Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС З ДИСЦИПЛІНИ «ДИЗАЙН ДЛЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «Графічний дизайн»

Київ-2024

Укладач ***Коваленко Інна Олександрівна***

Методичний комплекс з дисципліни розглянуто та затверджено на засіданні педагогічної ради Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну» ВНЗ «Київська Академія прикладних мистецтв».



Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Робоча навчальна програма
З ДИСЦИПЛІНИ
«ДИЗАЙН ДЛЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ»
для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «Графічний дизайн»

Київ-2024

ЗМІСТ

1. Пояснювальна записка…….……5
2. Тематичний план ……..……...10
3. Зміст дисципліни……12
4. Список використаних джерел……..…..26
5. Питання до заліку……29
6. Конспект лекцій…….……..31

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Дисципліна «Дизайн для соціальних мереж» має велике значення в умовах сучасного інформаційного суспільства, де соціальні мережі стали основним каналом комунікації, реклами та брендингу. Вміння створювати візуально привабливі та функціональні матеріали для таких платформ, як Instagram, Facebook, Twitter, TikTok та інших, дозволяє професіоналам ефективно взаємодіяти з аудиторією, створюючи позитивний імідж брендів та організацій. Це знання є ключовим для фахівців, які працюють у сфері маркетингу, реклами, PR, а також для тих, хто займається творчою діяльністю в інтернет-просторі.

Значення дисциплін «Дизайн для соціальних мереж» є важливою складовою підготовки фахівців у реклами, комунікацій, графічного дизайну та розробки фірмового стилю.

Вона надає студентам теоретичні та практичні знання у сфері створення візуального контенту для соціальних медіа, допомагаючи їм оволодіти основними принципами дизайну, адаптації графічних матеріалів під специфіку різних платформ та використання актуальних тенденцій у цифрових комунікаціях.

Місце навчальної дисципліни системі професійних знань

Дисципліна «Дизайн для соціальних мереж» займає важливе місце в системі професійних знань, оскільки поєднує в собі ключові аспекти графічного дизайну, маркетингу, комунікацій та цифрових технологій. Вона є міждисциплінарною, забезпечуючи студентів знаннями та навичками, необхідними для роботи в сучасному медіапросторі.

Метою навчальної дисципліни «Дизайн для соціальних мереж» є частиною навчального процесу в рамках спеціальностей, пов’язаних з маркетингом, рекламою, комунікаціями, а також графічним дизайном та розробкою фірмового стилю.

Вона забезпечує студентів необхідними знаннями та навичками для подальшого професійного розвитку, де створення візуально привабливого та ефективного контенту є важливим інструментом для залучення та утримання аудиторії.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- Оволодіти основами дизайну та візуальної комунікації для соціальних мереж.
- Навчити створювати графічні елементи, адаптовані для різних форматів та платформ.
- Вивчити принципи ефективного використання кольору, типографії, композиції та інших елементів дизайну.
- Ознайомити з інструментами для створення контенту (Photoshop, Illustrator, Canva та інші).
- Розвивати навички аналізу тенденцій і вимог соціальних мереж до візуального контенту.
- Оволодіти основами контент-маркетингу та реклами в соціальних мережах.

Студент повинен знати:

- Основи графічного дизайну та принципи візуальної комунікації.
- Основні вимоги до дизайну контенту для соціальних мереж.
- Формати, розміри та технічні особливості графічного контенту для різних платформ (Instagram, Facebook, TikTok тощо).
- Основи типографіки та колористики у створенні візуального контенту.
- Інструменти для створення графічного контенту (Adobe Photoshop, Illustrator, тощо).
- Тренди візуального контенту в цифрових комунікаціях.
- Правила авторського права та етики візуального контенту.

Студент повинен уміти:

- Розробляти та оформлювати візуальний контент для соціальних мереж відповідно до сучасних вимог та трендів.
- Використовувати професійні інструменти графічного дизайну для створення контенту.
- Адаптувати графічні матеріали під різні формати та специфіку соціальних платформ.
- Грамотно поєднувати типографіку, кольорові рішення та композицію в дизайні.
- Аналізувати та застосовувати маркетингові стратегії для підвищення залученості аудиторії.
- Створювати контент відповідно до фірмового стилю компаній та брендів.
- Оптимізувати графічні матеріали для швидкого завантаження та високої якості.

Студент повинен володіти:

- Практичними навичками роботи з графічними редакторами.
- Вмінням створювати стильні, сучасні та ефективні візуальні матеріали для соціальних мереж.
- Навичками роботи з векторною та растровою графікою.
- Вмінням створювати та застосовувати брендовані елементи у дизайні.
- Аналітичними навичками для оцінки ефективності візуального контенту.
- Техніками креативного мислення та генерації унікальних дизайнерських рішень.

Міжпредметні зв'язки Дисципліна «Дизайн для соціальних мереж» інтегрує знання та навички з різних сфер, поєднуючи технічні, художні та комунікаційні аспекти. Вона має тісний зв’язок з такими предметами:

- **Графічний дизайн** – формує загальні принципи створення візуального контенту, включаючи роботу з композицією, кольором, типографікою та візуальною ідентифікацією бренду.
- **Розробка фірмового стилю** – допомагає створювати єдиний візуальний образ компаній та особистих брендів у соціальних мережах, включаючи логотипи, брендовані шаблони, палітру кольорів і стилістику публікацій.
- **Комп'ютерна графіка** – забезпечує технічну реалізацію візуальних матеріалів, дозволяючи студентам працювати з графічними редакторами для створення якісного контенту.
- **Типографіка** – сприяє правильному оформленню текстового контенту, підвищуючи його читабельність та естетичність у візуальних матеріалах.
- **Маркетинг** – дозволяють аналізувати цільову аудиторію та створювати контент, що відповідає її потребам, формуючи імідж компаній та особистих брендів.
- **Мультимедійні технології** – включають анімацію, відеографіку та інтерактивні елементи, що підвищують ефективність дизайну в соціальних мережах.
- **Психологія** – допомагає адаптувати дизайн під емоційні та когнітивні особливості аудиторії, підвищуючи залученість користувачів.

