

**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

Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна НЕМАШКАЛО

РОБОЧА ПРОГРАМА ТВОРЧОЇ ПРАКТИКИ

Галузь знань
Спеціальність
Освітній рівень
Освітня програма

Культура і мистецтво
022 "Дизайн"
перший (бакалаврський)
"Бізнес-дизайн"

Розробник(и):
к.е.н., доцент


підпис

Ірина КІНАС

к.пед.н., доцент


підпис

Денис БОРИСЕНКО

Викладач


підпис

Марина МАНДРИКОВА

Завідувач кафедри
Креативного менеджменту
і дизайну


підпис

Тетяна БЛИЗНЮК

Гарант програми


підпис

Денис БОРИСЕНКО

Харків
2025

ВСТУП

Практика є обов'язковим компонентом підготовки фахівців із вищою освітою. Практика здобувачів вищої освіти передбачає безперервність та послідовність її проведення.

Робочу програму творчої практики складено відповідно до освітньо-професійної програми «Бізнес-дизайн» *першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 022 «Дизайн»*.

1. Характеристика, мета, завдання та результати творчої практики

1.1. Характеристика творчої практики

Кількість кредитів	Загальна кількість годин	Вид контролю	Семестр
3	90	Звіт	6

1.2. Мета *творчої* практики – закріплення та поглиблення знань, умінь і навичок, здобутих під час навчання, формування професійної компетентності здобувачів освіти у сфері дизайну, розвиток творчої ініціативи, художнього мислення та здатності до самостійного виконання комплексних дизайнерських проєктів.

1.3. Основні завдання та результати творчої практики.

Основним завданням творчої практики є формування загальних та спеціальних компетентностей, які потрібні для майбутнього фаху. Пройшовши практику, здобувачі освіти мають досягти результати відповідно до освітньо-професійної програми:

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
РН2	ЗК2
РН5	ЗК5
РН9	СК9

де, РН2. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово з професійних питань, формувати різні типи документів професійного спрямування згідно з вимогами культури усного і писемного мовлення.

РН5. Розуміти і сумлінно виконувати свою частину роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності.

РН9. Створювати об'єкти дизайну засобами проектно-графічного моделювання.

ЗК2. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК5. Здатність працювати в команді.

СК9. Здатність зображувати об'єкти навколишнього середовища і постаті людини засобами пластичної анатомії, спеціального рисунка та живопису (за спеціалізаціями).

2. Зміст та організація проведення творчої практики

Зміст творчої практики для здобувачів освіти 3 курсу спеціальності 022 «Дизайн» полягає у поглибленні професійних компетентностей, закріплення та систематизації фахових знань, розвитку творчого мислення й художньо-проектного підходу, формуванні навичок самостійної роботи над авторським дизайнерським проектом. Під час проходження практики здобувачі вищої освіти закріплюють та систематизують набуті фахові знання, удосконалюють техніку роботи з традиційними та цифровими матеріалами, формують індивідуальний авторський стиль, розвивають уміння самостійно організовувати роботу над творчим проектом — від задуму до презентації фінальної версії дизайн-продукту, опановують сучасні методи візуалізації, подання та захисту дизайнерських ідей, формують відповідальність, професійну культуру й готовність до діяльності в реальних умовах дизайнерської практики.

Призначення керівників здійснюється випусковою кафедрою, погоджується з деканом та навчальним відділом і оформлюється наказом ректора. Після підписання наказу зміни в організаційних питаннях практики не допускаються.

Перед початком практики, керівники практики від випускової кафедри ХНЕУ ім. С. Кузнеця, проводять установчі збори з творчої практики, де ознайомлюють здобувачів із метою, завданням творчої практики, календарним планом проведення практики, вимогами до написання звітів із практики, обов'язками здобувачів під час проходження практики.

