

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну
імені Михайла Бойчука

Факультет Дизайну
(назва факультету)
Кафедра Графічного дизайну
(назва кафедри)



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ОК.05 Комплексне проєктування в графічному дизайні
(шифр і назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти другий (магістерський)
(перший (бакалаврський)/другий (магістерський))
галузь знань В Культура, мистецтво та гуманітарні науки
(шифр і назва)
освітня програма Графічний дизайн
(назва)
спеціальність В2 Дизайн
(шифр і назва)
спеціалізація В2. 01 “Графічний дизайн”
(назва)
тип дисципліни обов’язкова
(обов’язкова/за вибором)
мова викладання українська
(українська/англійська)

ПОГОДЖЕНО

Керівник групи забезпечення освітньо-професійної програми (для акредитованих ОПП та акредитованих спеціальностей)

АБО

Керівник проектної групи (для ліцензованих ОПП та ОПП, набір на які здійснюється вперше)

Кравченко О.В.

(підпис, ініціали, прізвище)

РЕКОМЕНДОВАНО

Протокол засідання кафедри графічного дизайну
(назва кафедри)

26.08.2026 № 1

Завідувач кафедри

Петрова І.В.
(підпис, ініціали, прізвище)

Робоча програма навчальної дисципліни **«Комплексне проектування в графічному дизайні»** для здобувачів вищої освіти за другим освітнім ступенем (освітньо-кваліфікаційним рівнем «Магістр») за спеціальністю В2 «Дизайн», спеціалізація В2. 01 «Графічний дизайн». – КДАДПМД ім. М. Бойчука. – 2026. – __23__с.

Розробник: Кравченко Олег Вадимович, кандидат архітектури, доцент кафедри графічного дизайну КДАДПМД ім. М. Бойчука

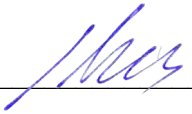
Робоча програма розглянута та схвалена на засіданні кафедри графічного дизайну

Протокол від «26»_серпня__2026 року № 1

Завідувач кафедри графічного дизайну _____  І.В. Петрова

Робоча програма розглянута та схвалена на засіданні науково-методичної ради факультету Дизайну

Протокол від «26»_серпня__2026 року № 1

Голова НМР _____  Пащенко Г.В.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів - 14	Галузь знань В Культура, мистецтво та гуманітарні науки	Обов'язкова
Електронна адреса: https://kdidpmid.edu.ua/academy/robochi-programy-navchalnyh-dyscyplin-ta-inshi-navchalno-metodychni-materialy-kafedry-grafichnogo-dyzajnu/	Спеціальність (професійне спрямування): В2 «Дизайн»	Рік підготовки:
		1-й
Загальна кількість годин – 420		Семестр
		1-2- й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних 1 сем. – 3 год., 2 сем. - 4 год. самостійної роботи студента 1 сем. – 7 год., 2 сем. - 11 год.	Освітній ступінь (освітньо-кваліфікаційний рівень): «Магістр» (освітній рівень другий)	Лекції
		год. 4
		Практичні
		год. 113
		Самостійна робота
		год. 303
		Індивідуальні завдання:
		год. 0
		Форма контролю:
		курсова робота (проект) (2 сем.), Диференційний залік (1,2 сем.)

2. Мета та заплановані результати навчання

2.1. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Комплексне проектування в графічному дизайні» - є формування у магістрів: системного проектного мислення та набуття комплексних професійних компетентностей для самостійного створення цілісних візуально-графічних систем, дизайн-комплексів та об'єктів візуальної комунікації від аналізу брифу до фінальної реалізації; навичок дизайнерської діяльності, що охоплює моделювання проектної ситуації; методики комплексного проектування складних об'єктів графічного дизайну (багатосторінкове періодичне видання - журнал); основ маркетингових досліджень у процесі проектування, створення естетично виразного, візуально привабливого та достовірного дизайн-продукту (проекту) рекламного супроводу.

2.2 Заплановані результати навчання навчальної дисципліни

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

РН 1. Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах.

РН 2. Розробляти науково-обґрунтовану концепцію для розв'язання фахової проблеми.

РН 5. Розробляти, формувати та контролювати основні етапи виконання проекту.

РН 6. Формувати проектні складові у межах проектних концепцій; володіти художніми та мистецькими формами соціальної відповідальності.

РН 8. Здійснювати передпроектний аналіз із урахуванням усіх вагомих чинників, що впливають на об'єкт проектування; формулювати авторську концепцію проекту.

РН 9. Застосовувати методику концептуального проектування та здійснювати процес проектування з урахуванням сучасних технологій і конструктивних

вирішень, а також функціональних та естетичних вимог до об'єкта дизайну.

РН 10. Критично опрацьовувати художньо-проектний доробок українських і зарубіжних фахівців, застосовувати сучасні методики та технології наукового аналізу для формування авторської концепції, пошуку українського національного стилю.

РН 14. Застосовувати інноваційні методи і технології роботи з матеріалом.

РН 15. Представляти концептуальне вирішення об'єктів дизайну засобами новітніх технологій, застосовувати прийоми графічної подачі при розв'язанні художньо-проектних завдань.

РН 16. Формувати дизайн-маркетингову стратегію позиціонування та просування продуктів дизайну (товарів і послуг) на внутрішньому та глобальному ринках.

РН 17. Управляти процесом вироблення продукту дизайну (товарів і послуг) на різних етапах брендингу та ребрендингу (за спеціалізаціями).

РН 18. Вміти досягати художньої виразності та образності дизайн-об'єктів оптимальними засобами дизайну.

РН 19. Здатність синергетично поєднувати знання з української аутентики зі знаннями різноманітних новітніх художніх практик, експериментальних інновацій та тенденцій розвитку світового сучасного дизайну.

Вивчення модуля навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів компетентностей

загальних:

ЗК 1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми.

ЗК 3. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 5. Здатність розробляти та керувати проектами.

спеціальних (фахових, предметних):

СК.1. Здатність здійснювати концептуальне проектування об'єктів дизайну з урахуванням функціональних, технічних, технологічних, екологічних та естетичних вимог.

