Структурний підрозділ
«Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
Вищого навчального закладу
«Київська Академія прикладних мистецтв»

Силабус курсу

<table>
<tr><th colspan="2">Основні характеристики</th></tr>
<tr><td>Назва українською мовою</td><td>Розробка фірмового стилю</td></tr>
<tr><td>Назва англійською мовою</td><td>Corporate Identity Development</td></tr>
<tr><td>Код</td><td>ОК 26</td></tr>
<tr><td>Спеціальність</td><td>022 Дизайн (спеціалізація – графічний дизайн).</td></tr>
<tr><td>Освітня програма</td><td>Графічний дизайн</td></tr>
<tr><td>Рівень освіти</td><td>Рівень фахової передвищої освіти, 5 рівень НРК</td></tr>
<tr><td>Рік навчання</td><td>2024–2025</td></tr>
<tr><td>Форма навчання</td><td>денна</td></tr>
<tr><td>Кількість годин / кредитів ECTS</td><td>180/6</td></tr>
<tr><td>Розподіл годин за видами занять</td><td>
<table>
<tr><td></td><td>Теоретичні заняття</td><td>Практич. занят. (семінари)</td><td>Самос. роботи</td><td>Всього</td></tr>
<tr><td>Години</td><td>92</td><td>162</td><td>46</td><td>180</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Контрольні заходи</td><td>
<table>
<tr><td>Екзамен</td><td>Залік</td><td>МКР (вказати кількість)</td><td>РГР, РР, ГР (вказати кількість)</td><td>ДКР (вказати кількість)</td><td>Реферат (вказати кількість)</td></tr>
<tr><td>+</td><td>+</td><td>3</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Статус дисципліни / кредитного модуля</td><td>обов’язковий</td></tr>
<tr><td>Мова викладання</td><td>українська</td></tr>
<tr><th colspan="2">Кадрове забезпечення</th></tr>
<tr><td>Кафедра, що забезпечує викладання</td><td>Графічний дизайн</td></tr>
<tr><td>Викладач (лекційні заняття)</td><td>Викладач спец. дисциплін дизайнерського профілю
Коваленко Інна Олександрівна</td></tr>
<tr><td>E-mail та інші контакти викладача</td><td>innessak@kapi.com.ua</td></tr>
</table>

Викладач (практичні / лабораторні заняття)	*Викладач спец. дисциплін дизайнерського профілю* *Коваленко Інна Олександрівна*
E-mail та інші контакти викладача	innessak@kapi.com.ua
Цілі та предметні результати навчання	
Цілі дисципліни	ознайомити студентів із принципами створення фірмового стилю, розвинути навички візуальної комунікації та навчити розробляти унікальну айдентику для брендів, враховуючи їхню специфіку та цінності.
Компетентності	ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність), виявляти, ставити та вирішувати проблеми в професійній діяльності. ЗК7. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК8. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями і уміннями в галузі дизайну, розуміти предметну галузь та сфери професійної діяльності, застосовувати набуті знання у практичних ситуаціях. *ЗК11*. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.*
Здатності	СК2. Здатність візуалізувати творчі задуми при створенні об'єктів дизайну. СК3. Здатність застосовувати засоби та прийоми формоутворення, макетування та моделювання об'єкту для втілення дизайнерської ідеї. СК4. Здатність вибирати техніки та/або технології створення об'єктів дизайну у відповідних матеріалах, розуміючи екологічні наслідки своєї професійної діяльності та обґрунтовувати свій вибір. СК5. Здатність використовувати програмне забезпечення для вирішення професійних завдань. СК8. Здатність здійснювати міжособистісну, соціальну та професійну комунікацію в процесі виконання професійних завдань. СК9. Здатність проявляти ініціативу та креативні підприємницькі навички. СК10. Здатність планувати та управляти процесом виконання дизайнерського завдання. СК13.* *Здатність володіти фаховою термінологією, методами і прийомами, необхідними для розуміння і виконання дизайнерських робіт.* *СК 15.* Здатність здійснювати композиц* *СК 16.* Здатність застосовувати теоретичні знання та практичні навички у створенні, розробці та редагуванні дизайнерських шрифтів*
Результати навчання	РН 4. Застосовувати базові поняття, концепції, принципи, техніки і технології дизайну в процесі створення об'єктів дизайну. РН 5 Знаходити оригінальні рішення поставлених професійних завдань самостійно або в співпраці у творчому колективі (групі), аргументуючи свій вибір. РН 6 Застосовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології для пошуку та аналізу необхідної інформації у вирішенні практичних проблем. РН 8 Використовувати успішні українські та закордонні дизайнерські практики.