На засіданні кафедри проводиться інструктаж з техніки безпеки під час проведення творчої практики, про що робиться відповідний запис у книзі інструктажу з техніки безпеки. Ще один інструктаж з техніки безпеки проводиться безпосередньо на підприємстві – базі практики, з урахуванням специфіки підприємства.

3. Вимоги до баз творчої практики

Базою творчої практики можуть бути підприємства різних форм власності, видів господарської діяльності, організаційно-правового статусу, які є юридичними особами та функціонують на ринку не менше одного року.

Бази практики для здобувачів вищої освіти за спеціальності 022 «Дизайн» мають відповідати сучасним вимогам до розвитку креативних індустрій і забезпечувати умови для реалізації професійних компетентностей майбутніх дизайнерів. Такі бази повинні впроваджувати інноваційні підходи до управління, організації проєктної діяльності, маркетингових комунікацій, брендингу, бізнес-дизайну та візуальної ідентичності. Перевага надається підприємствам і креативним студіям, які застосовують передові технології у сфері дизайну, цифрових медіа, рекламних та комунікаційних стратегій, а також сучасні форми організації творчих і дослідницьких процесів. Штат таких організацій має бути укомплектований кваліфікованими фахівцями — дизайнерами, маркетологами, артдиректорами, менеджерами креативних проєктів, які здатні забезпечити належний рівень наставництва й створити сприятливі умови для набуття здобувачами вищої освіти практичного досвіду, розвитку творчого потенціалу та формування підприємницького мислення.

Базою проведення всіх видів практики може виступати Construct Hub ХНЕУ ім. С. Кузнеця, оскільки одним із напрямів його діяльності є реалізація освітніх програм, воркшопів і лекцій, спрямованих на розвиток креативних індустрій, бізнес-дизайну, медіакомунікацій і управління культурними проєктами.

Оновлення та розширення баз практики здійснюється на основі аналізу результатів проведених практик, відгуків здобувачів і керівників, а також із урахуванням тенденцій сучасного дизайну й динаміки розвитку креативного сектору економіки. Це сприяє підвищенню якості практичної підготовки, зміцненню партнерських зв'язків і розширенню можливостей для реалізації інноваційних освітніх проєктів.

4. Вимоги до звіту творчої практики

Творча практика здобувачів освіти спеціальності 022 «Дизайн» спрямована на закріплення професійних знань, розвиток творчого мислення, формування художньо-проєктного підходу й практичних навичок у створенні візуальних комунікацій. Під час практики здобувачі створюють авторський дизайн-проєкт, пов'язаний із візуальною ідентифікацією закладу освіти або організації, формують власну концепцію айдентики, логотипу, фірмового стилю та бренд-носіїв.

Орієнтований зміст звіту включає:

ТИТУЛЬНА СТОРІНКА

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА АНАЛІЗ БРЕНДУ

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБЛЕННЯ ТА ПРЕЗЕНТАЦІЯ АЙДЕНТИКИ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДОДАТКИ

У **вступі** звіту необхідно обґрунтувати актуальність обраного напрямку дослідження, його практичне значення для розвитку сучасного дизайн-середовища та формування візуальної культури освітніх установ. Доцільно коротко охарактеризувати сучасні підходи й методики створення айдентики, визначити об'єкт і предмет роботи, сформулювати мету, завдання та очікувані результати, окреслити практичне значення розробленого продукту для подальшого використання.

Перший розділ присвячено аналізу основ візуальної ідентичності та бренду. Здобувач вищої освіти має ознайомитися з поняттями айдентики, її відмінностями від бренду, а також дослідити приклади візуальної ідентичності університетів в Україні та за кордоном. На основі аналізу кількох прикладів необхідно скласти порівняльну характеристику елементів айдентики — логотипів, кольорових рішень, шрифтів, слоганів, мерчу, визначити, які з них найбільше впливають на імідж закладу. Далі проводиться дослідження айдентики власного університету: збираються зразки логотипів, документів, сайтів, візуального оформлення вивісок чи сувенірної продукції. Аналізується відповідність цих елементів місії та цінностям закладу, визначаються сильні й слабкі сторони, пропонуються шляхи вдосконалення та ідеї для оновлення візуальної системи.