СК. 2. Здатність проведення проектного аналізу усіх впливових чинників і складових проектування та формування авторської концепції проекту.

СК. 6. Здатність застосовувати у практиці дизайну виражальні художньо-пластичні можливості різних видів матеріалів, інноваційних методів і технологій.

СК. 9. Здатність створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну (товари і послуги).

3. Перелік попередніх та супутніх і наступних навчальних дисциплін

№ з/п	Супутні і наступні навчальні дисципліни	Супутні і наступні навчальні дисципліни
1.	Концептуальне проектування	Методика та методологія науково-дослідної та науково-педагогічної діяльності у галузі дизайну
2.	Вибіркові дисципліни	Дизайн-менеджмент
3.	Типи брендів та психотипи споживача як фактори дизайну	Ділова іноземна мова

3.1. Очікувані результати навчання

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

1. Оволодіння методологією проектування - вивчення етапів розробки дизайн-концепцій, створення дизайн-планів та аналізу креативних брифів.

2. Використання системного підходу - навчитися сприймати дизайн як комплексний продукт (поєднання концептуального планування, типографіки і макетування, зовнішньої та інтернет-реклами).

3. Прогнозування сучасних трендів в галузі графічного дизайну та створення конкурентоспроможного продукту, що відповідає світовим стандартам.

Завдяки комплексному підходу, випускники курсу здобувають чіткий набір фахових навичок.

Повинні знати:

- принципи побудови візуальної ідентичності та брендингу;
- закономірності композиції, колористики та шрифтової графіки;
- сучасні технології поліграфічного друку та матеріали у графічному дизайні;
- особливості проектування багатосторінкових видань та принципів його рекламного супроводу (планування рекламних компаній та рекламних носіїв).
- терміни і поняття щодо додрукарської підготовки, типографіки та архітекtonіки друкованих видань (журналів), як специфічної форми періодичних видань.

Повинні вміти:

- здійснювати пошук, систематизацію, аналіз та узагальнення інформації, спрямованої на забезпечення фахового підходу до проектування за обраною темою;
- досягати художньої виразності та образності дизайн-об'єктів в проектуванні оптимальними засобами дизайну;
- обирати та обґрунтовувати використання певної методологічної основи передпроектного дослідження згідно поставленої проектної задачі;
- розробляти комплексні дизайн-концепції від задуму до реалізації;
- створювати взаємопов'язані елементи багатосторінкових періодичних видань та реклами;
- працювати з багатосторінковими виданнями та текстово-зображальними блоками;
- аргументовано формувати та обґрунтовувати актуальність та сутність концепції проектування конкретного дизайн-об'єкту, презентувати свої проєктні рішення перед замовником;
- вміти переконливо демонструвати споживачеві привабливу культурну цінність та економічну вартість створеного креативного продукту.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових блоків і тем	Кількість годин				
	Денна форма				
	У тому числі				
	усього	лекції	практичні	інд. роб.	сам. роб.
1	2	3	4	5	6
Семестр 1					
Тема 1. Дизайн періодичних видань – концепція, етапи, принципи проектування.	18	2	4		12
Тема 2. Розробка дизайн - плану журналу. Бриф - креатив.	18		6		12
Разом за змістовим блоком	36	2	10		24
Тема 3. Розробка конструкції видання.	40		12		28
Тема 4. Розробка графічних констант журналу.	40		12		28
Тема 5. Виконання макету журналу та варіативного ряду обкладинок.	34		9		25
Разом за змістовим блоком	114		33		81
Усього годин	150	2	43		105
Вид контролю: диференційний залік					
Семестр 2					
Тема 6. Рекламний супровід періодичних видань (журналів) - концепція, етапи, принципи. Структура курсової роботи.	34	2	10		22
Тема 7. Дизайнерський аналіз сучасного ринку журналів за певною тематикою та їх рекламування.	34		12		22
Разом за змістовим блоком	68	2	22		44
Тема 8. Складання плану рекламної компанії. Визначення локацій та носіїв реклами.	36		12		24
Тема 9. Розробка іміджевих ситуативних прийомів відповідно характеру розповсюдження журналу. Візуалізація рекламних повідомлень.	36		12		24
Разом за змістовим блоком	68		24		44
Тема 10. Концепція елементів індивідуального впливу на потенційного споживача. Графічна мова повідомлень.	36		12		24
Тема 11. Розробка носіїв рекламної продукції (макети постерів, банерів, бігбордів).	38		12		26
Тема 12. Принципи дизайну журнального видання та його рекламної стратегії (курсова робота).	-		-		60
Разом за змістовим блоком	134		24		110

Усього годин	270	2	70	198
Вид контролю: курсова робота, диференційний залік				

4.1. Теми лекцій

1 семестр

№ з/п	Назва теми, її анотація	Кількість годин
		ДФН
	Тема 1. Дизайн періодичних видань – концепція, етапи, принципи проектування. Розробка дизайн - плану журналу - концепція, етапи, принципи. Бриф - креатив у дизайні періодичного видання. Функціональний комплекс періодичного видання. Послідовність побудови системного проекту, який містить сукупність візуальних звернень графічного дизайну. [1, с. 32–53]; [7, с. 28–43]	2
Усього годин за семестр		2

2 семестр

№ з/п	Назва теми, її анотація	Кількість годин
		ДФН
	Тема 1. Рекламний супровід періодичних видань (журналів) - концепція, етапи, принципи. Планування рекламної компанії в часі. Особливості реклами періодичного видання як продукту графічного дизайну. Графічні константи журналу та їх застосування у рекламі. [6, с. 19–52]; [16, с. 42–73]	2
Усього годин за 2 семестр		2

4.3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		ДФН
1.	Тема 1. Дизайн періодичних видань – концепція, етапи, принципи проектування.	4
2.	Тема 2. Розробка дизайн - плану журналу. Бриф - креатив.	6
3.	Тема 3. Розробка конструкції видання.	12
4.	Тема 4. Розробка графічних констант журналу.	12
5.	Тема 5. Виконання макету журналу та варіативного ряду обкладинок.	9

