

Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну
імені Михайла Бойчука
Факультет Дизайну
Кафедра графічного дизайну

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ОК 21 Фірмовий стиль та айдентика
(назва дисципліни без скорочень)

Загальна інформація про дисципліну

Рівень (ступінь) вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	02 Культура і мистецтво
Спеціальність	022 Дизайн
Освітня програма	Графічний дизайн
Статус дисципліни	Нормативна
Курс / семестр	3 курс, 5,6-й семестр
Кількість кредитів ЄКТС	9
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції –
	Семінарські –
	Практичні – 135 год.
	Самостійна робота – 135 год.
Форма підсумкового контролю	Екзаменаційний перегляд
Викладач (-і)	Пшінка Наталя Миколаївна, старший викладач; Капоріков Гліб, викладач; Засуха Дмитро Валерійович, викладач.
Контактна інформація викладача (-ів)	pshinka_n@kdidpamid.edu.ua
Ресурси комунікації з викладачем	Модульне середовище
Дні занять	згідно діючого розкладу занять
Консультації	Дистанційні, відповідно до графіку консультацій; за домовленістю з ініціативи здобувача

Опис навчальної дисципліни

Анотація дисципліни	Дисципліна спрямована на формування у здобувачів вищої освіти цілісного розуміння принципів побудови візуальної ідентичності як ключового елементу
---------------------	--

	сучасних комунікаційних стратегій у сфері дизайну. Зміст дисципліни охоплює вивчення понять брендингу, айдентики, фірмового стилю, логотипу, типографіки, композиції, семіотики візуальних образів, а також практику розроблення цілісних візуальних систем для комерційних і культурних проєктів. Курс розвиває аналітичне та креативне мислення, навички візуального моделювання й розуміння культурних кодів як важливої складової комунікаційного простору сучасного соціуму. Дисципліна посідає важливе місце у системі підготовки фахівців у галузі графічного дизайну, забезпечуючи міждисциплінарний зв'язок із курсами образотворчого мистецтва та мультимедійного дизайну.
Мета й завдання навчальної дисципліни	Метою навчальної дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти системного розуміння принципів побудови візуальної айдентики як цілісного інструменту комунікації у сфері дизайну, а також набуття практичних навичок зі створення індивідуальних і корпоративних візуальних систем, що відображають ідентичність бренду, особистості або культурного явища. Основними завданнями вивчення дисципліни є: – опанування теоретичних та практичних основ візуальної айдентики, її структурних елементів та функцій у комунікаційному просторі; – вивчення принципів проектування фірмового стилю, логотипу, кольорової та шрифтової системи; – розвиток здатності до аналітичного та креативного мислення у процесі розроблення візуальних концепцій; – формування навичок самостійної розробки проєктів айдентики для різних сфер діяльності; – виховання розуміння українського та світового культурного контексту у створенні візуальних образів. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент має: Знати: -алгоритм оцінювання об'єкту проектування в контексті проєктного завдання, формувати наратив і стратегію бренду та художньо-проєктну концепцію візуальної айдентики.

	- способи створення констант візуальної айдентики та дизайну носіїв засобами проектно-графічного моделювання. - методологію оцінювання об'єкту проектування в контексті редизайну айдентики бренду, формувати художньо-проектну концепцію. - особливості друку та усвідомлювати відповідальність за якість додрукарської підготовки носіїв візуальної айдентики, забезпечувати виконання завдання на високому професійному рівні. Вміти: - Застосовувати набуті знання в дизайні візуальної айдентики у практичних ситуаціях, мати розуміння стратегій візуальної комунікації в брендингу. - збирати та аналізувати інформацію про ринок, цільову аудиторію та конкурентів для обґрунтування дизайнерського проекту, застосовувати теорію і методику дизайну для визначення місії, візії та архетипу бренду, знати фахову термінологію в сфері візуальної айдентики, використовувати основи наукових досліджень в галузі брендингу. - визначати мету, завдання та етапи проектування візуальної айдентики. - Аналізувати ідеї, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти графічного дизайну для розроблення креативних художньо-проектних вирішень візуальної метафори айдентики. - виконувати частину передпроектного дослідження самостійно, а також працювати в команді із замовником та колективом дизайн-агенції; визначати пріоритети професійної діяльності. - дотримуватися стандартів проектування констант візуальної айдентики та технологій виготовлення носіїв айдентики у професійній діяльності. - враховувати властивості матеріалів та конструктивних побудов в процесі дизайну макетів зовнішньої реклами, застосовувати новітні технології у створенні рекламних носіїв. - застосовувати сучасне програмне забезпечення на усіх етапах створення візуальної айдентики бренду. Мати навички: Застосовувати сучасне загальне та спеціалізоване програмне забезпечення у професійній діяльності.
--	---