Другий розділ практичну частину творчої діяльності, спрямовану на створення цілісного авторського проєкту айдентики та його візуальну презентацію. Здобувач вищої освіти визначає концепцію власного логотипу, обґрунтовує його ідею, символіку, кольорову гаму й типографіку, створює кілька ескізних варіантів, серед яких обирає оптимальний. Фінальний варіант логотипу доопрацьовується та доповнюється системою графічних елементів — піктограм, патернів, іконок або фірмових форм, які підтримують візуальну цілісність бренду. Описується логіка побудови цих елементів, їх взаємозв'язок з основною концепцією та можливості використання у візуальній комунікації закладу.

Далі здобувач переходить до етапу практичного застосування айдентики, де розробляються прикладні матеріали та бренд-носії. На основі аналізу прикладів сучасних рішень визначаються три об'єкти, на яких реалізується авторська айдентика — наприклад, афіша чи інформаційна листівка, шаблон слайд-презентації та зразок сувенірної продукції. Для кожного з обраних матеріалів створюються макети з урахуванням єдиного стилю, кольорової гармонії, шрифтових рішень і композиційних принципів. Усі елементи повинні відображати концептуальну цілісність бренду та підсилювати впізнаваність організації.

У заключній частині розділу подається презентація, що демонструє весь процес роботи — від аналітичного дослідження і формування концепції до створення готового дизайн-рішення. У ній відображаються ключові етапи: пошук ідей, розроблення логотипу, створення додаткових графічних елементів,

візуалізація бренд-носіїв і приклади практичного застосування айдентики у візуальній системі закладу. Такий підхід дозволяє оцінити не лише естетичну якість роботи, а й її комунікаційну ефективність, здатність формувати позитивний імідж та впізнаваність бренду.

У **висновках** узагальнюються результати проведеної творчої практики, формулюються основні висновки щодо ефективності запропонованих дизайнерських рішень, визначається їх практичне значення, а також подаються рекомендації щодо подальшого вдосконалення айдентики та її впровадження у візуальну систему закладу освіти / організації.

Список використаних джерел оформлюється відповідно до вимог стандартів бібліографічного опису та має містити не менше п'ятнадцяти позицій — наукових публікацій, підручників, каталогів, інтернет-ресурсів, присвячених дизайну, брендингу та візуальним комунікаціям.

До **додатків** включаються ілюстративні матеріали: логотипи, графічні елементи, кольорові та шрифтові таблиці, приклади застосування айдентики на різних носіях, а також фото та скріншоти процесу створення.

Обсяг звіту має становити не менше 15–20 сторінок друкованого тексту та відображати всі етапи роботи — від теоретичного аналізу до презентації готового дизайн-продукту.

5. Підбиття підсумків творчої практики

Творча практика закінчується презентацією здобувачем вищої освіти результатів проходження практики під час захисту звіту. Час проведення презентацій призначається в останній день проходження практики. За результатами захисту звітів з творчої практики виставляються оцінки, які подаються до директорату у вигляді відомостей. Результати проходження практики здобувачами обговорюються та затверджуються на засіданні кафедри.

6. Критерії оцінювання результатів творчої практики

Оцінка результатів проходження та захисту звітів з практики проводиться за 100-бальною системою оцінювання результатів навчання, прийнятою в Університеті.

Підсумкова кількість балів, отримана здобувачем вищої освіти за результатами проходження практики враховує:

- рекомендовану кількість балів від бази практики;
- рекомендовану кількість балів керівника від кафедри;
- презентацію здобувачем вищої освіти результатів проходження практики під час захисту звіту;
- відповіді на запитання.