Усього годин за 1 семестр		43
6.	Тема 6. Рекламний супровід періодичних видань (журналів). Написання курсової роботи.	10
7.	Тема 7. Дизайнерський аналіз сучасного ринку журналів за певною тематикою та їх рекламування.	12
8.	Тема 8. Складання плану рекламної компанії. Визначення локацій та носіїв реклами.	12
9.	Тема 9. Розробка іміджевих ситуативних прийомів відповідно характеру розповсюдження журналу. Візуалізація рекламних повідомлень.	12
10.	Тема 10. Концепція елементів індивідуального впливу на потенційного споживача. Графічна мова повідомлень.	12
11.	Тема 11. Розробка носіїв рекламної продукції (макети постерів, банерів, бігбордів).	12
Усього годин за 2 семестр		70

4.4. Самостійна робота

№ з/п	Найменування робіт (теми)	Кількість годин	Вид контролю
		ДФН	
1	Тема 1. Дизайн періодичних видань – концепція, етапи, принципи проектування. [1, с. 32–53]; [8, 22 с.]; [8, 70 с.]; [17, с. 28 - 56]	12	Поточний контроль
2	Тема 2. Розробка дизайн - плану журналу. Бриф - креатив. [8, с. 9 - 24]; [6, с. 154–196]	12	Поточний контроль
3	Тема 3. Розробка конструкції видання. [9, 70 с.]; [12, с. 38–63]	28	Поточний контроль
4	Тема 4. Розробка графічних констант журналу. [11, с. 102–147]; [12, с. 66 - 90]	28	Поточний контроль
5	Тема 5. Виконання макету журналу та варіативного ряду обкладинок. [9, 70 с.]; [16, с. 66 - 90]; [19, 21 с.]	25	Диференційний перегляд
Усього годин за 1 семестр		105	
6	Тема 6. Рекламний супровід періодичних видань (журналів) - концепція, етапи, принципи. Структура курсової роботи. [5, с. 38-126]; [7, 114- 56 с.];[8, 22 с.]; [10, 56 с.];	22	Поточний контроль

7	Тема 7. Дизайнерський аналіз сучасного ринку журналів за певною тематикою та їх рекламування. [3, с. 34 - 76 с.]; [20, с. 58 - 144];	22	Поточний контроль
8	Тема 8. Складання плану рекламної компанії. Визначення локацій та носіїв реклами. [7, с. 58 - 85];	24	Поточний контроль
9	Тема 9. Розробка іміджевих ситуативних прийомів відповідно характеру розповсюдження журналу. Візуалізація рекламних повідомлень. [1, с. 45- 96]; [5, с.124 - 160]; [20, с. 58 - 144];	24	Поточний контроль
10	Тема 10. Концепція елементів індивідуального впливу на потенційного споживача. Графічна мова повідомлень. [13, с. 25 - 43]; [18, с. 14 - 112];	24	Поточний контроль
11	Тема 11. Розробка носіїв рекламної продукції (макети постерів, банерів, бігбордів). [6, с. 255 - 345]; [7, с. 143 - 189]; [15, с. 88 - 121]	26	Диференційний перегляд
12	Тема 12. Принципи дизайну журнального видання та його рекламної стратегії. [1, с. 32–53]; [7, с. 58 - 85]; [8, 22 с.]; [9, 70 с.]; [17, с. 28 - 56]; [18, с. 14 - 112];	60	Курсова робота
Усього годин за 2 семестр		198	

5. Засоби діагностики результатів навчання та методи їх демонстрування

Під час викладання курсу використовуються наступні засоби діагностики результатів навчання, зокрема, методи їх демонстрування:

- **методи усного контролю:** індивідуальне опитування, групове фронтальне опитування, співбесіда, дискусія;
- **метод письмового контролю:** реферативно - дослідницька семестрова курсова робота;
- **методи творчо - пошукового контролю:** творчо - пошукове тестування; аналіз варіативності пошукових ескізів; аналіз образно-емоційної складової проектної графіки;
- **метод практичного контролю:** виконання проектно - графічної роботи в межах програмного завдання (кількох практичних завдань);

- **методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, Самоаналіз.

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є демонстрація творчих робіт;

5.1 Форми поточного та підсумкового контролю

Умовний приклад

Форми контролю	Максимальна кількість балів
методи усного контролю: індивідуальне опитування, групове фронтальне опитування, співбесіда; <i>Усна доповідь, доповнення (робота в аудиторії) відповідно до запропонованих джерел інформації.</i>	15 балів
методи творчо-пошукового контролю: творчо - пошукове тестування; аналіз варіативності пошукових ескізів; аналіз образно - емоційної складової проектної графіки; <i>Перевірка виконання практичних завдань. Збір аналогів та їх аналіз. Вправи на варіанти графічного пошуку образу.</i>	20 балів
метод письмового контролю: реферативно - дослідницька семестрова курсова робота; <i>Написання курсової роботи.</i>	15 балів
метод самоконтролю: уміння самостійно оцінювати свої знання. Самоаналіз. <i>Презентація та захист індивідуальних (дослідницько - аналітичних) робіт, творчо-пошукових варіантів (скетчінг).</i>	15 балів
- метод практичного контролю: виконання проектно - графічної роботи. Розробка остаточного варіанту, дизайнерського пошуку форми і графічної мови. Подача готового проекту в матеріалі на перегляд.	35 балів
Всього	100

6. Критерії оцінювання результатів навчання студентів

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни;

Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали.

Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Перевірка теоретичних знань та виконання практичної роботи.

Т1. Дизайн періодичних видань – концепція, етапи, принципи проектування. Концепція - взаємодія форми (дизайну) та змісту (тексту) на основі маркетингових досліджень. Етапи - передпроектне дослідження, концепція макету, експериментальне проектування, впровадження. Принципи проектування - модульність, єдність та послідовність, візуальна ієрархія, ергономічність користування, баланс форми і простору. Підготовка та написання бриф-креативу відповідно до тематики видання.