Таким чином, «Дизайн для соціальних мереж» є міждисциплінарним напрямом, що об'єднує художнє бачення, аналітику, маркетингові стратегії та технічні інструменти, забезпечуючи студентам комплексний підхід до створення якісного цифрового контенту.

Шкала оцінювання навчальних досягнень: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
100-90	A	відмінно	зараховано
89-82	B	дуже добре	
82-75	C	добре	
74-65	D	задовільно	
64-50	E	достатньо	
49-35	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано
35-0	X	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	



Тематичний план з предмету

«ДИЗАЙН ДЛЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ»

Для студентів Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну» вищого навчального закладу «Київська Академія прикладних мистецтв»

Галузь знань: 02 Культура та мистецтво. Спеціальність: 022 "Дизайн"

Освітньо-професійна програма:

"ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН"

Кваліфікація - фаховий молодший бакалавр

Денна форма навчання. Навчання на основі базової загальної середньої освіти

№ з/п	*Назва теми*	**Кількість годин**				
		Всього	**Теор. заняття**	**Лабо.-практичні заняття**	**Самос. робота**	**Форма контролю**
7-й семестр		**90**	**26**	**34**	**30**	**Залік**
1.	Вступ до дизайну для соціальних мереж.		**2**	**2**	**2**	Опитування
2.	Основи дизайну для соціальних мереж. Аналіз аудиторії та платформи		**2**	**2**	**2**	Опитування
3.	Візуальна ідентичність бренду**.** Створення унікального стилю бренду для соціальних мереж		**2**	**2**	**2**	Опитування
4.	Адаптація дизайну під різні соціальні мережі		**2**	**2**	**2**	
5.	Графічні матеріали для соцмереж		**2**	**2**	**2**	Опитування
6.	Практичний дизайн для контенту. Дизайн постів та каруселей		**2**	**4**	**2**	Опитування
7.	Дизайн Stories та Reels. Використання інтерактивних елементів		**2**	**4**	**4**	Опитування
8	Візуальне оформлення реклами для соціальних мереж.		**2**	**2**	**2**	Опитування
9.	Інструменти та технічні аспекти для соціальних мереж.		**2**	**2**	**2**	Опитування
10.	Аналіз трендів у дизайні соцмереж		**2**	**2**	**2**	Опитування
11.	A/B тестування візуального контенту		**2**	**4**	**4**	Опитування
12.	Розробка візуальної стратегії для бренду в соціальних мережах. Робота над реальним або навчальним кейсом		**2**	**6**	**4**	Опитування
	Модульний контроль		**2**			Контрольна робота
Всього		**90**	**26**	**34**	**30**	



Тематичний план з предмету

«ДИЗАЙН ДЛЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ»

Для студентів Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну» вищого навчального закладу «Київська Академія прикладних мистецтв»

Галузь знань: 02 Культура та мистецтво. Спеціальність: 022 "Дизайн"

Освітньо-професійна програма:

"ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН"

Кваліфікація - фаховий молодший бакалавр

Денна форма навчання. Навчання на основі повної загальної середньої освіти

№ з/п	*Назва теми*	Кількість годин				
		Всього	Теор. заняття	Лабо.-практичні заняття	Самос. робота	Форма контролю
5-й семестр		**90**	**26**	**34**	**30**	**Залік**
1.	Вступ до дизайну для соціальних мереж.		**2**	**2**	**2**	Опитування
2.	Основи дизайну для соціальних мереж. Аналіз аудиторії та платформи		**2**	**2**	**2**	Опитування
3.	Візуальна ідентичність бренду**.** Створення унікального стилю бренду для соціальних мереж		**2**	**2**	**2**	Опитування
4.	Адаптація дизайну під різні соціальні мережі		**2**	**2**	**2**	
5.	Графічні матеріали для соцмереж		**2**	**2**	**2**	Опитування
6.	Практичний дизайн для контенту. Дизайн постів та каруселей		**2**	**4**	**2**	Опитування
7.	Дизайн Stories та Reels. Використання інтерактивних елементів		**2**	**4**	**4**	Опитування
8	Візуальне оформлення реклами для соціальних мереж.		**2**	**2**	**2**	Опитування
9.	Інструменти та технічні аспекти для соціальних мереж.		**2**	**2**	**2**	Опитування
10.	Аналіз трендів у дизайні соцмереж		**2**	**2**	**2**	Опитування
11.	A/B тестування візуального контенту		**2**	**4**	**4**	Опитування
12.	Розробка візуальної стратегії для бренду в соціальних мережах. Робота над реальним або навчальним кейсом		**2**	**6**	**4**	Опитування
	Модульний контроль		**2**			Контрольна робота
Всього		**90**	**26**	**34**	**30**	

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1: Вступ до дизайну для соціальних мереж.

Дизайн для соціальних мереж відіграє ключову роль у привернені уваги користувачів та формуванні впізнаваності бренду. Візуальний контент має бути привабливим, читабельним і відповідати стилю платформи, оскільки кожна соцмережа має свої вимоги та особливості. Основи дизайну включають правильне поєднання кольорів, баланс композиції та використання шрифтів, що допомагає ефективно передавати інформацію. Важливо також адаптувати контент під різні формати (пости, Stories, Reels, рекламу) для досягнення максимального охоплення. Якісний дизайн підвищує взаємодію з аудиторією та робить контент більш ефективним.

Запитання для самоперевірки:

1. Чому дизайн є важливим елементом у створенні контенту для соціальних мереж?
2. Які ключові принципи дизайну впливають на сприйняття візуального контенту?
3. Як різні соціальні мережі відрізняються за вимогами до оформлення контенту?

Завдання для самостійної роботи

Завдання: Підготуйте презентацію на тему «Значення візуального контенту».

Студенти повинні підготувати презентацію, яка детально розглядає значення візуального контенту у сучасному комунікаційному середовищі, його роль у маркетингу, брендингу та соціальних мережах. Завдання допоможе студентам зрозуміти, як візуальні елементи можуть впливати на сприйняття інформації, підвищувати ефективність взаємодії з аудиторією та допомогти в досягненні комунікаційних цілей. Презентація має бути структурована та інформативна. Студенти повинні представити 10–12 слайдів, які висвітлюють основні аспекти значення візуального контенту.

