчення матеріалу: виконання типових задач.
Тема 1 -12	Вивчення теоретичного матеріалу, підготовка до лабораторних занять.

Кількість годин лекційних та лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція-візуалізація (Тема 1-8, 10,11), проблемна лекція (Тема 9), лекція-діалог (Тема 12)).

Наочні (демонстрація (Тема 1-12)).

Лабораторні (лабораторна робота (Тема 1 – 12)).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних та лабораторних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних

балів, а саме, для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит): максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти складати екзамен (іспит) – 35 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формі семестрового екзамену (іспиту). Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається:

для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит) – сумуванням балів за поточний та підсумковий контроль.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: виконання та захист лабораторних робіт (4 комплексні роботи по 10 балів кожна, 40 балів), проходження експрес-опитувань (4 тести по 5 балів кожний, 20 балів).

Семестровий контроль: Екзамен (40 балів).

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання для навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність D3 «Менеджмент».
Освітньо-професійна програма «Менеджмент креативних індустрій».
Навчальна дисципліна «Медіарт та відеопродакшн»

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

I. Тестовий блок.

1. Яка основна роль медіаконтенту у креативних індустріях?

a. Інформування та розвага аудиторії
b. Бухгалтерський облік
c. Управління персоналом
d. Юридичне консультування
e. Виробництво будівельних матеріалів

2. Які етапи створення відеоконтенту є ключовими?
a. Ідея, сценарій, зйомка, монтаж, постпродакшн
b. Підготовка податкових декларацій
c. Закупівля обладнання без сценарію
d. Тестування продуктів харчування
e. Підготовка фінансового звіту

3. Які елементи візуальної комунікації використовують для сторітелінгу?
a. Кольори, композиція, символи, графіка
b. Платіжні документи
c. Таблиці та формули бухгалтерії
d. Кодекс законів
e. Договірні умови

Які інструменти та цифрові платформи застосовують у медіавиробництві?
a. Adobe Premiere, After Effects, DaVinci Resolve
b. Microsoft Excel
c. SAP ERP
d. AutoCAD
e. Google Docs без інтеграцій

5. Які аспекти впливають на досвід аудиторії та взаємодію з медіаконтентом?
a. Сюжет, ритм, якість зображення та звуку
b. Податкові звіти
c. Кадровий облік
d. Фінансові прогнози
e. Юридичні договори

6. Які фактори визначають якість візуального контенту?
a. Чіткість, композиція, колірна гармонія
b. Кількість бухгалтерських звітів
c. Вартість обладнання
d. Тривалість робочого дня
e. Кількість учасників команди

7. Які принципи організації роботи над медіапроєктом та командної взаємодії?
a. Розподіл ролей, планування, координація, комунікація
b. Контроль податкових декларацій
c. Оптимізація виробництва матеріалів
d. Підготовка юридичних договорів

e. Організація курсових робіт

8. Які інструменти анімації та візуальних ефектів використовуються у креативному продукті?

a. Blender, After Effects, Cinema 4D
b. Microsoft Word
c. PowerPoint без плагінів
d. Excel
e. Google Forms

9. Які дії включає планування та презентація медіаконцепцій?

a. Створення сценарію, розкадровки, прототипу, презентація ідей
b. Підготовка податкового плану
c. Формування звітів для HR
d. Організація виробництва товарів
e. Проведення юридичних консультацій

10. Які способи поширення та інтеграції відеоконтенту у цифровому середовищі існують?

a. Соцмережі, YouTube, TikTok, платформи стримінгу
b. Ведення бухгалтерії
c. Звіти з управління персоналом
d. Друк фінансових документів
e. Оцінка кредитного рейтингу

II. Творче завдання.

Виберіть ОДНУ тему:

- «Місто майбутнього»;
- «Екологія як мистецтво»;
- «Людина в цифровому просторі»;
- «Культура через рух і звук».

Завдання:
Розробіть концепцію відеоарт-проєкту (1–2 хв):
У відповіді подати:

1. Назву проєкту.
2. Короткий опис ідеї.
3. Жанр і формат.
4. Візуальний стиль (колір, ритм, композиція).
5. Тип анімації або VFX (якщо передбачено).
6. Орієнтовну структуру сцен (3–5 сцен).
7. Платформи для публікації.
8. Розроблений фрагмент відео-проєкту (до 1 хв.).

Затверджено на засіданні кафедри креативного менеджменту і дизайну протокол №1 від 01 вересня 2025 р.

Екзаменатор к.пед.н., доцент Денис БОРИСЕНКО

Зав. кафедрою д..е.н., професор Тетяна БЛИЗНЮК

Критерії оцінювання

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

Тестові завдання (20 балів).

