

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

**"ЗАТВЕРДЖУЮ"**

Заступник керівника  
(проректор з науково-педагогічної роботи)  
Афанасьєв М.В.

" \_\_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2018 року

**ДИЗАЙН ФІРМОВОГО СТИЛЮ**

**робоча програма навчальної дисципліни**

Галузь знань **усі**  
Спеціальність **усі**  
Освітній рівень **другий (магістерський)**

Освітні програми **усі**

Вид дисципліни **за вибором**  
Мова викладання, навчання та оцінювання **українська**

Завідувач кафедри  
комп'ютерних систем та технологій

Пушкар О. І.

**Харків  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця  
2019**

Затверджено на засіданні кафедри комп'ютерних систем і технологій.  
Протокол № 1 від 27.08.2018 р.

Розробники:

Пушкар О. І., д.е.н., проф. кафедри комп'ютерних систем і технологій.

Бережна О.Б., доцент кафедри комп'ютерних систем і технологій.

**Лист оновлення та перезатвердження  
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри
2018/2019	27.08.2018 р.	1	

## Вступ

Ось цей – креативний та агресивний, той – старомодний та витончений, а ось той – затишний та комфортний. Майже так споживачі відчують магазини й торгівельні центри, кафе й ресторани, підприємства й установи, з якими мають справу. На сьогодні на ринку, фактично, конкурують не компанії, не їх товари, а їх іміджі.

На формування іміджу компаній впливають багато факторів. І один із найважливіших – це візуальний образ компанії, який створюється за допомогою графічного дизайну. Цей образ формується з багатьох речей: логотип, колірна гама, шрифти, композиція рекламних зображень, верстка веб-сайту та презентацій. Створений індивідуальний образ дозволяє покупцеві виділити компанію на загальному фоні, запам'ятати її. І цей образ слід створювати грамотно – на основі знання принципів графічної композиції та дизайну.

Навчальна дисципліна «Дизайн фірмового стилю» складається з двох розділів (модулів):

- 1) загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну;
- 2) фірмовий стиль та корпоративні видання.

У першому розділі дисципліни розглядаються загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну.

У рамках цього розділу вивчаються:

основні принципи та прийоми побудови гармонійної графічної композиції; характеристики кольору і гармонійні комбінації кольорів; функції шрифту в композиції та базові терміни типографіки.

Практична компонента першого розділу дисципліни пов'язана, насамперед, з вивченням інструментарію *Adobe Photoshop* та його застосуванням задля створення гармонійних графічних композицій.

У другому розділі дисципліни розглядається процес створення системи графічної корпоративної ідентифікації.

У рамках цього розділу дисципліни вивчаються:

принципи розробки графічного фірмового стилю організацій; етапи проектування в графічному дизайні; фактори, що впливають на вибір видів корпоративних видань; особливості дизайну корпоративних видань.

Практична компонента другого розділу дисципліни пов'язана, насамперед, із застосуванням *Adobe Photoshop* та спеціалізованих онлайн-сервісів задля розробки елементів графічного фірмового стилю компанії та дизайну корпоративних видань.

**Метою** викладання даної навчальної дисципліни є формування у студентів компетентностей з управління процесом розробки елементів графічного фірмового стилю компанії та дизайну корпоративних видань на основі знання принципів художньої композиції та графічного дизайну.

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**: формування знань щодо принципів, прийомів та засобів графічної

композиції;

формування компетентностей щодо створення графічних композицій засобами *Adobe Photoshop*;

формування компетентностей щодо розробки елементів графічного фірмового стилю компанії;

формування компетентностей щодо формулювання вимог до дизайну корпоративних видань.

**Об'єктом** навчальної дисципліни є процес розробки елементів графічного фірмового стилю компанії та дизайну корпоративних видань.

Предметом навчальної дисципліни є змістовні принципи та основні тенденції дизайну графічного фірмового стилю та корпоративних видань. У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять та виконання практичних завдань. Також велике значення в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

**знати:**

сутність дизайну та графічного дизайну;

основні принципи побудови гармонійної графічної композиції; прийоми

побудови гармонійної графічної композиції; характеристики кольору;

види кольорів;

гармонійні комбінації кольорів;

функції шрифту в композиції;

базові терміни типографіки; види

гарнітур;

принципи розробки графічного фірмового стилю організацій; етапи

проекування у графічному дизайні;

правила оформлення технічного завдання на розробку графічного дизайну;

види корпоративних видань та їх особливості;

фактори, що впливають на вибір видів корпоративних видань; вимоги

до дизайну корпоративних друкованих видань;

вимоги до дизайну корпоративних мультимедійних презентацій;

вимоги до дизайну корпоративних веб-сайтів;

**вміти:**

формулювати вимоги до продуктів дизайну, виходячи з призначення дизайну та його системності;

створювати графічні композиції, які відповідають основним композиційним принципам;

обирати композиційні прийоми, які забезпечать досягнення заданої комунікаційної мети композиції;

обирати колірну гаму композиції відповідно до заданого враження, яке повинна створювати композиція;

обирати характеристики шрифту, які забезпечать досягнення заданої комунікаційної мети

композиції;

формулювати вимоги до елементів графічного фірмового стилю;  
оформляти технічне завдання на розробку графічного дизайну;  
розробляти елементи графічного фірмового стилю;  
обирати види корпоративних видань задля формування заданого корпоративного іміджу;  
формулювати вимоги до дизайну корпоративних видань;

**комунікація:**

розуміння дискурсу графічного дизайну;

вміння розуміти, ставити та вирішувати завдання, сформульовані в термінах принципів композиції, колірних характеристик композиції, типографіки;

вміння розуміти, ставити та вирішувати завдання, сформульовані в термінах графічної корпоративної ідентифікації;

**автономність і відповідальність:**

спроможність самостійно приймати обґрунтовані рішення щодо формулювання вимог до елементів графічного фірмового стилю організацій;

спроможність самостійно приймати обґрунтовані рішення щодо вибору характеристик дизайну корпоративних видань організацій.

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань: усі галузі	Вибіркова
Змістових модулів – 2	Спеціальність: усі спеціальності	Рік підготовки: 1М або 2М
Загальна кількість годин – 150		Семестр
		2 або 3
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4; самостійної роботи студента – 11	Освітній ступінь: магістр	Лекції
		20 год
		Практичні
		20 год
		Самостійна робота
110 год		
Вид контролю: залік		

*Примітка.* Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить 36,4 %.

**Професійні компетентності,  
які отримують студенти після вивчення навчальної дисципліни**

Код компетентності	Назва компетентності	Складові компетентності
ДФС* 1	Створювати гармонійні графічні композиції за-собами <i>Adobe Photoshop</i>	Створювати графічні композиції, які відповідають основним композиційним принципам
		Обирати колірну гаму композиції відповідно до заданого враження, яке повинна створювати композиція
		Обирати характеристики шрифту, які забезпечать досягнення заданої комунікаційної мети композиції
ДФС 2	Розробляти елементи графічного фірмового стилю	Формулювати вимоги до елементів графічного фірмового стилю
		Оформляти технічне завдання на розробку графічного фірмового стилю
		Розробляти елементи графічного фірмового стилю
ДФС 3	Формулювати вимоги до дизайну корпоративних видань	Обирати види корпоративних видань задля формування заданого корпоративного іміджу
		Формулювати вимоги до дизайну корпоративних видань
		Оформляти технічне завдання на розробку дизайну корпоративного видання

\* Дизайн фірмового стилю

# **1. Програма навчальної дисципліни**

## **Змістовий модуль 1. Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну**

### **Тема 1. Поняття дизайну фірмового стилю**

- 1.1. Що таке дизайн?
- 1.2. Що таке гарний дизайн?
- 1.3. Види дизайнерської діяльності.
- 1.4. Що таке графічний дизайн?
- 1.5. Що таке дизайн графічного фірмового стилю?

### **Тема 2. Основи композиції**

- 2.1. Поняття композиції.
- 2.2. Принципи композиції.
- 2.3. Елементи композиції.
- 2.4. Прийоми побудови композиції.
- 2.5. Властивості композиції.

### **Тема 3. Колір у композиції**

- 3.1. Колір і його характеристики.
- 3.2. Колірне коло.
- 3.3. Гармонійні комбінації кольорів.

### **Тема 4. Шрифт у композиції**

- 4.1. Функції шрифту в композиції.
- 4.2. Термінологія (кернинг, трекинг).
- 4.3. Види гарнітур шрифту.