Критерії оцінювання результатів навчання:

Бали	Критерії оцінювання результатів навчання
90-100	Звіт про проходження практики і щоденник практики оформлені у відповідності до вимог і подані до захисту у визначений кафедрою термін; звіт містить елементи новизни, має практичне значення; здобувач оволодів навиками дослідної роботи: збору інформації, аналізу, формулювання висновків, пропозицій; відповідь здобувача вищої освіти на питання членів комісії вичерпна.
82-89	Програма практики розкрита, але мають місце окремі недоліки неprincipiального характеру; недостатньо використані в процесі аналізу матеріали звітності; мають місце окремі зауваження щодо оформлення звіту, щоденника; здобувач на захисті продемонстрував добрі знання, відповів на запитання членів комісії.
74-81	Мають місце окремі зауваження щодо оформлення звіту та щоденника; опущені граматичні та стилістичні помилки; мають місце неточності у розрахунках при проведенні аналізу; на захисті здобувач вищої освіти продемонстрував задовільні знання; відповіді на запитання членів комісії неточні або неповні.
64-73	Звіт про проходження практики та щоденник практики оформлені з численними помилками або не в повному обсязі, на захисті здобувач вищої освіти проявив повне незнання досліджуваного об'єкта, не зумів задовільно відповісти на поставлені запитання членів комісії.
60-63	Здобувач вищої освіти допустив суттєві помилки при вирішенні завдань <i>творчої</i> практики, неспроможний дати пояснення виконаних розрахунків; звітні документи оформлені з помилками; оцінка керівника з практики та характеристика свідчать про низький рівень володіння знаннями, уміннями та компетенціями.
35-59	Звіт подано керівникові на перевірку з порушенням термінів; виконаний із суттєвими запозиченнями інформаційно-теоретичного матеріалу; оформлення звіту не відповідає вимогам; зміст звіту не розкрито.
1-35	Відсутні звітні документи: звіт, щоденник з практики та характеристика.

Здобувачі вищої освіти, які не захистили в призначений термін звіти з практики, мають академічну заборгованість.

7. Рекомендована література

Основна

1. Айдентика та брендинг: теорія та практика / О. В. Бондаренко, М. С. Дяченко. – Київ: Наукова думка, 2022. – 328 с.

2. Основи графічного дизайну та візуальної комунікації / І. П. Кравчук, Н. В. Ткаченко. – Харків: ХНУ, 2021. – 276 с.
3. Системний підхід у створенні бренду та айдентики / С. О. Ярошенко, Л. П. Кравець. – Львів: ЛНУ, 2020. – 210 с.
4. Методологія графічного дизайну: принципи, інструменти та технології / Т. В. Кушнір, І. С. Бурчевська. – Одеса: ОНУ, 2021. – 224 с.
5. Креативний дизайн: від концепції до реалізації / О. М. Нагорна. – Київ: Мистецтво, 2022. – 298 с.
6. Наукова новизна одержаних результатів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://studopedia.com.ua/1_40741_naukova-novizna-oderzhanih-rezultativ.html.
7. Положення про організацію освітнього процесу в Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця [Електронний ресурс] : наказ № 5 від 26.10.2020 р. – Режим доступу : <https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/12/Polozhennya-pro-organizatsiyu-osvitnogo-protsesu-u-HNEU.pdf>
8. Положення про організацію практики студентів у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.hneu.edu.ua/content/documents/431/43045/Attaches/polozhennya-pro-organizatsiyu-praktyky-studentiv.pdf>
9. Lee I. Creating a Successful Graphic Design Portfolio / I. Lee. – London: Bloomsbury Publishing, 2021. – 200 p. – ISBN 9781350031999.