Передумови вивчення дисципліни	Передумовою для вивчення дисципліни «Візуальна айдентика» є обсяг знань з таких дисциплін як «Комп'ютерна проектна графіка»; «Живопис»; «Рисунок, пластична анатомія»; «Основи проектування і проектної графіки»; «Формоутворення»; «Композиція»; «Кольорознавство»; «Шрифт»; «Історія зарубіжного та українського мистецтва»; «Практика навчальна (біонічна)»; «Каліграфія»; «Графічні техніки»; «Дизайн та художнє оформлення книги»; «Дизайн періодичних видань»; «Практика навчальна (архітектурно-плернерна)»; Дисципліни за вибором здобувача вищої освіти
Програмні компетентності та результати навчання	
Інтегральні компетентності	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі дизайну, або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій і методів дизайну та характеризується комплексністю та невизначеністю умов
Загальні компетенції (ЗК)	ЗК 1. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконання робіт. ЗК 7. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.
Фахові (предметно-специфічні) компетенції спеціальності (ФК)	ФК 1. Здатність застосовувати сучасні методики проектування одиничних, комплексних, багатофункціональних об'єктів дизайну. ФК 2. Здатність здійснювати формоутворення, макетування і моделювання об'єктів дизайну. ФК 3. Здатність здійснювати композиційну побудову об'єктів дизайну. ФК 4. Здатність застосовувати навички проектної графіки у професійній діяльності.

	ФК 6. Здатність застосовувати у проектно-художній діяльності спеціальні техніки та технології роботи у відповідних матеріалах (за спеціалізаціями). ФК 7. Здатність використовувати сучасне програмне забезпечення для створення об'єктів дизайну.
--	--

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	усього	у тому числі			
		лек	сем	практ	срс
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади та практичні основи розроблення візуальної айдентики					
Тема 1. Вступ до візуальної айдентики. Поняття візуальної айдентики, роль айдентики у побудові бренду, її функції і завдання. Історія розвитку. Стратегії візуальної комунікації в брендингу.	8			4	4
Тема 2. Етапи розробки візуальної айдентики. Дослідження. Креативний бриф, місія і візія, архетип бренду. Аналіз ринку, цільової аудиторії та конкурентів.	16			8	8
Тема 3. Візуальна метафора та концепція стилю айдентики. Позиціонування, наратив і стратегія бренду. Образно-асоціативний ряд та визначення основних ідей.	20			10	10
Тема 4. Константи візуальної айдентики. Логотип/знак. Сімейство шрифтових гарнітур. Кольорова палітра бренду. Патерни і фірмові графічні елементи. Фірмове гасло.	36			18	18