## **Змістовий модуль 2. Фірмовий стиль та корпоративні видання**

### **Тема 5. Елементи графічного фірмового стилю**

- 5.1. Елементи та носії графічного фірмового стилю.
- 5.2. Довідник з використання фірмового стилю (брендбук).

5.3. Товарний знак: поняття та види.

5.4. Принципи створення логотипів.

## **Тема 6. Технологія дизайнерського проектування**

6.1. Етапи проектування в графічному дизайні.

6.2. Технічне завдання на розробку графічного дизайну.

6.3. Методи активізації творчого процесу в графічному дизайні.

## **Тема 7. Корпоративні видання**

7.1. Що таке корпоративне видання?

7.2. Класифікація корпоративних видань.

7.3. Особливості корпоративних видань.

7.4. Фактори, що впливають на вибір видів корпоративних видань.

## **Тема 8. Дизайн корпоративних видань**

8.1. Рекомендації з дизайну корпоративних друкованих видань.

8.2. Рекомендації з дизайну корпоративних мультимедійних презентацій.

8.3. Рекомендації з дизайну корпоративних веб-сайтів.

### **Структура залікового кредиту навчальної дисципліни**

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	денна форма			
	усього	у тому числі		
лекційні		практичні	самостійна робота	
<b>Змістовий модуль 1. Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну</b>				
Тема 1. Поняття дизайну фірмового стилю	13	2	–	11
Тема 2. Основи композиції	19	2	6	11
Тема 3. Колір у композиції	15	2	2	11
Тема 4. Шрифт у композиції	15	2	2	11
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>62</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>44</b>
<b>Змістовий модуль 2. Фірмовий стиль та корпоративні видання</b>				



Тема 5. Елементи графічного фірмового стилю	30	4	4	22
Тема 6. Технологія дизайнерського проектування	15	2	2	11
Тема 7. Корпоративні видання	13	2		11
Тема 8. Дизайн корпоративних видань	30	4	4	22
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>88</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>66</b>
<b>РАЗОМ</b>	<b>150</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>110</b>

## 2. Теми практичних занять

**Практичне заняття** – форма навчального заняття, за якої викладач організовує детальний розгляд окремих теоретичних положень навчальної дисципліни і формує вміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом сформульованих завдань. Проведення таких занять ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі – тестах для виявлення ступеня оволодіння необхідними теоретичними положеннями, наборі завдань різного рівня складності для розв'язування їх на занятті. Воно включає проведення попереднього контролю знань, вмінь і навичок студентів, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, розв'язування завдань із їх обговоренням, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку, оцінювання (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

### Перелік тем практичних занять

№ з/п	Теми практичних занять	Кількість годин	Література
<b>Змістовий модуль 1. Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну</b>			
1	Практичне заняття 1. Основні операції з зображеннями	2	Основна: [3]. Додаткова: [17]
2	Практичне заняття 2. Виділення областей зображення й операції з ними	2	Основна: [3]. Додаткова: [17]

3	Практичне заняття 3. Застосування шарів для створення графічної композиції	2	Основна: [1 – 3]. Додаткова: [11; 12; 15; 17]
4	Практичне заняття 4. Робота з текстом	2	Основна: [1 – 3]. Додаткова: [10; 12; 15 – 17]
5	Практичне заняття 5. Інструменти малювання	2	Основна: [1 – 3]. Додаткова: [7; 12; 15; 17]
<b>Змістовий модуль 2. Фірмовий стиль та корпоративні видання</b>			
6	Практичне заняття 6. Розробка фірмового знаку та логотипу організації	4	Основна: [1; 2; 4]. Додаткова: [5; 6]. Інформаційні ресурси: [18; 19]
7	Практичне заняття 7. Формування технічного завдання на розробку дизайну корпоративної листівки	2	Основна: [2]. Додаткова: [5 – 7; 14]. Інформаційні ресурси: [18; 19]
8	Практичне заняття 8. Розробка дизайну корпоративної листівки	4	Основна: [1; 2]. Додаткова: [5 – 7; 14]
	<b>Усього годин</b>	<b>20</b>	

### 3. Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, лабораторні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

**поточний контроль**, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, лабораторних занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит, – 35 балів);

**модульний контроль**, що проводиться з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті *інтегровану* оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

**підсумковий/семестровий контроль**, що проводиться у формі семестрового екзамену, відповідно до графіку навчального процесу.