Додаткова

10. Дизайн-мислення у створенні брендів / Д. Л. Котлер. – Київ: Фоліо, 2020. – 384 с.
11. Візуальна комунікація у графічному дизайні / К. В. Сандерс. – Київ: Ваклер, 2019. – 300 с.
12. Креативність у дизайні: інноваційні рішення та практики / О. В. Герасимчук. – Львів: Літера, 2020. – 275 с.
13. Основи графіки та цифрового дизайну / Р. М. Тарасова. – Харків: Фоліо, 2021. – 248 с.
14. Сучасні інструменти для створення логотипів та айдентики / О. С. Мартинюк. – Київ: Меридіан, 2022. – 220 с.
15. Alexander K. Accessible graphic design / K. Alexander // Handbook of Accessible Communication. Easy – Plain – Accessible, vol. 15 / eds. C. Maab, I. Rink. – Berlin: Frank & Timme, 2024. – Режим доступу : https://doi.org/10.57088/978-3-7929-9120-6_5.
16. Bokhua G. Principles of Logo Design: A Practical Guide to Creating Effective Signs, Symbols, and Icons / G. Bokhua. - Rockport Publishers, 2022. – 224 p. – ISBN 978-0-7603-7651-5, 0-7603-7651-4.
17. Bokhua G. Principles of Logo Design: A Practical Guide to Creating Effective Signs, Symbols, and Icons / G. Bokhua. - Rockport Publishers,

2022. – 224 p. – ISBN 978-0-7603-7651-5, 0-7603-7651-4.
18. Deepwater Z. Power of Logos / Z. Deepwater. – Англ. мовою. – Електронна книга. – Publifeye AS, 2025. – 92 p. – ISBN 978-82-352-1613-7, 82-352-1613-2.
19. Gao S. Creative generation and evaluation system of art design based on artificial intelligence / S. Gao // Discover Artificial Intelligence. – 2025. – Vol. 5. – P. 118. – Режим доступу : <https://doi.org/10.1007/s44163-025-00343-4>.
20. Koranteng J., Ismaila M., Toffah A. A. та ін. Career competencies expected of the graphic design graduates in Ghana to meet the needs of the design industry by managers / J. Koranteng, M. Ismaila, A. A. Toffah та ін. // Discover Education. – 2025. – Vol. 4. – P. 205. – Режим доступу : <https://doi.org/10.1007/s44217-024-00375-5>.
21. Pavletich C. Assessing Quality of AI-Assisted Ideation: A Study in Graphic Design Education / C. Pavletich // Artificial Intelligence in Vocational Education and Training / ed. S. Chan. – Singapore: Springer, 2025. – Режим доступу : https://doi.org/10.1007/978-981-96-6001-8_6.
22. Peters A. Logos that Last: How to Create Iconic Visual Branding / A. Peters. – Rockport Publishers, 2023. – 208 p. – ISBN 978-0-7603-8317-9, 0-7603-8317-0.
23. Potocka E. Graphic Design & Visual Communication: Handbook for Students / E. Potocka. – Editions L'Harmattan, 2025. – 306 p. – ISBN 978-2-336-54127-3, 2-336-54127-0.
24. Preston D. The Development of Corporate Design: Brand Identity, Graphic Design and Professionalism in Post-war Britain / D. Preston. – London: Bloomsbury Publishing, 2025. – 312 p. – ISBN 9781350384699.
25. Rijo C., Grácio H. Enhancing Graphic Design Education: Integrating Active Methodologies and Visual Synthesis Tools / C. Rijo, H. Grácio // Advances in Fashion and Design Research III. CIMODE 2024 / eds. J. Cunha, A. C. Broega, H. Carvalho, B. Providência. – Cham: Springer, 2025. – Режим доступу : https://doi.org/10.1007/978-3-031-83185-0_36.

Інформаційні ресурси

26. Behance: Приклади та кейси брендингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.behance.net>
27. Dribbble: Портфоліо дизайнерів та натхнення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dribbble.com>
28. Figma Community & Tutorials [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://help.figma.com/hc/en-us/articles/360040518034>
29. Adobe Creative Cloud Tutorials [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://helpx.adobe.com/creative-cloud/tutorials.html>
30. Smashing Magazine: Графічний дизайн та брендинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.smashingmagazine.com/category/graphics>