Тема 2: Основи дизайну для соціальних мереж. Аналіз аудиторії та платформи.

Основи дизайну для соціальних мереж включають створення візуального контенту, який відповідає специфіці платформи та інтересам аудиторії. Перш за все, важливо розуміти, хто є вашою цільовою аудиторією, її вік, інтереси, стиль життя та поведінку в мережі, щоб адаптувати дизайн до її уподобань. Кожна платформа має свої вимоги до формату контенту: Instagram орієнтований на візуальну естетику, Facebook потребує баланс між графікою та текстом, а TikTok фокусується на коротких відео. Дизайн повинен

бути інтерактивним та залучати користувачів через креативний контент, що відповідає трендам. Важливо, щоб візуальний контент був чітким, простим і відповідав іміджу бренду чи особистого акаунту для максимального ефекту.

Запитання для самоперевірки:

1. Чому важливо враховувати особливості цільової аудиторії при створенні дизайну для соціальних мереж?
2. Які основні характеристики платформи Instagram, що визначають вибір дизайну для цієї мережі?
3. Як можна адаптувати дизайн під різні соціальні мережі, зокрема для Facebook та TikTok?
4. Які фактори слід враховувати при виборі формату контенту для соціальних мереж?
5. Як дизайн для соціальних мереж може вплинути на взаємодію з аудиторією та підвищення залученості?

Завдання для самостійної роботи

Завдання: Аналіз дизайну для соціальних мереж з урахуванням особливостей платформи та цільової аудиторії.

Мета завдання: Студенти повинні проаналізувати різні соціальні мережі, зібрати інформацію про їх специфіку, а також створити дизайн контенту для конкретної платформи, враховуючи характеристики цільової аудиторії.

Опис завдання:

1. **Аналіз соціальних мереж (2-4 слайди):**
    - Виберіть дві соціальні мережі (наприклад, Instagram та Facebook).
    - Проаналізуйте особливості кожної платформи: тип контенту, вимоги до формату (розміри зображень, відео), загальний стиль та тренди, характер аудиторії (вік, інтереси, поведінка).
    - Визначте, який тип контенту буде найбільш ефективним для кожної з платформ.
2. **Аналіз цільової аудиторії (2-4 слайди):**
    - Охарактеризуйте цільову аудиторію для кожної з обраних платформ. Визначте вік, інтереси, географічне розташування, стиль життя та інші важливі характеристики аудиторії.
    - Поясніть, як ці фактори впливають на вибір дизайну для контенту на цих платформах.

3. **Презентація та захист Технічні вимоги:**

- Презентація повинна бути створена в PowerPoint, Google Slides або іншому зручному редакторі для презентацій.
- Кількість слайдів: 6–7.
- Використовуйте інструменти для створення дизайну (Canva, Adobe Spark, Figma тощо).
- Презентація повинна бути стилізована, лаконічна та візуально приваблива.

Тема 3. Візуальна ідентичність бренду. Створення унікального стилю бренду для соціальних мереж

Візуальна ідентичність бренду в соціальних мережах – це узгоджене використання кольорів, шрифтів, графіки та контенту, що допомагає бренду бути впізнаваним. Важливу роль відіграють стильові шаблони постів, обкладинки, іконки та унікальні візуальні елементи, які формують єдиний образ. Узгодженість контенту підсилюється фірмовою кольоровою гамою та єдиним стилем оформлення фото та відео. Використання брендбуку для соціальних мереж допомагає зберігати послідовність візуального стилю на різних платформах. Створення унікального стилю в соцмережах підвищує впізнаваність, залучення аудиторії та формує довіру до бренду.

Запитання для самоперевірки:

1. Що таке візуальна ідентичність бренду в соціальних мережах?
2. Які основні елементи формують унікальний стиль бренду в соцмережах?
3. Чому важливо використовувати єдину кольорову гаму та стиль оформлення контенту?
4. Яку роль відіграє брендбук у підтримці візуальної ідентичності бренду?
5. Як унікальний стиль у соціальних мережах впливає на залучення аудиторії та впізнаваність бренду?

Завдання для самостійної роботи

Завдання: Аналіз візуальної ідентичності бренду в соціальних мережах

Мета: Дослідити, як різні бренди використовують візуальну ідентичність у соціальних мережах, і розробити рекомендації для покращення їхнього стилю.

Етапи виконання:

1. **Вибір бренду**
    - Оберіть 2–3 бренди, які активно ведуть свої соціальні мережі (Instagram, Facebook, TikTok, X (Twitter), LinkedIn тощо).
    - Бажано обирати бренди з різних сфер (мода, технології, харчова промисловість, освіта тощо) для порівняння.
2. **Аналіз візуальної ідентичності**
    - Визначте основні елементи візуального стилю брендів:
        - Логотип та його використання
        - Кольорова гама
        - Шрифти
        - Стиль графіки та фотографій
        - Узгодженість оформлення постів та сторіз
    - Дослідіть, чи дотримуються бренди єдиного стилю на різних платформах.
3. **Порівняння брендів**
    - Визначте сильні та слабкі сторони кожного бренду у візуальній комунікації.
    - Оцініть, який бренд виглядає більш послідовним та впізнаваним.
4. **Розробка рекомендацій**
    - Запропонуйте покращення для одного з брендів (наприклад, зміну кольорової гами, оновлення стилю графіки або створення шаблонів для постів). Прототипи візуальних оновлень робимо в Photoshop.
5. **Презентація результатів**
    - Підготуйте коротку презентацію або аналітичний звіт (5–7 слайдів або 1–2 сторінки тексту) з висновками та рекомендаціями.

Тема 4. Адаптація дизайну під різні соціальні мережі

Адаптація дизайну під різні соціальні мережі – це процес налаштування візуальних матеріалів відповідно до технічних вимог і стилю кожної платформи. Кожна соцмережа має свої формати зображень, співвідношення сторін та особливості сприйняття контенту: наприклад, квадратні пости для Instagram, горизонтальні обкладинки для Facebook і вертикальні відео для TikTok. Важливо зберігати впізнаваність бренду, використовуючи єдину кольорову гаму, шрифти та стилістику графіки. Оптимізація контенту під кожну платформу допомагає покращити взаємодію з аудиторією та підвищити ефективність

маркетингових кампаній. Використання гнучких шаблонів і адаптивного дизайну спрощує створення якісного контенту для різних мереж.