Критерії оцінювання. Відмінно: Візуальний стиль чітко орієнтований на цільову аудиторію, миттєво впізнається. Модульна сітка гнучка, складна та витримана на всіх розворотах. Візуальний фокус (акценти) визначено логічно. Навігаційні елементи (колонтитули, рубрики, індекси) системні та зрозумілі. Пропорції заголовків, рубрик та основного тексту створюють гармонійний ритм. Повністю відсутні технічні помилки (висячі рядки, неправильні переноси). Колірна палітра обмежена та функціональна (кожен колір має значення). Фотографії та ілюстрації кадровані професійно, інфографіка полегшує сприйняття складних даних. **Добре:** стиль видання чіткий, відповідає тематиці, але є стандартним для свого сегмента. Модульність збережена, проте верстка подекуди виглядає монотонною або занадто щільною. Простір використовується раціонально, але без творчого підходу. Головні блоки виділені, навігація працює справно, проте на деяких розворотах акценти можуть сперечатися між собою. Текст читабельний, шрифти підібрані правильно. Допускаються поодинокі технічні огріхи верстки, які не псують загального враження від читання. Візуальний контент якісний, але іноді ілюстрації виконують суто декоративну роль. **Задовільно:** дизайн виконує мінімальну функцію — текст можна прочитати, але загальна система слабка або хаотична. Модульна сітка або занадто примітивна (одноманітна), або часто порушується без композиційної потреби. Навігація заплутана, важко з першого погляду відокремити один матеріал від іншого. Текст важко читати, наявні помітні помилки верстки. Ілюстрації низької якості, розташовані безсистемно, інфографіка відсутня або зроблена недбало, кольорова гамма випадєова, не логічна до тематики рубрик.

Т 2. Розробка дизайн - плану журналу. Бриф - креатив. Визначення головної місії журналу. Детальний портрет читача (вік, інтереси, стиль життя, потреби). Характер бренду (Tone of Voice) - авторитетний, дискусійний, соціальний, мінімалістичний, екологічний, тощо. Візуальні характеристики та параметри журналу.

Критерії оцінювання. Вдмінно: креативна ідея є оригінальною та ідеально відповідає брифу. Дизайн має яскравий індивідуальний стиль. Читач легко орієнтується у візуальній навігації, головні акценти розставлені бездоганно. Стильові характеристики повністю відповідають цільовій аудиторії та

актуальності видання. Типографіка має логічне концептуальне призначення, заголовки, підзаголовки та основний текст читаються легко та мають структуровану ієрархію. Кольорова гамма та ілюстративний матеріал створюють потрібний настрій. **Добре:** ідея є хорошою та працює, але може бути схожою на існуючі аналоги. Концепція не повною мірою відповідає цільовій аудиторії. Структура зрозуміла, але деякі елементи конкурують за увагу читача. Типографіка має розбіжності у співвідношенні шрифтів або розмірний ряд не є оптимальними для зручного читання. Кольори підібрано вдало, але вони потребують більш гармонійного вписування в загальний макет. **Задовільно:** ідея нечітка, мета брифу досягнута лише частково, немає цілісного образу журналу. Інформація сприймається хаотично, відсутній фокус на ключових матеріалах номера. Макет виглядає сирим або не логічним за рахунок не вдалої архітекτονіки, кольоровій гамі та шрифтам. Загальна концепція видання не відповідає характеристикам цільової аудиторії.

Т 3. Розробка конструкції видання. Розробки конструкції видання базується на аналізі обґрунтування конструкторських рішень, якості художньо-технічного оформлення, вибору матеріалів та відповідності стандартам проєктування.

Критерії оцінювання. Відмінно: рішення щодо вибору формату, конструкції обкладинок, гарнітур шрифту та поліграфічних матеріалів повністю відповідають призначенню та типу видання. Конструктивні елементи (сітка, поля, спуск смуг) розраховані бездоганно, враховують особливості технологічного процесу виготовлення. Проєкт оформлено бездоганно, всі графічні та текстові матеріали взаємопов'язані та логічні. **Добре:** конструктивні рішення правильні та доцільні, але містять незначні недоліки, що не впливають на функціональність чи міцність видання. Є несуттєві похибки в розрахунках конструкції чи виборі матеріалів, але концепція працює якісно. Робота якісна, але трапляються незначні стилістичні чи технічні відхилення в оформленні. **Задовільно:** розрахунки виконані в основному правильно, але містять принципові помилки чи неточності, що ускладнюють обґрунтування прийнятих рішень. Обрання способів скріплення чи конструкції блоку потребує доопрацювання або оптимізації. Матеріал має фрагментарний характер, стиль викладу або технічне оформлення неповністю відповідають стандартам.

Т 4. Розробка графічних констант журналу. Візуальний стиль, графічні константи (логотип (мастгед) видання, кольорова гама, масштабна-пропорційні співвідношення елементів - шрифтові блоки, заголовки, модульна побудова розворотів (модульні сітки). Відповідність естетичній цілісності, функціональності сітки, дотриманні правил типографіки та системності розроблених елементів.

Критерії оцінювання. Відмінно: Візуальна концепція журналу оригінальна, повністю відповідає його тематиці та єдиному стилю. Гнучка та складна модульна сітка, яка дозволяє будувати різноманітні, але стилістично пов'язані розвороти. логотип журналу (мастхед) унікальний, легко читається та бездоганно взаємодіє з елементами обкладинки. Шрифтова пара (або гарнітурна сім'я) підібрана ідеально. Налаштовано чітку ієрархію: заголовки, підзаголовки, ліди, основний текст, врізки та колонцифри утворюють гармонійну систему. Колірна палітра

чітко відображає настрій видання та логічно розподілена за рубриками. Графічні акценти (лінійки, плашки, маркери) використовуються доречно та системно. Графічні константи оформлені у вигляді детального та зрозумілого керівництва (гайдлайну) з правилами верстки та прикладами типових розворотів. **Добре:** журнал має чітку та професійну структуру, стиль витриманий, але проект містить незначні компромісні рішення. Сітка побудована правильно, проте вона занадто жорстка або проста, що обмежує різноманітність візуальної подачі матеріалів у різних рубриках. Обкладинка виглядає гармонійно, логотип якісний, але концепція композиції є стандартною і повторює відомі шаблони без індивідуального підходу. Шрифти підібрані вдало, ієрархія тексту зрозуміла, але є дрібні технічні помилки. Кольори та елементи навігації підібрані добре, але в окремих розділах журналу порушується системність їхнього використання. **Задовільно:** проект реалізовано на базовому рівні, журнал має ознаки структури, але дизайн виглядає хаотичним або застарілим. Задовільно: сітка є умовною, пропорції полів сторінок не збалансовані. Логотип журналу губиться на тлі зображень обкладинки, відсутній візуальний центр сторінки. Використано занадто багато різних шрифтів, колірна гама випадкова, елементи навігації (колонцифри, назви рубрик) або непомітні, або надто громіздкі й заважають сприйняттю контенту. Графічні константи подані розрізнено, без єдиної системи.