Кожне тестове питання містить 5 варіантів відповідей, серед яких 2 правильні.

Оцінювання відбувається за такою схемою:

- обрано жодної правильної відповіді – 0 балів;
- обрано одну правильну відповідь – 1 бал;
- обрано дві правильні відповіді – 2 бали.

Максимальна кількість балів за всі 10 питань тесту - 20 балів.

Творче завдання (20 балів).

Творчий завдання передбачає розробку концепції відеоарт-/відеопродакшн-проєкту (1–2 хв): ідея, стиль, структура сцен, формат, платформи поширення.

Оцінювання творчого завдання здійснюється за такими показниками:

- за відповідність обраній темі та концептуальну ідею проєкту нараховується до 4 балів:
- 4 бали — ідея чітка, оригінальна, має сформульований меседж і повністю відповідає темі;
- 3 бали — ідея зрозуміла, але менш виразна або частково розкрита;
- 2 бали — задум загальний, без чіткого фокусу;
- 0–1 бали — ідея нечітка або не відповідає темі);
- за повноту концепції — до 4 балів:
- 4 бали — подані всі обов’язкові елементи: назва, опис, жанр і формат,

стиль, структура сцен, платформи та відеофрагмент;
- 3 бали — відсутній один елемент або кілька подано поверхово; 2 — наявна лише частина складових;
- 0–1 бал — концепція неповна);
- за візуальний стиль — до 4 балів:
- 4 бали — колір, ритм і композиція логічно пов’язані з ідеєю та утворюють цілісний образ;
- 3 бали — стиль описаний, але не повністю обґрунтований;
- 2 бали — стиль фрагментарний;
- 0–1 бал — відсутній або суперечливий);
- за використання анімації або VFX — до 3 балів:
- 3 бали — технології доречні й підсилюють задум;
- 2 бали — використання згадане без достатнього обґрунтування;
- 1 бал — елементи присутні формально;
- 0 балів — відсутні або недоречні);
- за структуру сцен і драматургію — до 3 балів:
- 3 бали — 3–5 сцен логічно пов’язані, є вступ, розвиток і фінал;
- 2 бали — структура загалом зрозуміла, але має прогалини;
- 1 бал — сцени описані без наративної логіки;
- 0 балів — структура відсутня);
- за визначення платформ публікації та цільової аудиторії — до 1 бала:
- 1 бал — коректно зазначені платформи та аудиторія;
- 0 балів — не зазначені;
- за реалізований фрагмент відеопроєкту до 1 хвилини — до 1 бала:
- 1 бал — фрагмент подано й він відповідає заявленій концепції;
- 0 балів — фрагмент відсутній або не відповідає опису.

Технічні вимоги до фрагменту відео (до 1 хвилини)

1. Формат файлу: MP4 або MOV (поширені формати, сумісні з більшістю платформ).
2. Роздільна здатність: мінімум 1280×720 (HD), бажано Full HD 1920×1080.
3. Кадрова частота (FPS): 24–30 кадрів/с для плавності руху.
4. Тривалість: до 60 секунд, без обрізання важливих частин сюжету.
5. Звук: при наявності аудіо — нормалізований, без шумів; при відсутності звуку — обов’язково зазначити.
6. Назва файлу: логічна, що відображає тему або назву проєкту (наприклад: *EcosArt_Frag1.mp4*).
7. Подача: файл можна надавати через онлайн-платформу (Google Drive, Dropbox) через сформоване покликання чи безпосередньо прикріпити файл в ПНС; обов’язково перевірити працездатність перед подачею.
8. Сумісність з описом: фрагмент має відповідати заявленій концепції, стилю та структурі сцен; ключові ідеї повинні бути чітко передані навіть у короткій формі.
9. Ємкість файлу: 150-200 Мб (за посиланням - без обмежень).

Максимальна кількість балів за творче завдання – 20 балів.

Максимальна кількість балів за правильно виконанні завдання білету - 40 балів.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. – Київ: Вільямс, 2021. – 832 с.
2. Войчак А. В., Примак Т. О. Маркетингова діяльність підприємства. – Київ: КНЕУ, 2020. – 480 с.
3. Дизайн у креативних індустріях: теорія та практика / М. С. Дяченко, Л. П. Кравець. – Львів: ЛНУ, 2021. – 300 с.
4. Стронг Ч. Цифровий маркетинг: стратегія, планування та інтеграція. – Київ: Наш Формат, 2022. – 368 с.
5. Рожков І. Я. Брендинг: теорія та практика управління брендом. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 312 с.
6. Бойчук Ю. Д., Голубкова М. І. Бренд-менеджмент. – Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. – 280 с.
7. Kapferer J.-N. The New Strategic Brand Management. – London: Kogan Page, 2023. – 512 p.
8. Wheeler A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. – Hoboken: Wiley, 2021. – 368 p.