Запитання для самоперевірки:

1. Що таке адаптація дизайну під різні соціальні мережі?
2. Чому важливо враховувати технічні вимоги кожної соцмережі при створенні контенту?
3. Які формати зображень найбільш підходять для Instagram, Facebook та TikTok?
4. Як зберігати впізнаваність бренду під час адаптації дизайну для різних платформ?
5. Які інструменти або методи можна використовувати для спрощення процесу адаптації контенту?

Завдання для самостійної роботи

Завдання: Адаптація дизайну під різні соціальні мережі

Мета: Навчитися адаптувати візуальний контент для різних платформ, зберігаючи впізнаваність бренду.

Етапи виконання:

1. **Вибір бренду**
   - Оберіть реальний або вигаданий бренд, який буде представлений у різних соцмережах (наприклад, кав'ярня, онлайн-магазин, освітня платформа).
2. **Створення базового дизайну**
   - Розробіть один ключовий візуальний матеріал (наприклад, рекламний банер, пост про акцію чи інформаційний пост).
   - Використовуйте єдину кольорову гаму, шрифти та стиль графіки.
3. **Адаптація під платформи**
   - Зробіть версії цього дизайну для різних соцмереж з урахуванням їхніх вимог:
     - **Instagram** – квадратний (1080×1080 px) або вертикальний (1080×1350 px) пост
     - **Facebook** – горизонтальний банер (1200×630 px)
     - **TikTok / Instagram Stories** – вертикальний формат (1080×1920 px)
     - **X (Twitter)** – пост у форматі 1600×900 px
     - **LinkedIn** – публікація зображення (1200×627 px)
4. **Оцінка ефективності**
   - Перевірте, чи легко впізнати бренд у кожній версії дизайну.
   - Оцініть, наскільки добре адаптований контент з точки зору зручності перегляду на різних платформах

Тема 5. Графічні матеріали для соцмереж

Графічні матеріали для соцмереж – це візуальний контент, який використовується для залучення уваги аудиторії та підвищення впізнаваності бренду. Вони включають пости, сторіз, банери, інфографіку, GIF-анімації та рекламні креативи, адаптовані під різні платформи. Важливо дотримуватися єдиної стилістики: використовувати фірмові кольори, шрифти, логотипи та узгоджену композицію. Якісні графічні матеріали сприяють кращому сприйняттю контенту та підвищують залучення користувачів. Для створення такого контенту можна використовувати професійні інструменти, такі як Photoshop, Illustrator, Figma або онлайн-сервіси на кшталт Canva.

Запитання для самоперевірки:

1. Що таке графічні матеріали для соціальних мереж?
2. Які типи графічного контенту найчастіше використовуються в соцмережах?
3. Чому важливо дотримуватися єдиної стилістики у графічних матеріалах?
4. Як якісні візуальні матеріали впливають на залучення аудиторії?
5. Які інструменти можна використовувати для створення графічних матеріалів для соцмереж?

Завдання для самостійної роботи

Завдання: Дизайн реклами для Facebook

Мета: Навчитися поєднувати рекламний меседж та ефективний графічний дизайн для досягнення максимальної ефективності в рекламі.

Етапи виконання: Розробити рекламний банер для Facebook для просування товару чи послуги, де головний акцент робиться на візуальній привабливості і заклику до дії (CTA).

Ресурси: Adobe Photoshop або Adobe Illustrator.

Тема 6. Практичний дизайн для контенту. Дизайн постів та каруселей

У сучасних соціальних мережах дизайн контенту має вирішальне значення для привернення уваги користувачів та збільшення взаємодії. Пости повинні бути чіткими, інформативними та візуально привабливими, поєднуючи елементи графіки, тексту та брендових кольорів. Каруселі, завдяки своїй багатослайдовій формі, дозволяють детальніше донести інформацію, структуруючи її по кроках або етапах. Важливо використовувати прості шрифти, яскраві зображення та чіткі заклики до дії, щоб утримати

увагу аудиторії. Правильне застосування цих принципів допомагає створювати контент, що генерує більше взаємодій і підвищує залучення користувачів.

Запитання самоперевірки:

1. Які основні елементи потрібно враховувати при створенні постів для соціальних мереж?
2. Чому важливо використовувати брендові кольори та шрифти в дизайні постів?
3. Які переваги має формат каруселі порівняно з одиночним постом?
4. Які методи можна застосувати для залучення уваги до каруселі на платформі Instagram?
5. Як правильно комбінувати текст і графіку, щоб пост був зрозумілим і ефективним?
6. Що таке заклик до дії (CTA), і як він впливає на взаємодію з контентом?
7. Як можна структурувати інформацію у каруселі, щоб вона була зручною для сприйняття користувачем?

Завдання для самостійної роботи

Завдання: Розробка каруселі для комерційної реклами в Instagram

Мета: Навчитися організовувати інформацію на кількох слайдах, щоб вона була зрозуміла та цікава для користувача.

Етапи виконання: Розробити карусель для Instagram на тему "5 причин обрати наш продукт/послугу". У каруселі має бути 5–7 слайдів, кожен з яких містить одну пораду з супутнім візуальним оформленням.

- Кожен слайд має містити **короткий заголовок** і **мінімум тексту** для легкого сприйняття.
- Використовувати **якісну графіку** (фотографії продукту, іконки, ілюстрації), яка підкреслює кожен пункт.
- Дизайн має бути **стилістично узгодженим**, відповідати брендовим кольорам і шрифтам.
- Останній слайд повинен містити **заклик до дії (CTA)** (наприклад, “Дізнайтесь більше на нашому сайті”, “Замовляйте зараз” тощо).