Т 5. Виконання макету журналу та варіативного ряду обкладинок. Практичне застосування графічних констант. Композиційна майстерність візуальної комунікації. Робота з контентом та технічна підготовка файлів до друку.

Критерії оцінювання. Відмінно: проект демонструє високий професійний рівень, художню цілісність, оригінальність та бездоганну технічну якість виконання. Запропоновано 3–5 концептуально різних, але стилістично пов'язаних варіантів обкладинки. Чітко відображено головну тему номера, існує виразний візуальний центр, композиційна взаємодія мастгеду (логотипу). Розвороти (рубрики, текстові блоки, ілюстрації, рекламні смуги) спроектовані динамічно та різноманітно на основі єдиної модульної сітки. Ритм гортання журналу логічний, зручний. Ілюстративний матеріал (фото, графіка, інфографіка) інтегрований у текст органічно. Макет повністю готовий до друку. **Добре:** макет та обкладинки виконані якісно та професійно, завдання реалізовано повністю, але є незначні композиційні або технічні зауваження. Створено кілька варіантів обкладинок, але без глибокого пошуку альтернативних композиційних рішень. Сторінки зверстані акуратно за сіткою, але візуальний ритм занадто монотонний. Текст та ілюстрації збалансовані, проте поодинокі графічні акценти (лінійки, плашки) виглядають випадковими. Додрукарську підготовку макету виконано акуратно, але є дрібні недогляди. **Задовільно:** проект реалізовано на базовому рівні, журнал має робочу структуру, але містить грубі композиційні помилки та технічні недоліки. Варіанти обкладинок або майже ідентичні, або виконані хаотично без дотримання фірмового стилю. Логотип і ілюстрація обкладинки композиційно заважають одне одному. Верстка розворотів виглядає хаотично, якість та масштабування зображень незадовільні. Макет має серйозні порушення вимог друку.

Т 6. Рекламний супровід періодичних видань (журналів) - концепція, етапи, принципи. Структура курсової роботи. Комплекс маркетингових та візуальних комунікацій, спрямованих на популяризацію журналу, комунікація з цільовою аудиторією та пошук рекламодавців. Розробка креативних матеріалів, планування рекламної компанії, дизайн носіїв реклами та постійний аналіз зворотного зв'язку.

Критерії оцінювання. Відмінно: рекламна стратегія повністю інтегрована в концепцію журналу, цільова аудиторія максимально відповідає стратегічному плануванню, що зміцнює бренд видання. Рекламні матеріали ідеально відповідають тематиці та престижу журналу. Ефективність рекламного супроводу збалансована двома головними групами критеріїв: комунікаційні та маркетингові.

Добре: рекламний супровід виконується на якісному рівні, забезпечує стабільне існування видання, але має зони для оптимізації. Концепція просування сформована, але має стандартний, менш креативний характер. Переважає класична пряма реклама (модульні макети, банери). Реклама загалом відповідає інтересам читачів, але інколи перетинається з випадковими бренди з інших ніш.

Задовільно: Рекламна кампанія спланована без стратегії розвитку, хаотично, без чіткої системи. Реклама журналу балансує на межі випадкових “комунікаційних спалахів”. Маркетингова стратегія рекламного супроводу відсутня. Портрет цільової аудиторії визначений приблизно. Використовуються виключно найпростіші прямі рекламні макети. Реклама розміщується хаотично в міському середовищі, без прив'язки до тематичних рубрик номера, що викликає байдужість у споживачів.

Т 7. Дизайнерський аналіз сучасного ринку журналів за певною тематикою та їх рекламування. Передбачає оцінку візуальної структури журналу та його рекламування, типографіки, відповідності трендам та ефективності візуальної реклами. Це дозволяє визначити, наскільки видання є конкурентоспроможним у своїй тематичній ніші.

Критерії оцінювання. Відмінно: обкладинка має потужний візуальний акцент, гармонійну композицію та чітку ієрархію. Шрифти є унікальними, а колірна гама бездоганно передає настрій теми. Високоякісні, ексклюзивні зображення, що розповідають історію. Інфографіка лаконічна та адаптована під стиль журналу. Реклама гармонійно вписана в контекст видання. Макети мають єдиний фірмовий стиль, помітний заклик до дії, не перевантажені деталями. Реклама подається у вигляді дизайнерських колаборацій, які візуалізуються як цікавий креативний матеріал. **Добре:** дизайн привабливий та професійний, але може використовувати стандартні шаблони. Текст структуровано добре, але ритм верстки іноді порушується. Якісні фото, але вони носять загальний (стоковий) характер. Реклама відповідає загальним стандартам, але виділяється характером надто агресивного дизайну. Стандартне розміщення модульної реклами, проте вона розміщена без шкоди для контенту. **Задовільно:** концепція нечітка, візуальний ряд не відповідає тематиці журналу. Хаотичне розміщення елементів, відсутність єдиної модульної системи, відсутність візуального балансу, невдала обробка фото. Рекламні носії виглядають як дешеві банери, захаращені текстом,

відсутній логічний шлях їх візуального сприйняття. Велика кількість агресивної реклами, яка домінує над основним контентом.

Т 8. Складання плану рекламної компанії. Визначення локацій та носіїв реклами. Покроковий процес, який починається з визначення мети, аналізу цільової аудиторії та медіапланування. Чіткий вибір носіїв рекламування, локацій розміщення, шляхи споживача та місця його найбільшої концентрації. Вибір методів та критеріїв відстеження результатів.