Тема 5. Розробка дизайну носіїв візуальної айдентики. Ділова документація, сувенірна продукція і мерч.	24			12	12
Тема 6. Презентація власного проєкту айдентики. Дизайн, друк та експонування презентаційного плакату.	16			8	8
Усього годин за змістовим модулем 1	120			60	60
Змістовий модуль 2. Практика створення, редизайну та презентації комплексної системи візуальної айдентики					
Тема 7. Поняття редизайну в брендингу. Основні принципи, особливості і вимоги.	8			4	4
Тема 8. Передпроєктне дослідження і командна робота з замовником. Розробка концепції айдентики. Графічне втілення основних констант айдентики.	40			20	20
Тема 9. Додаткові елементи візуальної айдентики. Постійний комунікант і маскот. Фірмові зображення. Композиція елементів айдентики у рекламних та іміджевих макетах.	16			8	8
Тема 10. Динамічна айдентика. Адаптивність дизайну айдентики відповідно до носія. Ділова документація, сувенірна продукція і мерч. Зовнішня реклама. Банери для сайтів і соцмереж	32			16	16
Тема 11. Дизайн гайдлайну. Структура і особливості розробки керівництва з використання візуальної айдентики.	32			16	16

Тема 12. Презентація власного проєкту айдентики. Дизайн, друк та експонування презентаційного плакату. Презентаційний ролик.	22			11	11
Усього годин за змістовим модулем 2	150			75	75
РАЗОМ:	270			135	135

Рекомендовані джерела інформації

Основні:

1. Патер Р. Політика дизайну / Рубен Патер. Пер. з англ. Київ, Видавництво ArtHuss, 2021. 196 с.
2. Адамс Ш. Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти. Пер. з англ. Максим Тимченко. Київ, Видавництво ArtHuss, 2022. 256 с.
3. Гевін Емброуз, Найджел Оно-Біллсон Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова (Basics Graphic Design 01: Approach and Language) . К.: ArtHuss. 2019. 192 с.
4. Ніл Леонард, Гевін Емброуз. Основи. Графічний дизайн 03: генерування ідей. / Леонард Ніл, Емброуз Гевін. Пер. з англ.. Марія Мельник, Вероніка Пугач. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с.
5. Ніл Леонард, евін Емброуз. Основи. Графічний дизайн 02: дизайнерське дослідження. / Леонард Ніл, Емброуз Гевін. Пер. з англ.. Марія Мельник, Вероніка Пугач. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с.
6. Galchynska O. S. Design the main components of the brand identity. Graphic design in information and visual space. Кол. моногр. – Рига: Bultia Publishing, 2023. - 280с. С. 184-206 <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-274-6-9>
7. Гальчинська О.С. Дизайн-проектування основних компонентів айдентики бренду. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі. Кол. моногр. – Київ: КНУТД, 2022. – 226 с. С. 149-170
8. Гальчинська О.С., Черемський Р.А. Концептуальний дизайн: початковий етап проектування продукту. *Актуальні проблеми розвитку українського та зарубіжного мистецтв: культурологічний, мистецтвознавчий, педагогічний аспекти*: матеріали VIII Міжнародної наук.-практ. конф. 16–18 черв. 2023р., с. Світязь, Україна. С.250-254. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-317-3-70>
9. Гальчинська Ольга, Терещенко Ганна, Калоянова Биляна. Дослідницький дизайн на прикладі аналізу цільової аудиторії продукту. Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали V Міжнародної наук.-практ. конф., 27 квіт. 2023 р. Київ : КНУТД, 2023. Том 2. С. 54-57.
10. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі. Кол. моногр. – Київ: КНУТД, 2022. – 226 с.

11. Пшінка Н.М. Дизайн фірмових знаків Національного видавництва дитячої літератури «Веселка» (1934–2024). *Цифровізація вищої освіти та цифрова грамотність*: матеріали Всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації, 29 січня – 10 березня 2024 р. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2024. С. 211-214.

Додаткові:

1. Куленко М.Я. Мистецтво шрифту: Графічний дизайн. Кн. 1.: Навчальний посібник. К.: Альтер-прес, 2011. 140 с.
2. Куленко М.Я. Мистецтво шрифту: Графічний дизайн. Кн. 2.: Навчальний посібник. К.: Альтер-прес, 2015. 156 с.
3. Лесняк Володимир Відтворення шрифтової спадщини: 40 оригінальних шрифтів. – К.: ArtHuss. 2020. 160 с.
4. Лисиця Н.М., Белікова Ю. В. Соціологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. - Х.:ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2012. - 207 с.