Тема 7. Дизайн Stories та Reels. Використання інтерактивних елементів

Stories та Reels у соцмережах, таких як Instagram і TikTok, є ефективними інструментами для взаємодії з аудиторією завдяки їх короткому формату та динамічному контенту. Використання інтерактивних елементів, таких як опитування, питання, стікери та реакції, допомагає залучити користувачів та підвищити їхню активність. Дизайн контенту має бути простим, яскравим і зрозумілим, а текст – мінімальним, щоб не перевантажувати глядача. Анімації, переходи та ефекти роблять Stories та Reels більш привабливими, але їх слід використовувати помірковано, щоб не відволікати від головного меседжа. Грамотне поєднання інтерактиву, дизайну та відеоконтенту дозволяє створювати залучаючий і ефективний контент для брендів та особистих акаунтів.

Запитання для самоперевірки:

1. Яку роль відіграють Stories та Reels у сучасному цифровому маркетингу?
2. Які інтерактивні елементи можна використовувати в Stories для підвищення залученості аудиторії?
3. Чому важливо використовувати мінімум тексту в дизайні Stories та Reels?
4. Як анімації та ефекти впливають на сприйняття контенту користувачами?
5. Які основні принципи ефективного дизайну Stories та Reels?
6. Як інтерактивні елементи можуть впливати на охоплення та алгоритми соцмереж?
7. У чому різниця між форматами Stories та Reels з точки зору дизайну та взаємодії?

Завдання для самостійної роботи

Завдання: Розробка рекламної Stories.

Мета завдання: Відпрацювати навички дизайну короткої рекламної комунікації.

Кроки виконання: Створити рекламну Stories для просування продукту чи послуги (наприклад, нового кафе або онлайн-курсу).

Умови: Використати привабливу графіку, мінімальний текст та заклик до дії (CTA) — наприклад, “Swipe Up”, “Дізнайся більше”.

Тема 8. Візуальне оформлення реклами для соціальних мереж.

Ефективне візуальне оформлення реклами в соціальних мережах базується на простоті, чіткості та привабливості дизайну. Важливо використовувати контрастні кольори, читабельні шрифти та мінімальну кількість тексту, щоб швидко передати

головний меседж. Графічні елементи, такі як іконки, рамки або стрілки, допомагають спрямувати увагу користувача на ключову інформацію або заклик до дії (CTA). Формати зображень і відео мають відповідати вимогам платформи, щоб забезпечити якісне відображення контенту. Грамотно оформлена реклама привертає увагу аудиторії, підвищує рівень взаємодії та сприяє досягненню маркетингових цілей.

Запитання і завдання для самоперевірки:

1. Які ключові принципи ефективного візуального оформлення реклами в соціальних мережах?
2. Як контрастність кольорів впливає на сприйняття рекламного контенту?
3. Яку роль відіграють графічні елементи (іконки, рамки, стрілки) у рекламних матеріалах?
4. Чому важливо адаптувати формати зображень і відео відповідно до вимог конкретної платформи?
5. Як правильно розмістити заклик до дії (CTA) у рекламному візуалі?
6. Які найбільш поширені помилки у дизайні реклами для соцмереж?

Завдання для самостійної роботи

Завдання: Розробити серію рекламних візуалів для соцмереж на тему "Нестандартний підхід до реклами"**.**

Мета завдання: Розвинути нестандартне мислення в рекламі, навчитися створювати унікальні та запам’ятовувані рекламні візуали для соціальних мереж.

Кроки виконання:

- Оберіть один продукт або послугу (наприклад, кав'ярня, мобільний додаток, освітній курс, спортивний бренд).
- Створіть три різні рекламні візуали для Instagram або Facebook, використовуючи незвичайний креативний підхід (гумор, мінімалізм, парадокс, нестандартні кольори або формати).
- Один із візуалів має бути анімованим GIF або коротким відео**.**
- Використайте нестандартний заклик до дії (CTA)**,** який привертає увагу та стимулює взаємодію.

Тема 9. Інструменти та технічні аспекти для соціальних мереж.

Інструменти для соціальних мереж допомагають автоматизувати публікації, аналізувати аудиторію та підвищувати ефективність контенту. Популярні платформи, такі як Hootsuite, Buffer та Meta Business Suite, дозволяють планувати пости та відстежувати статистику взаємодії. Важливими технічними аспектами є правильний вибір формату зображень і відео, оптимізація розміру файлів та використання хештегів для підвищення охоплення. Аналітичні інструменти, такі як Google Analytics і внутрішні метрики платформ, допомагають визначати ефективність контенту та коригувати стратегію. Автоматизація, штучний інтелект і чат-боти також відіграють важливу роль у взаємодії з підписниками та обслуговуванні клієнтів.

Запитання і завдання для самоперевірки:

1. Які основні функції виконують інструменти для соціальних мереж?
2. Назвіть три популярні платформи для управління соцмережами та їхні можливості.
3. Чому важливо оптимізувати розмір зображень і відео перед публікацією?
4. Які аналітичні інструменти допомагають оцінювати ефективність контенту?
5. Як автоматизація та штучний інтелект можуть покращити взаємодію з підписниками?

Завдання для самостійної роботи

Завдання: Аналіз контент-стратегії популярного акаунту в соціальних мережах в контексті інструментів та технічних аспектів для соціальних мереж.

- **Вибір акаунту:** Оберіть популярний акаунт у соціальних мережах (Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn тощо), який активно використовує інструменти для управління контентом, планування публікацій або аналізу результатів у соціальних мережах. Це може бути акаунт компанії, сервісу або особистий акаунт експерта в галузі цифрового маркетингу.

Кроки виконання:

1. **Аналіз контенту:**
   - Охарактеризуйте основні типи контенту, який публікує цей акаунт (наприклад, поради, кейс-стаді, інфографіки, відео, новини про інструменти для соціальних мереж).
   - Зверніть увагу на технічні аспекти контенту. Які інструменти для планування публікацій, аналізу залученості або моніторингу використовує акаунт? Як вони це демонструють?

2. **Залученість та взаємодія:**

   Проаналізуйте, які пости мають найбільшу залученість (лайки, коментарі, репости) та чому, на вашу думку, це відбувається. Зверніть увагу на фактори, які можуть сприяти високому рівню взаємодії з аудиторією (наприклад, заклики до дії, використання візуальних елементів, контент, орієнтований на цільову аудиторію).

3. **Технічні інструменти:**

   Опишіть технічні інструменти або платформи, які використовуються акаунтом для автоматизації публікацій, аналізу ефективності, моніторингу статистики тощо. Зробіть акцент на тому, як ці інструменти покращують ефективність соціальних медіа стратегій.

4. **Висновки:**

   - Зробіть висновок, як ці інструменти та технічні аспекти контенту впливають на ефективність соціальних медіа стратегій.
   - Підготуйте презентацію.

Тема 10. Аналіз трендів у дизайні соцмереж

Дизайн у соціальних мережах постійно змінюється під впливом технологій та поведінки користувачів, і сьогодні головними трендами є мінімалізм, інтерактивні елементи та персоналізація контенту. Анімації, короткі відеоформати (Reels, Shorts) та 3D-елементи підвищують залученість, роблячи взаємодію більш динамічною. Популярність темного режиму та адаптивного дизайну зростає, оскільки користувачі віддають перевагу комфорту перегляду на різних пристроях. AI-генерований контент і доповнена реальність (AR-фільтри) відкривають нові можливості для брендів, які прагнуть створювати унікальні візуальні рішення. Важливо регулярно аналізувати зміни у дизайні соцмереж, щоб адаптувати свої стратегії та залишатися конкурентоспроможними.

Запитання для самоперевірки:

1. Які основні тренди в дизайні соціальних мереж актуальні сьогодні?
2. Чому анімації та короткі відеоформати сприяють підвищенню залученості користувачів?
3. Як темний режим і адаптивний дизайн впливають на досвід користувачів у соцмережах?
4. Яку роль відіграють AI-генерований контент і доповнена реальність у сучасному дизайні соцмереж?
5. Чому важливо регулярно аналізувати зміни у трендах дизайну соцмереж?

Завдання для самостійної роботи

Завдання: Розробіть власний концепт дизайну допису або сторіз для соціальних мереж, який відповідає сучасним трендам у дизайні соцмереж.

Мета завдання: Розвинути навички аналізу трендів, навчитися створювати візуально привабливий контент та зрозуміти, як дизайн впливає на залученість аудиторії.

Вимоги:

1. **Обрати тренд:** Виберіть один або кілька актуальних трендів (мінімалізм, інтерактивні елементи, темний режим, AI-генерація, AR-фільтри, 3D-графіка тощо).
2. **Створити макет:** Використайте будь-який графічний редактор (Canva, Figma, Photoshop) або навіть намалюйте ескіз від руки.
3. **Опис концепту:** Напишіть коротке пояснення (5-7 речень), у якому розкажіть, який тренд ви використали і як це вплине на взаємодію з користувачами.
4. **Презентація:** Представте свій дизайн у групі та поясніть, чому він відповідає сучасним тенденціям у соціальних мережах.

Тема 11. A/B тестування візуального контенту

A/B тестування — це метод порівняння двох варіантів візуального контенту (наприклад, двох різних зображень, макетів або кольорових схем) для визначення, який із них більш ефективно залучає аудиторію. У процесі тестування різні групи користувачів випадково отримують один із варіантів, а потім аналізується їхня взаємодія (кліки, лайки, перегляди, конверсії). Основні елементи, які варто тестувати, — кольори, CTA-кнопки, розташування тексту та тип зображень. Важливо тестувати лише один елемент за раз, щоб точно визначити, що саме вплинуло на результат. Грамотне A/B тестування допомагає покращити ефективність контенту, підвищити залученість і конверсію.

Запитання і завдання для самоперевірки:

1. Що таке A/B тестування і для чого воно використовується?
2. Які показники аналізуються під час A/B тестування візуального контенту?
3. Чому важливо тестувати лише один елемент за раз?
4. Які елементи візуального контенту найчастіше піддаються A/B тестуванню?
5. Як A/B тестування може допомогти підвищити залученість аудиторії?

Завдання для самостійної роботи

Завдання: A/B тестування візуального контенту.

Мета: Навчитися застосовувати A/B тестування для аналізу ефективності візуального контенту в соціальних мережах.

Кроки виконання:

1. **Створіть два варіанти візуального контенту (A і B)** для однієї публікації в соцмережах (Instagram, Facebook, TikTok або інша платформа).
   - Внесіть **одну зміну** між варіантами (наприклад, колір кнопки, стиль зображення, розташування тексту або CTA-кнопки).
2. **Опублікуйте або змоделюйте тест**:
   - Якщо можливо, розмістіть два варіанти публікації та проаналізуйте їхню взаємодію (лайки, коментарі, охоплення).
   - Якщо тест неможливо провести в реальних умовах, змоделюйте результат: проведіть опитування серед одногрупників або використайте онлайн-інструменти (наприклад, Google Forms).
3. **Проаналізуйте результати:**
   - Який варіант отримав більше взаємодій і чому?
   - Як зміна одного елемента вплинула на залученість аудиторії?

4. **Оформіть короткий звіт (1 сторінка)**:
   - Опишіть процес тестування.
   - Покажіть обидва варіанти контенту.
   - Вкажіть висновки та рекомендації для майбутніх тестувань.

Тема 12. Розробка візуальної стратегії для бренду в соціальних мережах. Робота над реальним або навчальним кейсом

Закріпити знання, отримані протягом семестру, та застосувати їх на практиці, створивши комплексну візуальну стратегію для бренду в соціальних мережах. У межах цього проєкту студенти проаналізують цільову аудиторію бренду, розроблять єдиний візуальний стиль, визначать ключові елементи контенту та адаптують дизайн для різних платформ. Також вони створять приклади постів, сторіз або відео та представлять готову стратегію у вигляді презентації або брендбуку. Проєкт допоможе розвинути навички роботи з графічними редакторами, аналітику трендів та вміння створювати ефективний цифровий контент. Завершальний етап — захист роботи, де студенти обґрунтують свої дизайнерські рішення та пояснять, як стратегія вплине на впізнаваність бренду.

Завдання для самостійної роботи

Підсумковий проєкт: Розробка візуальної стратегії для бренду
Мета: Навчитися створювати цілісну візуальну стратегію для бренду в соціальних мережах, враховуючи дизайн, кольори, типографіку та стилістику контенту.