Критерії оцінювання. Відмінно: поставлені комунікаційні чи маркетингові цілі (продажі, охоплення, локації) досягнуті точно в запланованому обсязі. Обрані носії реклами відповідають інтересам цільової аудиторії. Реклама не дратує користувачів, має високий рівень комунікації із споживачем. **Добре:** головні цілі запланованої рекламної кампанії теоретично досягнуті, але деякі засоби візуальної комунікації не працюють (локації, кількість звернень, зворотній зв'язок), другорядні показники не виправдали очікувань. Деякі канали реклами потребують оптимізації або заміни. **Задовільно:** запланована рекламна компанія має мінімальний рівень ефективності комунікації (невдалі локації, носії реклами не цікаві споживачеві, креатив не привертає увагу).

Т 9. Розробка іміджевих ситуативних прийомів відповідно характеру розповсюдження журналу. Візуалізація рекламних повідомлень. Створення емоційного зв'язку з аудиторією через візуальні метафори. Їхня ефективність залежить від формату журналу. Для вузькотематичних видань фокус робиться на ціннісних орієнтирах, для масових - на ситуативному образно-асоціативному орієнтирі та впізнаваності.

Критерії оцінювання. Відмінно: ідея є оригінальною та чітко відповідає позиціюванню бренду. Візуалізація та ситуативні прийоми ідеально враховують специфіку журналу (аудиторія, формат, періодичність). Композиція, типографіка та колірна гама створюють цілісний образ. Відсутні перевантажені деталі, акценти розставлені грамотно. Рекламне повідомлення викликає потрібний емоційний відгук і запам'ятовується. **Добре:** мета досягнута, але дизайнерське рішення спирається на класичні/стандартні підходи без яскравої інноваційності. Візуальні повідомлення якісні, проте окремі елементи (наприклад, шрифтова пара або розташування рекламного образу) не є оптимальними. Прийоми зображення підходять для обраного журналу, але потенціал охоплення конкретної цільової аудиторії розкритий не повністю. **Задовільно:** іміджеві прийоми розроблені формально, без глибокого розуміння місії бренду або інтересів цільової аудиторії. Невдале komponування, погана читабельність тексту або слабкий контраст візуальних елементів. Рекламне повідомлення виглядає чужорідним елементом у вибраному типі видання (наприклад, через стиль або розмір).

Т 10. Концепція елементів індивідуального впливу на потенційного споживача. Графічна мова повідомлень. Комплекс маркетингових та візуальних інструментів, покликаних привернути увагу, викликати емоційний відгук та сформувати стійкий образ бренду чи продукту. Вони базуються на правилах візуальної комунікації та психології.

Критерії оцінювання. Відмінно: глибоке розуміння цільової аудиторії, чіткий індивідуальний вплив. Висока оригінальність і креативність ідеї. Графічна мова

використана бездоганно: гармонійні кольори, відмінна композиція, вдало підібрані шрифти. Повідомлення легко зчитується та досягає маркетингової мети. **Добре:** концепція працює, вплив на споживача є, але ідея може бути дещо запозиченою або не повністю розкритою. Графічне виконання на високому рівні, проте є незначні недоліки в балансі, контрасті або читабельності. Загалом мета рекламного повідомлення досягається. **Задовільно:** Індивідуальний вплив на споживача виражений слабо, концепція є банальною чи незрозумілою. Графічна мова застосована шаблонно. Порушені правила композиції, типографіки або поєднання кольорів, через що повідомлення сприймається важко.

Т 11. Розробка носіїв рекламної продукції (макети постерів, банерів, бігбордів). Розробка носіїв реклами: поліграфічної продукції та зовнішньої реклами (постери, банери, бігборди) оцінюється за комплексом візуальних, технічних та маркетингових критеріїв.

Критерії оцінювання. **Відмінно:** чітка унікальна торгова пропозиція, сильний заклик до дії, який веде до цільової дії. Текст ідеально структурований. Основне повідомлення (заголовок) зчитується за 2-3 секунди з відстані (особливо критично для бігбордів). Головний елемент (реklamний образ) домінує. Ідеальний баланс кольорів і контрастність. Професійна типографіка, якісні фото без втрати якості, відсутність візуального "сміття". **Добре:** макет виглядає професійно, але має незначні недоліки, які можна швидко виправити. Кольорова гама відповідає бренду, але може бути недостатній контраст між фоном і текстом, що ускладнює читання на ходу. Можливі дрібні помилки у підготовці до друку (наприклад, невідповідність колірної моделі або відсутність відступів для порізки, які доведеться виправляти пре-прес інженеру). **Задовільно:** проблеми з читабельністю - дрібний або нечитабельний шрифт, поганий контраст (наприклад, світлий текст на світлому фоні), що робить рекламу неефективною. Занадто багато елементів, логотипів або тексту, через що фокус уваги розсіюється. Недбала додрукарська підготовка матеріалу. Відсутність полів, важливі елементи розміщені занадто близько до краю, ризик обрізки тексту при післядрукарській обробці. Використання низькоякісної обробки зображень або невідповідність зображення тематиці продукту.

7. **Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

Комплексна перевірка теоретичної підготовки та практичних навичок магістра, що реалізується у формі екзаменаційного перегляду з відкритої презентації та захисту курсової роботи (проєкту). Успішний захист курсової роботи (проєкту) з “Комплексного проєктування в графічного дизайну” вимагає чіткої структури доповіді, демонстрації готового продукту та обґрунтування дизайнерських рішень.

