



Силабус навчальної дисципліни «Дизайн фірмового стилю»

Спеціальність	<i>D3 Менеджмент</i>						
Освітня програма	<i>Менеджмент креативних індустрій</i>						
Освітній рівень	<i>Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти</i>						
Статус дисципліни	<i>Обов'язкова</i>						
Мова викладання, навчання та оцінювання	<i>Українська</i>						
Курс / семестр	<i>3 курс, 6 семестр</i>						
Кількість кредитів ЄКТС	<i>4</i>						
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	<i>Лекції – 16 год.</i>						
	<i>Практичні (семінарські) – 12 год.</i>						
	<i>Лабораторні – 12 год.</i>						
	<i>Самостійна робота – 80 год.</i>						
Форма семестрового контролю	<i>Залік</i>						
Кафедра	<i>Кафедра креативного менеджменту і дизайну, ауд.305 першого корпусу, сайт кафедри: https://cmd.hneu.edu.ua/</i>						
Викладач (-і)	<i>Борисенко Денис Володимирович, к. пед. н., доцент</i>						
Контактна інформація викладача (-ів)	<i>denis.borysenko@hneu.net</i>						
Дні навчальних занять	<i>Лекція: згідно діючого розкладу занять</i>						
	<i>Практичні: згідно діючого розкладу занять</i>						
	<i>Лабораторні: згідно діючого розкладу занять</i>						
Консультації	<i>Відповідно до графіку</i>						
Мета навчальної дисципліни: формування системи компетентностей у сфері розробки елементів візуальної ідентичності, що включає створення логотипів, айденітики, брендбуків і дизайну носіїв стилю. Це дозволяє здобувачам освіти не лише створювати професійні та пізнавані дизайнерські рішення, але й потребує потреби цільової аудиторії та стратегічної цілі бренду при формуванні фірмового стилю.							
Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни							
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Пререквізити</th><th style="text-align: center;">Постреквізити</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Маркетинг</td><td>Переддипломна практика</td></tr> <tr> <td>Digital маркетинг</td><td></td></tr> </tbody> </table>		Пререквізити	Постреквізити	Маркетинг	Переддипломна практика	Digital маркетинг	
Пререквізити	Постреквізити						
Маркетинг	Переддипломна практика						
Digital маркетинг							
Зміст навчальної дисципліни							
Змістовий модуль 1. Основи дизайну фірмового стилю Тема 1. Вступ до дизайну фірмового стилю. Роль ідентичності бренду. Основи композиції та візуальної гармонії у фірмовому стилі. Тема 2. Колір у дизайні фірмового стилю. Типографіка у фірмовому стилі. Тема 3. Логотип як ключовий елемент фірмового стилю. Розробка графічних елементів фірмового стилю.							
Змістовий модуль 2. Розробка, впровадження та оцінка фірмового стилю. Тема 4. Документація фірмового стилю: брендбук та гайдлайни. Фірмовий стиль у цифрових медіа. Тема 5. Фірмовий стиль у друкованих матеріалах. Впровадження фірмового стилю в корпоративну культуру. Тема 6. Сучасні тенденції у дизайні фірмового стилю. Оцінка ефективності фірмового стилю.							
Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни <i>Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця, ZOOM, Canva, Figma</i>							



Форми та методи оцінювання

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

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі диференційованого заліку. Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру для дисципліни форма контролю якої залік – 100 та мінімально можлива кількість балів – 60.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: виконання та захист практичних/лабораторних робіт, проходження експрес-опитувань.

Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни