

АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ Типографіка у масмедіа

Рівень освіти (бакалавр / магістр)	Бакалавр
Кафедра (за якій закріплена дисципліна)	кафедра графічного дизайну
Терміни вивчення (курс / семестр)	VII семестр (IV курс)
Вид дисципліни (кількість лекційних / практичних годин)	Вибіркова 180 годин (лекції 44, практичні заняття – 46 годин, самостійна робота – 90 годин)

Мета дисципліни:

Сформувати у здобувачів вищої освіти поглиблені знання та професійні навички у сфері типографіки як ключового інструмента візуальної комунікації в брендингу для масмедіа - вебплатформ і поліграфічних носіїв.

Внаслідок вивчення навчальної дисципліни студент повинен бути здатним продемонструвати такі результати навчання:

ЗНАТИ:

- фундаментальні основи типографіки як мистецтва і системи візуальної комунікації;
- особливості використання типографіки в контексті брендингу для веб та поліграфічних медіа;
- структуру шрифтів, принципи побудови гарнітур, типові помилки при роботі з текстом;
- роль шрифту у формуванні ідентичності бренду, емоційного тону та асоціативного ряду;
- сучасні тенденції у типографіці, типові підходи у цифровому та друкованому середовищі;
- українську історичну та культурну типографічну традицію, її застосування в сучасному дизайні;
- функціональні та естетичні вимоги до типографіки в залежності від носія (друк чи цифрові платформи);
- терміни та поняття: грід-система, кернінг, трекінг, лідінг, контраст, ритм, шрифтова пара, дисплейні та текстові шрифти тощо.

ВМІТИ:

- аналізувати шрифт як комунікативний засіб і використовувати його у відповідності до цільової аудиторії бренду;
- здійснювати пошук, систематизацію і аналіз типографічних рішень у сучасних брендингових практиках;
- грамотно поєднувати типографіку з іншими елементами візуальної айдентики;
- створювати типографічну айдентику бренду з урахуванням платформи (веб-сайт, соціальні медіа, поліграфічна продукція тощо);
- розробляти шрифтову ієрархію та композицію для брендових макетів;
- забезпечувати читабельність, ритм і візуальну привабливість тексту в умовах обмежень різних носіїв;
- інтегрувати типографічні рішення у корпоративну айдентику: логотипи, слогани, навігація, брендові публікації;
- створювати та оформлювати макети з урахуванням принципів сітки, композиції, контрасту і візуальної динаміки;
- розробляти друковані й цифрові продукти, де типографіка є ключовим елементом комунікації бренду.

Короткий зміст дисципліни (перелік тем):

Тема 1. Типографіка як основа візуальної комунікації в брендингу.

- Тема 2. Класифікація шрифтів та їх функціональне застосування у бренді.**
Тема 3. Типографічна айдентика бренду: формування унікального стилю.
Тема 4. Принципи композиції та візуальної ієрархії в типографіці.
Тема 5. Типографіка в поліграфії: особливості верстки друкованої продукції.
Тема 6. Типографіка у вебдизайні: цифрова адаптація шрифтів.
Тема 7. Грід-системи та типографічна сітка: інструменти структурування контенту.
Тема 8. Шрифтова пара: принципи поєднання шрифтів у бренді.
Тема 9. Типографіка й культурний контекст: національна ідентичність у шрифтових рішеннях.
Тема 10. Інновації в типографіці: змінні шрифти, генеративні шрифти, динамічні макети.
Тема 11. Типографіка в соціальних медіа та рекламній комунікації.
Тема 12. Індивідуальний проект: розробка типографічного стилю бренду.

Форма підсумкового контролю: диференційований залік

Автор програми (викладацький склад який буде забезпечувати викладання курсу): Костенко Ігор Олегович, к.т.н., доцент кафедри графічного дизайну КДАДПМД ім. М. Бойчука,