Оцінювання курсової роботи (проєкту) за кількістю балів зазначена в окремій таблиці у розділі 8.1. На оцінку ***“Відмінно”*** студент повинен представити роботу на професійному рівні. **Дослідницька база** - повнота огляду світових трендів, вивчення аналогів, наявність варіативних ескізів (творчо-пошуковий етап) та обґрунтування обраного варіанту пошуку та його рішення. Дотримання вимог

термінології наукового дослідження, правильне оформлення списку використаних джерел та додатків. Проектна досконалість - оригінальність ідеї, актуальність та відповідність заявленій меті. Відповідність фінального продукту обраному напрямку: стилістична єдність, продуманість навігації, типографіки, “візуальних маркерів та вербальних кодів”. Захист та презентація - чіткість, лаконічність та структурованість розповіді. Свобода володіння професійною мовою графічного дизайнера, розуміння методики дослідження та етапів і послідовності проектних та технологічних процесів. На оцінку *“Добре”* може претендувати робота, яка має наявні незначні порушення щодо вимог дослідження, проектування та захисту представленої роботи. Представлення роботи студент робить з незначними невідповідностями в термінології та відсутністю деяких знань програмного матеріалу. Відповідно оцінку *“Задовільно”* студент отримує у випадку, коли присутні суттєві проблеми в дослідженні: не правильно сформульована мета дослідження та визначені завдання, не актуалізовано тему дослідження та відсутні висновки. Явні провали у візуалізації результатів дослідження, у доповіді і презентації роботи спостерігається плутанина в базових знаннях програмного матеріалу. Робота оформлена з порушеннями вимог до екзаменаційного перегляду.

8. Орієнтовний перелік питань до семестрового контролю

Дизайн багатосторінкового періодичного видання (журналу)

1. Що означають поняття – «періодичне друковане видання» та «види періодичних друкованих видань»?
2. Що таке структура періодичного видання?
3. Що таке структура розвороту і які її відмінності від структури журналу?
4. Які основні вимоги до шрифтів у виданні?
5. За якими графічними і стилістичними якостями визначають читабельність шрифтів?
6. Яким є функціональний діапазон фотоілюстрацій в періодичному виданні?
7. Які редакційні і композиційні закономірності передбачають розміщення фотоілюстративного матеріалу в журналі?
8. Яким чином визначається єдність стилю в ілюстративному оформленні журналу?
9. Що визначає колористичну модель видання?
10. Які приклади гармонійних і не вдалив кольорових поєднань Вам відомі?
11. Які, на Вашу думку, основні переваги і недоліки використання кольору в журнальному дизайні?
12. Чому композиційний засіб акцентування в періодичному виданні вважається більш ефектним? Які ще засоби акцентування Ви знаєте?
13. Які засоби орієнтації та комунікації читача у змісті та структурі будь якого номеру журналу Вам відомі?
14. Які особливості дизайну журнального видання з точки зору

пропорційності, ритміки і рівноваги?

15. Які складові визначає поняття «графічне оформлення видання»?

Рекламний супровід багатосторінкового періодичного видання (журналу). Планування рекламної компанії та дизайн носіїв реклами.

1. Що таке реклама та її функції?

2. У чому полягає комунікативна функція реклами?

3. Як взаємопов'язані реклама і позиціонування?

4. Як взаємопов'язані реклама і брендинг?

5. Що таке комерційна реклама, її мета і завдання?

6. У чому полягає місія і призначення не комерційної реклами?

7. Що таке рекламне звернення? Що таке рекламне повідомлення?

8. Чим відрізняється рекламне гасло від рекламного слогана?

9. Які складові виділяють у рекламному повідомленні і як Ви їх розумієте?

10. Які є загальні правила розробки рекламних звернень?

11. Які особливості шрифту використовують для поліпшення сприйняття реклами?

12. Як колір впливає на сприйняття реклами? Які регіональні та комерційні особливості кольоросполучень в рекламних повідомленнях?

13. Які стопери («візуальні магніти») використовують в рекламі?

14. Які особливості поліграфічної реклами та поділ її на групи? Які функції окремих груп друкованої реклами?

15. Як використовують різні види транспорту для використання реклами? В чому полягають її переваги і недоліки?

16. Які види зовнішньої реклами Ви знаєте?

17. В чому полягають принципи вербальної і не вербальної складових в рекламі?

18. Якими прийомами і засобами візуалізації користуються в дизайні реклами?

19. Яким характеристикам повинен відповідати рекламний макет?

8.1 Розподіл балів, які отримують студенти

Розподіл балів за 100-бальною шкалою (1-й семестр)	
Поточний контроль (ПК)	
Форми поточного контролю змістових модулів	Максимальні бали за виконанні завдання
<i>Змістовний блок 1</i>	
<i>T1. Дизайн періодичних видань – концепція, етапи, принципи проектування.</i>	<i>15</i>
<i>T2. Розробка дизайн-плану журналу. Бриф - креатив.</i>	<i>15</i>
<i>Змістовний блок 2</i>	
<i>T3. Розробка конструкції видання.</i>	<i>20</i>

<i>T4. Розробка графічних констант журналу.</i>	<i>20</i>
<i>T5. Виконання макету журналу та варіативного ряду обкладинок.</i>	<i>30</i>
Разом за дисципліну	<i>100</i>

T1, T2 ... T5 – теми змістових модулів.

Розподіл балів за 100-бальною шкалою (2-й семестр)	
Поточний контроль (ПК)	
Форми поточного контролю змістових модулів	Максимальні бали за виконанні завдання
<i>Змістовний блок 3</i>	
<i>T6. Рекламний супровід періодичних видань (журналів) - концепція, етапи, принципи. Структура курсової роботи.</i>	<i>15</i>
<i>T7. Дизайнерський аналіз сучасного ринку журналів за певною тематикою та їх рекламування.</i>	<i>15</i>
<i>Змістовний блок 4</i>	
<i>T8. Складання плану рекламної компанії. Визначення локацій та носіїв реклами.</i>	<i>15</i>
<i>T9. Розробка іміджевих ситуативних прийомів відповідно характеру розповсюдження журналу. Візуалізація рекламних повідомлень.</i>	<i>15</i>
<i>Змістовний блок 5</i>	
<i>T10. Концепція елементів індивідуального впливу на потенційного споживача. Графічна мова повідомлень.</i>	<i>20</i>
<i>T11. Розробка носіїв рекламної продукції (макети постерів, банерів, бігбордів).</i>	<i>20</i>
Разом за дисципліну	<i>100</i>

T6, T7 ... T11 – теми змістових модулів.