	РН 9 Зображувати композиційно-цілісні об’єкти дизайну засобами графічних технік. РН 10 Створювати макет (модель) об’єкту (продукту) дизайну для демонстрації творчого задуму. РН 11 Обґрунтовувати вибір технік, технологій та матеріалів для створеного або спроєктованого об’єкту (продукту) дизайну, враховуючи його екологічну безпечність. РН 12 Застосовувати відповідне програмне забезпечення для виконання конкретного дизайнерського завдання. РН 13 Оцінювати власні результати на всіх етапах розробки об’єкту (продукту) дизайну відповідно до нормативної документації. РН 14 Працювати автономно та/або в команді. РН 15 Проявляти ініціативу та креативні підприємницькі навички в професійній діяльності, у пошуку нових напрямів роботи та маркетингових комунікаціях.
Вимоги до підготовки слухачів (міждисциплінарні зв’язки, що передують вивченню дисципліни)	ОК 24 Комп’ютерна графіка; ОК 25 Історія дизайну; ОК 30 Графічний дизайн; ОК 31 Технологія обробки текстової та графічної інформації.
Зміст дисципліни (перелік тем)	**1 семестр** Тема 1. Історія виникнення фірмового стилю Тема 2. Поняття «Фірмовий стиль», його цілі, функції. Тема 3. Константи фірмового стилю. Тема 4. Структура графічного знаку. Тема 5. Неймінг у фірмовому стилі. Тема 6. Значення кольору у фірмовому стилі. Тема 7. Базові поняття айдентики Тема 8. Специфіка понять торгова марка, бренд та товарний знак Тема 9. Логотип як основа айдентики Тема 10. Фірмові продукти та носії айдентики Тема 11. Основні етапи розробки фірмового стилю. Тема 12. Просування фірмового стилю на споживчому ринку. Тема 13. Принципи гештальту у дизайні: як психологія формує сприйняття користувачів Тема 14. Дослідження цільової аудиторії та конкурентів Тема 15. Тренди у створенні фірмового стилю **2 семестр** Тема 16. Сучасна реклама та фірмовий стиль: напрямки, стилі, тренди Тема 17. Психологія кольору та типографіка Тема 18. Фірмовий стиль у рекламі та промо-матеріалах Тема 19. Розробка креативної концепції бренду Тема 20. Створення гайдлайнів для використання фірмового стилю Тема 21. Айдентика та емоційний зв’язок з брендом Тема 22. Фірмовий стиль у друкованій продукції (папки, конверти бланки, візитівки) Тема 23. Розробка основних компонентів айдентики (сувенірна продукція) Тема 24. Тренди у створенні фірмового стилю (Мінімалізм, 3D-елементи,

<table>
<tr><td></td><td colspan="3">динамічний брендинг)
Тема 25. Роль ілюстрацій та іконографіки у фірмовому стилі
Тема 26. Ребрендінг як система удосконалення бренду
Тема 27. Створення айдентики для реального або вигаданого бренду
3 семестр
Тема 28. Фірмовий стиль для соціально відповідального бізнесу (Еко-дизайн, sustainable branding та тренди соціальної відповідальності)
Тема 29. Айдентика для стартапів та малих бізнесів (Особливості створення фірмового стилю для нових брендів)
Тема 30. Міжнародні стандарти у створенні фірмового стилю (Вимоги до дизайну для глобальних брендів)
Тема 31. Брендування транспортних засобів
Тема 32. Айдентика для подій та фестивалів
Тема 33. Мобільні додатки та UI/UX у фірмовому стилі (Як айдентика впливає на дизайн інтерфейсу додатків)
Тема 34. Колаборації брендів та інтеграція фірмового стилю
Тема 35. Стиль бренду в упаковці товару
Тема 36. Типографіка у фірмовому стилі: створення кастомних шрифтів
Тема 37. Соціальні мережі та бренд-айдентика
Тема 38. Практичний кейс: розробка фірмового стилю для реального клієнта</td></tr>
<tr><td colspan="4">Дидактичні методи (вказати за всіма видами занять)</td></tr>
<tr><td>На лекційних заняттях</td><td colspan="3">лекція, пояснення, презентація</td></tr>
<tr><td>На практичних заняттях</td><td colspan="3">1) методи проблемного навчання (проблемний виклад, частково-пошуковий і дослідницький метод, дискусія);
2) інформаційно-комунікаційні технології, що забезпечують проблемно-дослідницький характер процесу навчання та активізацію самостійної роботи студентів (електронні презентації для практичних занять).</td></tr>
<tr><td>Література основна</td><td colspan="3">1. Дизайн рекламних матеріалів: Практичний посібник / Колектив авторів. – Київ: Артбук, 2015. – 192 с.
2. Твітчелл, К. Управління брендом: нові стратегії для розвитку компанії. — Київ: Видавничий дім "Інтертех", 2017. — 180 с.
Всього основної літератури: 45</td></tr>
<tr><td>Література додаткова</td><td colspan="3">Всього додаткової літератури: 10</td></tr>
<tr><td>Технічне забезпечення</td><td colspan="3">Програмне забезпечення для виконання практичного завдання</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Сума балів за всі види навчальної діяльності</td><td rowspan="2">Оцінка ECTS</td><td colspan="2">Оцінка за національною шкалою</td></tr>
<tr><td>для екзамену, курсового проекту (роботи), практики</td><td>для заліку</td></tr>
<tr><td>100-90</td><td>A</td><td>відмінно</td><td rowspan="5">зараховано</td></tr>
<tr><td>89-82</td><td>B</td><td>дуже добре</td></tr>
<tr><td>82-75</td><td>C</td><td>добре</td></tr>
<tr><td>74-65</td><td>D</td><td>задовільно</td></tr>
<tr><td>64-50</td><td>E</td><td>достатньо</td></tr>
<tr><td>49-35</td><td>FX</td><td>незадовільно з можливістю повторного складання</td><td rowspan="2">не зараховано</td></tr>
<tr><td>35-0</td><td>X</td><td>не зараховано з</td></tr>
</table>

		обов’язковим повторним вивченням дисципліни	
Політика курсу			
Правила взаємодії	Дотримання положень «Кодексу академічної доброчесності Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну» ВНЗ «Київська Академія прикладних мистецтв» Практичні роботи кожний студент виконує самостійно. У разі виявлення схожості робіт така діяльність буде вважатися порушенням академічної доброчесності згідно з принципами щодо академічної доброчесності.		
Додаткова інформація	Навчальні плани Методичний комплекс з дисципліни Робоча навчальна програма		