Інтернет ресурси:

1. Інститут проблем сучасного мистецтва Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mari.kiev.ua/>– Назва з екрану.
2. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>. – Назва з екрану
3. Національна парламентська бібліотека України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nplu.kiev.ua>. – Назва з екрану.
4. Національна бібліотека України імені В.В. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
5. Державна науково-педагогічна бібліотека України ім. В.О. Сухомлинського. URL: www.dnpb.gov.ua/
6. Бібліотека українських підручників. URL: <http://pidruchniki.ws/>
6. <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/3651/1>
7. [Google Академія](#)
8. [Search Publications | ResearchGate](#)
9. [Scopus](#)
10. [Web of Science](#)
11. [Cochrane Library](#)
12. [ScienceDirect](#)
13. [UpToDate](#)
14. <https://eric.ed.gov>

Методи контролю та розподіл балів

Назви змістових модулів і тем	Дата проведення	Формат контролю	Максимальна кількість балів
Змістовий модуль 1 Теоретико-методологічні засади та практичні основи розроблення візуальної айдентики	4-й тиждень грудня	екзаменаційний перегляд результатів виконання практичних завдань.	100
Т1 Вступ до візуальної айдентики. Поняття візуальної айдентики, роль айдентики у побудові бренду, її функції і завдання. Історія розвитку. Стратегії візуальної комунікації в брендингу.	3-й тиждень вересня	Поточний контроль практичних робіт	5
Т2 Етапи розробки візуальної айдентики. Дослідження. Креативний бриф, місія і візія, архетип бренду. Аналіз ринку, цільової аудиторії та конкурентів.	1-й тиждень жовтня	Поточний контроль практичних робіт	15
Т3 Візуальна метафора та	4-й тиждень жовтня	Поточний контроль практичних робіт	15

концепція стилю айдентики. Позиціонування, наратив і стратегія бренду. Образно-асоціативний ряд та визначення основних ідей.			
Т4 Константи візуальної айдентики. Логотип/знак. Сімейство шрифтових гарнітур. Кольорова палітра бренду. Патерни і фірмові графічні елементи. Фірмове гасло.	3-й тиждень листопада	Поточний контроль практичних робіт	15
Т5 Розробка дизайну носіїв візуальної айдентики. Ділова документація, сувенірна продукція і мерч.	5-й тиждень листопада	Поточний контроль практичних робіт	15
Т6 Презентація власного проєкту айдентики. Дизайн, друк та експонування презентаційного плакату.	2-й тиждень грудня	Поточний контроль практичних робіт	15

Екзменаційний контроль	згідно затвердженої дати екзменаційного перегляду	екзменаційний перегляд результатів виконання практичних завдань.	20
Змістовий модуль 2 Практика створення, редизайну та презентації комплексної візуальної айдентики	2-й тиждень червня	екзменаційний перегляд результатів виконання практичних завдань.	100
Т7 Поняття редизайну в брендингу. Основні принципи, особливості і вимоги.	5-й тиждень січня	Поточний контроль практичних робіт	5
Т8 Передпроектне дослідження і командна робота з замовником. Розробка концепції айдентики. Графічне втілення основних констант айдентики.	5-й тиждень лютого	Поточний контроль практичних робіт	15
Т9 Додаткові елементи візуальної айдентики. Постійний	5-й тиждень березня	Поточний контроль практичних робіт	15