Приклад диференційованого заліку за виконання курсового проекту (роботи)

Пояснювальна записка	Ілюстративна частина	Захист роботи	Сума
до 40	до 40	до 20	100

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

9. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

Інструменти та матеріали:

- графічні матеріали для ескізування та проєктування (олівці, маркери, лайнери, папір різних форматів);
- інструменти для створення макетів і прототипів;
- презентаційні та демонстраційні матеріали.

Обладнання:

- персональний комп'ютер або ноутбук із доступом до мережі Інтернет;
- мультимедійний проєктор або інтерактивна панель для презентації результатів роботи;
- принтер та сканер;
- графічний планшет (за потреби);
- Фото та відеотехніка для фіксації результатів проєктування і створення презентаційних матеріалів.

Програмне забезпечення:

Технологічне устаткування: комп'ютерне забезпечення, графічні редактори Adobe Illustrator, Adobe In Design, Adobe Photoshop, CorelDRAW®.

10. Рекомендована література

10.1 Основна література

1. Божко Ю.Г. Основи архітектоніки і комбінаторики формотворення. – Харків: Вища школа, -1984. -184 с.
2. Бородай Ю.О. Графічний дизайн: Методичні вказівки. – К.: КНУБА. – 2003. –64с.
3. Булах Т.Д. Реклама у видавничій справі. Навчальний посібник: - Х, “Форт”. 2011. 224 с.
4. Дизайн. Ілюстрований словник-довідник. – Графіка-В. – 2004. – 228с.
5. Дурняк Б.В., Батюк А.С. Розробка і дизайн рекламних видань: Навчальний посібник – Львів: видавництво Українська академія друкарства. –2006. –315 с.
6. Кнабе Г. А. Энциклопедія дизайнера друкованої продукції. К.: Діалектика. – 2006. – 726 с.

7. Кодацька Н.О., Чечельницька Г.В. Практика рекламної та PR-діяльності: практикум. - Дніпро: Середняк Т. К, 2021. – 357 с.

8. Кравченко О.В. Методичні рекомендації до Виконання курсової роботи «Дизайн періодичного друкованого видання журналу» з навчальної дисципліни «Комплексне проектування в графічному дизайні» ОКР «Магістр». Міністерство культури України: КДАДПМД імені Михайла Бойчука, Кафедра графічного дизайну. - Київ, - 2025. - 22 с.

9. Кравченко О.В., Кравченко Я.О. Методичні рекомендації до Виконання курсової роботи «Дизайн періодичного видання – журналу» з навчальної дисципліни «Комплексне проектування в графічному дизайні» ОКР «Магістр». Міністерство культури України: КДАДПМД імені Михайла Бойчука, Кафедра графічного дизайну; - Київ, - 2025. - 70 с.

10. Кравченко О.В., Кравченко Я.О. Методичні рекомендації до Виконання курсової роботи «Рекламний супровід періодичного видання – журналу» з навчальної дисципліни «Комплексне проектування в графічному дизайні» ОКР «Магістр». Міністерство культури України: КДАДПМД імені Михайла Бойчука, Кафедра графічного дизайну; - Київ, - 2025. - 56 с.

11. Куленко М. Основи графічного дизайну. – Кондор –2008. – 210 с.

12. Куценко М. Я. Основи графічного дизайну: Підручник –К.: Кондор. –2006. – 492 с.

13. Лесняк В.І. Акцидентний шрифт: 75 оригінальних шрифтів. – Харків: Колорит. – 2004. – 140с.

14. Лесняк В. Графічний дизайн (основи професії). – К.: –2009. – 200 с.

15. Турченко Ю. А. Український естамп. – К.: Наукова думка. –1991. – 234 с.

16. Шевченко В. Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія. Київ: Видавець Паливода А. В., 2013. 340 с.

17. Шевченко В. Е. Режисура та архітектоніка видання: Навчально-методичний комплекс для студентів Інституту журналістики / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ: Інститут журналістики. - 2004. -72 с.

18. Шевченко В. Е. Характеристика шрифту як способу поліграфічного відтворення тексту: конспект лекцій для студентів відділення «Видавнича справа та редагування» з курсу «Шрифтознавство». Київ: Інститут журналістики, 2005. 106 с.

19. Оригінали для поліграфічного відтворення. Загальні технічні вимоги: ДСТУ 3772 – 98. Київ: Держстандарт України, 1999. 21 с.

20. Ів Аньєс Підручник із журналістики: Пишемо для газет. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. 544 с.

10.2 Допоміжна література

1. Валуєнко Б. В. Архітектура книги. Київ: Мистецтво, 1976. 212 с., іл.

2. Іванов В.Ф. Техніка оформлення газети: Курс лекцій: навч. посібник для студентів факультету журналістики. Київ: Знання, 2000. 222 с.

10.3 Інформаційні ресурси

3. <https://design.tutsplus.com/articles/10-tips-for-designing-high-impact-magazines->

-cms-25956

4. <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/54479>
5. <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/3651/1>
6. <https://naurok.com.ua/vizualne-oformlennya-dizayn-periodichnogo-vidannya-68734.html>
7. <https://www.pinterest.com/pin/2462974788567103/>
8. <https://www.pinterest.com/pin/121104677473210314/>
9. <https://www.pinterest.com/pin/76983474861053187/>

Л И С Т
узгодження робочої навчальної програми
 з дисципліни _____,
(назва навчальної дисципліни)

складеної відповідно до освітньо-професійної програми
 підготовки _____ за напрямом/спеціальністю _____,
(бакалаврів/магістрів) (шифр та назва напрямку/спеціальності)
 розробленої

(вказати посади, наукові ступені та/або вчені (почесні) звання авторів, їхні ПІБ)

	Прізвище, ім'я, по батькові завідувача	Підпис	Дата та № протоколу засідання кафедри
Кафедра, за якою закріплена дисципліна – _____ (назва кафедри)			
Випускова кафедра – _____ (назва кафедри)			

13. Зміни та доповнення до робочої програми навчальної дисципліни

№ з/п	Зміст внесених змін (доповнень)	Дата та номер протоколу засідання кафедри	Примітки