Етапи роботи:

1. **Обрати бренд (реальний або навчальний кейс):**
   - Це може бути існуючий бренд або вигаданий вами.
   - Визначити його цінності, цільову аудиторію та позиціонування.
2. **Розробити ключові візуальні елементи:**
   - **Колірна палітра:** Виберіть основні кольори, які асоціюються з брендом.
   - **Шрифти та типографіка:** Який стиль тексту найкраще відображає характер бренду?
   - **Графічні елементи та фільтри:** Які текстури, іконки або ефекти будуть використовуватися?
3. **Створити концепцію контенту для соцмереж:**

- Приклади дописів (статичні зображення, відео, сторіз).
- Єдиний стиль оформлення (рамки, логотипи, хештеги, стиль фотографій).
- Тон комунікації (формальний, неформальний, креативний).

4. **Підготувати Moodboard (набір референсів)**
   - Використати Canva, Figma або інші графічні редактори для створення узагальнюючого макету стилю.
5. **Презентувати свою візуальну стратегію:**
   - Представити результати перед аудиторією, пояснивши вибір елементів та їхній вплив на бренд.
   - Додатково: розробити невелике керівництво (Brand Book) з рекомендаціями щодо використання візуальних матеріалів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Бондар, І. М. *Розробка контенту для соціальних мереж: дизайн та комунікація*. – Київ: Видавництво "Довіра", 2019. – 180 с.
2. Гриценко, С. О. *Роль візуального контенту в онлайн-комунікаціях*. – Харків: Видавництво "Калінова", 2020. – 200 с.
3. Іванова, Н. В. *Інтернет-маркетинг і дизайн для соціальних мереж*. – Київ: Видавництво КМ Академія, 2020. – 210 с.
4. Кіріченко, О. М. *Основи дизайну в соціальних мережах: навч. посібник*. – Київ: Центр учбової літератури, 2018. – 192 с.
5. Ковальчук С. А. *Дизайн та візуальні комунікації: навч. посіб.* – Київ: Видавництво Ліра-К, 2019. – 248 с.
6. Кутателадзе, Г. Л. *Візуальна комунікація та дизайн: методи, принципи та інструменти*. – Київ: Вид. центр “Академія”, 2017. – 208 с.
7. Левченко, О. С. *Основи цифрового маркетингу: комунікація і дизайн*. – Харків: Видавництво ХНУРЕ, 2021. – 248 с.
8. Мельник, О. В. *Графічний дизайн у digital-стратегії*. – Львів: Видавництво "Піраміда", 2019. – 165 с.
9. Мишковська, В. А. *Соціальні мережі як інструмент брендування: сучасні підходи до дизайну*. – Львів: Видавництво "Триада", 2020. – 185 с.
10. Павленко, О. М. *Стратегії візуальної комунікації для брендів у соціальних медіа*. – Київ: Вид. центр "Інфоінвест", 2022. – 256 с.
11. Соколова Л. О., Бондаренко І. Г. *Дизайн соціальних медіа: навчально-методичний посібник*. – Харків: Видавництво ХНУРЕ, 2020. – 180 с.
12. Стрільчук, В. П. *Дизайн для брендів у соціальних мережах: практичний посібник*. – Київ: Видавництво "Фактор", 2018. – 200 с.
13. Таран, І. О. *Дизайн та комунікація в онлайн-просторі*. – Одеса: Видавництво "Юридична книга", 2017. – 220 с.
14. Федорова, Л. І. *Психологія візуального сприйняття та дизайн соціальних медіа*. – Київ: Видавництво "Рада", 2019. – 170 с.
15. Черненко, В. П. *Графіка та комунікація в соціальних медіа: теорія та практика*. – Київ: Видавництво "Буква", 2018. – 210 с.
16. Шевченко, М. А. *Візуальний контент у соціальних медіа: дизайн та стратегія*. – Харків: Видавництво ПП "Основа", 2021. – 180 с.
17. Зубко, О. В. *Інтерфейс та дизайн для онлайн-маркетингу в соціальних мережах*. – Одеса: Видавництво "Астропринт", 2021. – 195 с.

Інтернет-ресурси

18. Canva. *Social Media Branding Guide* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.canva.com/
19. Facebook Business Help Center. *Creative Best Practices for Social Media Ads* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.facebook.com/business/help/
20. HubSpot. *The Ultimate Guide to Social Media Marketing* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://blog.hubspot.com/

Іноземні джерела

21. Ambrose, G., Harris, P. *The Fundamentals of Graphic Design*. – London: Bloomsbury Publishing, 2021. – 192 p.
22. Carpenter, J. *Social Media Content Design and Strategy*. – London: Routledge, 2021. – 192 p.
23. Craig, C. *Design for Digital: A Guide to Building Websites and Social Media Presence*. – New York: Princeton Architectural Press, 2020. – 265 p.
24. Fischer, E. *The Science of Social Media Design*. – New York: Springer, 2021. – 231 p.
25. Fleck, B. *Visual Branding: The Ultimate Guide for Designers*. – New York: McGraw-Hill, 2021. – 210 p.
26. Goudreau, J. *Social Media Design: How to Design for Social Networks*. – New York: McGraw-Hill Education, 2020. – 220 p.
27. Green, A. *The Art of Social Media Content Creation*. – London: Routledge, 2020. – 208 p.
28. Heller, S. *The Design of Dissent: Social Media and Activism*. – London: Thames & Hudson, 2017. – 256 p.
29. Johnson, C. *Branding in the Age of Social Media*. – New York: Routledge, 2019. – 220 p.
30. Jordan, S. *Social Media Design and Branding for Beginners*. – San Francisco: Wiley, 2020. – 176 p.
31. Kaczmarek, P. *Social Media Marketing for Creative Professionals*. – London: Wiley, 2021. – 196 p.
32. Kuss, D. J., Griffiths, M. D. *Social Media and Addiction: Ten Lessons Learned*. – London: Springer, 2017. – 274 p.
33. Lee, J., Lee, Y. *Social Media Design: Principles, Practices, and Tools for the Digital Age*. – London: Sage, 2022. – 256 p.
34. Lupton, E. *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, and Students*. – New York: Princeton Architectural Press, 2014. – 224 p.