*Поточний контроль* з даної навчальної дисципліни проводиться в таких формах:

- активна робота на лекційних заняттях;
- захист лабораторних робіт;
- перевірка есе за заданою тематикою.

*Модульний контроль* з даної навчальної дисципліни проводиться у формі тестування. Тести включають запитання одиничного і множинного вибору щодо перевірки знань основних категорій навчальної дисципліни.

*Підсумковий/семестровий контроль* проводиться у формі семестрового екзамену. Семестровий екзамен – форма оцінки підсумкового засвоєння студентами теоретичного та практичного матеріалу з окремої навчальної дисципліни, що проводиться як контрольний захід.

**Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів.** Оцінювання знань студента під час лабораторних занять проводиться за такими критеріями:

розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;

ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;

ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;

вміння поєднувати теорію з практикою у процесі розгляду виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків під час виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Максимально можливий бал за конкретним завданням ставиться за умови відповідності індивідуального завдання студента або його усної відповіді всім зазначеним критеріям. Відсутність тієї або іншої складової знижує кількість балів. У ході оцінювання лабораторних робіт увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу, згідно з графіком навчального процесу. Якщо якась із вимог не буде виконана, то бали будуть знижені.

**Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів.** Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку.

Критеріями оцінювання есе є:

здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань;

застосування аналітичних підходів;

якість і чіткість викладення міркувань;

логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми;

самостійність виконання роботи;

грамотність подачі матеріалу;

використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ;

оформлення роботи.

**Порядок підсумкового контролю з навчальної дисципліни.** Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Екзаменаційний білет охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімально можлива кількість балів, набраних на екзамені, – 25.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної *"Відомості обліку успішності"*.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: *"60 і*

більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни. Розподіл балів за тижнями змістових модулів 1 та 2 наведено в табл. 1.

#### 4. Розподіл балів, які отримують студенти

Система оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей студентів денної форми навчання наведена в табл. 4.1.

Таблиця 4.1

#### Система оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей

Професійні компетентності	Навчальний тижд.	Години	Форми навчання	ОЦІНКА рівня сформованості компетентностей			
				Форми контролю	МАХ бал		
1	2	3	4	5	6		
<b>Змістовий модуль 1. Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну</b>					<b>28</b>		
ДФС1	1	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 1. Поняття дизайну фірмового стилю	Робота на лекції	1
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 1. Основні операції з зображеннями	Здавання результатів практичного заняття 1	6
		СРС	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять		
	2	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 2. Основи композиції	Робота на лекції	1
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 2. Виділення областей зображення і операції з ними	Здавання результатів практичного заняття 2	6
		СРС	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять		
	3	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 3. Колір у композиції	Робота на лекції	1
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 3. Застосування шарів для створення графічної композиції	Здавання результатів практичного заняття 3	6
		СРС	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять		
	4	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 4. Шрифт у композиції	Робота на лекції	1
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 4. Робота з текстом	Здавання результатів практичного заняття 4	6
		СРС	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять		

Закінчення табл. 4.1

1	2	3	4		5	6		
<b>Змістовий модуль 2. Фірмовий стиль та корпоративні видання</b>						<b>72</b>		
ДФС2	5	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 5. Елементи графічного фірмового стилю	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 5. Інструменти малювання	Здавання результатів практичного заняття 6	6	
		СРС	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять			
	6	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 5. Елементи графічного фірмового стилю	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 6. Розробка фірмового знаку та логотипу організації	На шостому навчальному тижні здача результатів практичного заняття не відбувається	—	
		СРС	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять			
	7	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 6. Технологія дизайнерського проектування	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 6. Розробка фірмового знаку та логотипу організації	Здавання результатів практичного заняття 7	1 2	
		СРС	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять			
	ДФС3	8	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 7. Корпоративні видання	Робота на лекції	1
				2	Практичне заняття	Практичне заняття 7. Формування технічного завдання на розробку дизайну корпоративної листівки	Здавання результатів практичного заняття 7	6
			СРС	11	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять Написання есе за темою з самостійної роботи		
9		Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 8. Дизайн корпоративних видань КОНТРОЛЬНА РОБОТА (тестування)	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 8. Розробка дизайну корпоративної листівки	Підсумкова контрольна робота	20	
		СРС	4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять	На дев'ятому навчальному тижні здача результатів практичного заняття не відбувається	—	
10		Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 8. Дизайн корпоративних видань	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Практичне заняття 8. Розробка дизайну корпоративної листівки	Здавання результатів практичного заняття 8	1 2	
		СРС	4	Підготовка до занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять			
<b>УСЬОГО годин</b>			<b>150</b>	<b>Загальна максимальна кількість балів по дисципліні</b>		<b>100</b>		
						з них		
						поточний контроль:	<b>100</b>	
						підсумковий контроль:	<b>0</b>	

Максимальну кількість балів, яку може накопичити студент протягом тижня за формами та методами навчання, наведено в табл. 4.3.