Додаткова

9. Основи графічного дизайну: третє видання / Алекс В. Вайт ; пер. з англ. Лесі Коцюк, Олексія Пелипенка. — Київ: ArtHuss, 2023. — 232 с.
10. Композиція: Тотальний контроль / Наталія Синєпупова. – Київ: ArtHuss, 2019. – 200 с.
11. Технології комп'ютерного дизайну [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О. І. Пушкар, Є. М. Грабовський ; Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. — Електрон. текстові дан. (5,68 МБ). — Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2025. — 217 с. : іл. — Загол. з титул. екрану. — Бібліогр. : с. 213-214. - Режим доступу: https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/36010.
12. Liu Y., Yu D., Yue J. Virtual Reality and Interactive Experience Design for Intangible Cultural Heritage Yao Embroidery / Y. Liu, D. Yu, J. Yue // HCI International 2025 Posters / eds. C. Stephanidis, M. Antona, S. Ntoa, G. Salvendy. – Cham: Springer, 2025. – (Communications in Computer and Information Science, vol. 2527). – Режим доступу : https://doi.org/10.1007/978-3-031-94165-8_5.
13. Misal A. Design for Sustainability / A. Misal // Responsible and Resilient Design for Society, Volume 8 / eds. A. Chakrabarti, V. Singh, P. S. Onkar, M. Shahid. – Singapore: Springer, 2025. – (Lecture Notes in Mechanical

Engineering). – Режим доступу : https://doi.org/10.1007/978-981-96-7316-2_29
14. Як дизайн спонукає нас думати / Шон Адамс. – Київ: ArtHuss, 2020. – 256 с.
15. Наука дизайну та форми / Йоганнес Іттен. – Київ: ArtHuss, 2018. – 184 с.
16. Кривобок К. В. Дизайн мислення як сучасний інструмент забезпечення якості освітньої діяльності / К. В. Кривобок, О. А. Канова // Забезпечення якості вищої освіти : збірник матеріалів VII Всеукраїнської науково-методичної конференції, 09-11 квітня 2025 р. : тези допов. – Одеса, 2025. - С. 53-57. - Режим доступу: https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/36566.
17. Anggrianto C. The Shifting Paradigm of Visual Communication Design Profession / C. Anggrianto // Sustainability in Creative Industries / eds. M. N. Tunio, J. M. Chica Garcia, A. M. Zakaria, Y. M. L. Hatem. – Cham: Springer, 2024. – (Advances in Science, Technology & Innovation). – Режим доступу : https://doi.org/10.1007/978-3-031-52726-5_16.
18. Дизайн і культура: сучасні підходи / О. М. Нагорна. – Київ: Мистецтво, 2022. – 276 с.
19. Основи креативної економіки та роль дизайну / Д. Л. Котлер. – Київ: Фоліо, 2020. – 260 с.
20. Грязнов О. Ю. Бренд-менеджмент у системі стратегічного управління підприємством. - Харків: видавництво ХНЕУ, 2013. - Режим доступу: http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/5167.
21. Böck F., Ochs M., Henrich A. та ін. Learner models: design, components, structure, and modelling / F. Böck, M. Ochs, A. Henrich та ін. // User Modeling and User-Adapted Interaction. – 2025. – Vol. 35. – P. 15. – Режим доступу : https://doi.org/10.1007/s11257-025-09434-4

Інформаційні ресурси

22. Офіційний вебсайт Adobe [Електронний ресурс] – https://www.adobe.com (Ресурси та навчальні матеріали з Photoshop, Illustrator, InDesign).
23. Figma Community [Електронний ресурс] – https://www.figma.com/community (Бібліотека шаблонів, інструментів для прототипування та навчання).
24. Awwwards [Електронний ресурс] – https://www.awwwards.com (Сучасні тренди та приклади UI/UX дизайну).
25. Behance [Електронний ресурс] – https://www.behance.net (Платформа для перегляду портфоліо дизайнерів, натхнення та вивчення практичних кейсів).
26. Canva Design School [Електронний ресурс] – https://www.canva.com/learn (Безкоштовні уроки для початківців у сфері графічного дизайну).
27. Coursera: Graphic Design [Електронний ресурс] – https://www.coursera.org/learn/adobegraphic-design.