комунікант і маскот. Фірмові зображення. Композиція елементів айдентики у рекламних та іміджевих макетах.			
Т10 Динамічна айдентика. Адаптивність дизайну айдентики відповідно до носія. Ділова документація, сувенірна продукція і мерч. Зовнішня реклама. Банери для сайтів і соцмереж	3-й тиждень квітня	Поточний контроль практичних робіт	15
Т11 Дизайн гайдлайну. Структура і особливості розробки керівництва з використання візуальної айдентики.	2-й тиждень травня	Поточний контроль практичних робіт	15
Т12 Презентація власного проєкту айдентики. Дизайн, друк та експонування презентаційного плакату.	4-й тиждень травня	Поточний контроль практичних робіт	15

Презентаційний ролик.			
Екзаменаційний контроль	згідно затвердженої дати екзаменаційного перегляду	<i>екзаменаційний перегляд результатів виконання практичних завдань.</i>	20
РАЗОМ:			200

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

Технічне, програмне та інструментальне забезпечення

Необхідне обладнання, устаткування	Технологічне устаткування комп'ютерного класу
Необхідні засоби	Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для виконання завдань самостійної роботи
Програмне забезпечення	Microsoft Office, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe In Design, Procreate.
Матеріали, інструменти	Папір формату А4, А3, прості олівці, гумка, графічні матеріали (гелеві ручки, лайнери різної

	товщини, маркери, канцелярський ніж, лінійка металева для ескізування
--	--

Політика вивчення навчальної дисципліни

Політику щодо академічної доброчесності	Під час роботи над завданнями порушення академічної доброчесності є неприпустимим: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання. Студенти зобов'язані дотримуватися правил академічної доброчесності. Творчі роботи надаються викладачу з усіма начерками, пошуковими ескізами або макетами до проміжних етапів виконання, що підтверджують авторство розробки. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати завдання.
Політика щодо відвідування занять	Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційному (он-лайн) режимі за погодженням із викладачем, з презентуванням виконаних завдань під час консультації викладача. Недопустимі пропуски занять без поважних причин (причини пропуску мають бути підтверджені необхідними документами або попередженням викладача). Недопустимі запізнення на заняття без поважної причини.
Політика щодо термінів виконання завдань і перескладання	Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлені терміни. Ліквідація заборгованості відбувається протягом 1 тижня після встановленого терміну. Завдання, які не виконані у встановлений термін, оцінюються викладачем в межах 70% звичайної оцінки. ...
Політика щодо правил поведінки на заняттях	Навчальна дисципліна передбачає роботу в колективі. Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Під час занять студент повинен обов'язково вимкнути звук мобільних телефонів. За необхідності він має право на дозвіл вийти з аудиторії (окрім заліку або екзамену). Вітається власна думка з теми заняття, яка базується на аргументованій відповіді та доказах, зібраних під час практичних або самостійних занять.

Політика щодо комунікації з викладачем	Поза заняттями офіційним каналом комунікації з викладачем є модульне середовище , а також електронні листи (тільки у робочі дні до 18-00). Умови листування: 1) в темі листа обов'язково має бути зазначена назва дисципліни; 2) в полі тексту листа позначити ПІБ студента, який звертається (анонімні листи не розглядаються); 3) файли підписувати таким чином: прізвище_ завдання. Розширення: текст — doc, docx, ілюстрації — jpeg, pdf. Консультування з викладачем в стінах академії відбуваються у визначені дні та години. У разі відрядження, хвороби тощо викладач має право перенести заняття на вільний день за попередньою узгодженістю з керівництвом та студентами.
--	--

Детальнішу інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни (<https://kdidpamid.edu.ua/academy/robochi-programy-navchalnyh-dyscyplin-ta-inshi-navchalno-metodychni-materialy-kafedry-grafichnogo-dyzajnu/>).

Розробник (розробники) силабусу
навчальної дисципліни



Пшінка Н. М.

Гарант освітньої програми



Гальчинська О.С.

(підписи, прізвища, ініціали)

В.о. завідувача кафедри



Петрова І.В.

(підписи, прізвища, ініціали)

Силабус затверджено

на засіданні кафедри

графічного дизайну

(назва кафедри)

від 26.08.25, протокол № 1