Таблиця 4.3

**Розподіл балів за тижнями**

Теми змістового модуля			Лекційні заняття	Практичні заняття	Есе	Контрольна робота	Усього
<b>Змістовий модуль 1. Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну</b>	Тема 1	1 тиждень	1	6	–	–	7
	Тема 2	2 тиждень	1	6	–	–	7
	Тема 3	3 тиждень	1	6	–	–	7
	Тема 4	4 тиждень	1	6	–	–	7
<b>Змістовий модуль 2. Фірмовий стиль та корпоративні видання</b>	Тема 5	5 тиждень	1	6	–	–	7
	Тема 5	6 тиждень	1	–	–	–	1
	Тема 6	7 тиждень	1	12	–	–	13
	Тема 7	8 тиждень	1	6	10	–	17
	Тема 8	9 тиждень	1	–	–	20	21
	Тема 8	10 тиждень	1	12	–	–	13
<b>УСЬОГО</b>			<b>10</b>	<b>60</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 4.4).

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності, індивідуального навчального плану студента та іншої академічної документації.

Таблиця 4.4

**Шкала оцінювання: національна та ЄКТС**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		

**5. Рекомендована література****Основна**

1. Папанек В. Дизайн для реального мира / В. Папанек. – М. : Издатель Дмитрий Аронов, 2012. – 416 с.
2. Потрашкова Л. В. Основи композиції та дизайну : навч. посіб. / Л. В. Потрашкова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 144 с.
3. Пушкар О. І. Технології комп'ютерного дизайну : навч. посіб./ Пушкар О. І., Браткевич В. В., Климнюк В. Є. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 165 с.
4. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль / Д. Эйри. – СПб. : Питер, 2014. – 208 с.

**Додаткова**

5. Гэд Т. 4D-брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики / Т. Гэд. – СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 230 с.
6. Дегтярев А. Р. Изобразительные средства рекламы: Слово, композиция, стиль, цвет / А. Р. Дегтярев. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2006. – 256 с.
7. Иттен И. Искусство цвета / И. Иттен. – М. : Д. Аронов, 2001. – 96 с.
8. Каптерев А. Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир / А. Каптерев. – М. : Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2012. – 336 с.
9. Кнабе Г. А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа / Г. А. Кнабе. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 736 с.
10. Королькова А. Живая типографика / А. Королькова. – М. : ИндексМаркет,

– 256 с.

15. Уэйншенк С. 100 главных принципов дизайна / С. Уэйшенк. – СПб. : Питер, 2012. – 272 с.

16. Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн / Дж. Феличи. – СПб. : БХВ-Петербург, 2004. – 496 с.

17. Adobe Photoshop CS5. Официальный учебный курс. – М. : Эксмо, 2011. – 432 с.

### **Інформаційні ресурси**

18. Васильев И. Практика создания товарных знаков / И. Васильев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://create.tm/>

19. Потрашкова Л. В. Электронный учебный курс по дисциплине «Основы композиции и дизайна» / Л. В. Потрашкова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.okd.mdk.ksue.edu.ua/>

20. Обухов Н. Дизайн в цифровой среде / Н. Обухов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://tilda.education/courses/web-design/>

### **Методичне забезпечення**

21. Методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт з навчальної дисципліни «Основы композиції та дизайну» для студентів напряму підготовки «Видавничо-поліграфічна справа» усіх форм навчання / укл. Л. В. Потрашкова, Н. І. Прибиткова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 48 с.

22. Методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт з навчальної дисципліни «Технологія комп'ютерного дизайну» для студентів напряму підготовки «Видавничо-поліграфічна справа» всіх форм навчання / укл. В. Є. Климнюк, Ю. А. Сисоєва. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 76 с.