35. McCracken, H. *The Power of Social Media Marketing: Visual Design for Digital Platforms*. – New York: Hachette, 2020. – 214 p.
36. McLeod, A. *Social Media Design for Business: Strategies, Tools, and Best Practices*. – San Francisco: Wiley, 2022. – 256 p.
37. Montgomery, A. *Social Media for Designers: Building Engagement and Branding*. – San Francisco: Peachpit Press, 2018. – 248 p.
38. Patton, G. *Social Media Ads and Design Strategies*. – New York: HarperCollins, 2022. – 256 p.
39. Poulton, D. *Social Media: The Ultimate Guide for Designers*. – London: Design Press, 2021. – 185 p.
40. Savage, C. *Creating Social Media Graphics: A Beginner's Guide*. – London: McGraw-Hill Education, 2017. – 180 p.
41. Sacks, M. *The Social Media Designers' Handbook: Essential Techniques for Effective Digital Design*. – San Francisco: Peachpit Press, 2020. – 220 p.
42. Shaughnessy, A. *How to Create Visual Content for Social Media*. – London: Laurence King Publishing, 2019. – 192 p.
43. Silber, C. *Social Media and Visual Communication: Designing for Social Platforms*. – New York: Routledge, 2021. – 232 p.
44. Stead, J. *Graphic Design for Social Media Marketing*. – London: Gestalten, 2021. – 204 p.
45. Wheeler, A. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. – Hoboken: Wiley, 2017. – 368 p.
46. Zeldman, J. *Designing with Web Standards*. – Berkeley: New Riders, 2017. – 480 p.

ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Що таке дизайн для соціальних мереж і чому він важливий?
2. Які основні завдання має дизайн для соціальних мереж?
3. Які типи контенту існують для соцмереж і як вони відрізняються за стилем?
4. Як дизайн може вплинути на взаємодію з користувачами в соціальних мережах?
5. Які основні принципи дизайну важливі для створення контенту в соцмережах?
6. Як визначити цільову аудиторію для соціальних мереж?
7. Як вибір платформи (Instagram, Facebook, TikTok) впливає на дизайн контенту?
8. Які характеристики різних платформ потрібно враховувати при створенні дизайну?
9. Як адаптувати дизайн до конкретних потреб користувачів на різних платформах?
10. Як аналіз аудиторії допомагає створювати більш ефективний дизайн для соцмереж?
11. Що таке візуальна ідентичність бренду?
12. Як колірна палітра впливає на сприйняття бренду в соцмережах?
13. Які елементи візуальної ідентичності важливі для бренду в соціальних мережах?
14. Як визначити основний стиль бренду для соціальних мереж?
15. Як створити унікальний стиль бренду для соцмереж, щоб він виділявся серед конкурентів?
16. Як адаптувати дизайн посту для Instagram та Facebook?
17. Як розміри зображень змінюються для різних соціальних мереж?
18. Як враховувати специфіку візуального контенту для TikTok та YouTube?
19. Чому важливо враховувати формат контенту (пейзаж, портрет) для різних платформ?
20. Як адаптувати дизайн сторіс для Instagram та Facebook?
21. Як створити ефективні графічні матеріали для соціальних мереж?
22. Які типи графічних елементів є найбільш популярними в соцмережах?
23. Як поєднувати текст і графіку в соціальних мережах?
24. Як створювати адаптивні графічні матеріали для мобільних пристроїв?
25. Які програми та інструменти найкраще підходять для створення графіки для соцмереж?
26. Що таке карусель у Instagram і як її правильно оформити?
27. Як створювати ефективні текстові блоки для постів у соцмережах?
28. Як вибирати шрифт і колір для постів у соцмережах?
29. Як підбирати зображення для постів, щоб вони були привабливими та інформативними?
30. Які особливості має дизайн постів для брендових акаунтів?

31. Як створити ефективний дизайн для Instagram Stories?
32. Як використовувати анімації в Stories для привернення уваги?
33. Як створити інтерактивні елементи для Stories (опитування, питання)?
34. Як створити цікаві Reels з візуальними ефектами?
35. Як інтегрувати музику та звукові ефекти у відео для Stories та Reels?
36. Як правильно оформити рекламу для соціальних мереж?
37. Які особливості реклами в Facebook та Instagram щодо дизайну?
38. Як використовувати контрастні кольори для привернення уваги до реклами?
39. Як оптимізувати дизайн реклами для мобільних пристроїв?
40. Як створювати рекламу, яка відповідає вимогам платформ та нормам?
41. Які інструменти для дизайну найбільш популярні серед дизайнерів соцмереж?
42. Як використовувати Canva для створення контенту для соціальних мереж?
43. Як працювати з Figma при створенні дизайну для соцмереж?
44. Як автоматизувати публікацію графічного контенту через інструменти, як Buffer або Hootsuite?
45. Як працювати з технічними вимогами до формату зображень для кожної платформи?
46. Як аналізувати тренди дизайну для соцмереж?
47. Які популярні дизайнерські стилі та елементи використовуються в 2025 році?
48. Як використовувати актуальні тренди для залучення нових підписників?
49. Чому важливо слідкувати за трендами в дизайні соцмереж?
50. Як застосовувати тренди дизайну, щоб утримувати увагу цільової аудиторії?
51. Що таке A/B тестування і як його застосувати до дизайну соцмереж?
52. Як правильно вибрати варіанти контенту для A/B тестування?
53. Як аналізувати результати A/B тестів щодо дизайну?
54. Які метрики важливі для оцінки ефективності тестування візуального контенту?
55. Як покращити дизайн на основі результатів A/B тестування?
56. Як часто потрібно проводити A/B тестування для оцінки нових дизайнерських рішень?
57. Як зрозуміти, що результат A/B тесту є статистично значущим?
58. Як враховувати різні аудиторії при проведенні A/B тестування?
59. Як визначити, чи зміни в дизайні позитивно впливають на конверсію?
60. Як оптимізувати дизайн на основі тестування і зворотного зв'язку?