

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Національний авіаційний університет**  
**Факультет наземних споруд і аеродромів**  
**Кафедра комп'ютерних технологій дизайну і графіки**

УЗГОДЖЕНО

Декан Факультету  
 наземних споруд і аеродромів

*Віктор Карпов*  
**Віктор КАРПОВ**  
 «06» 06 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи

*Анатолій Полухін*  
**Анатолій ПОЛУХІН**  
 «08» 06 2023 р.



Система менеджменту якості

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**навчальної дисципліни**  
**«Фірмовий стиль»**

Освітньо-професійна програма: «Дизайн»

Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»

Спеціальність: 022 «Дизайн»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	4	120 / 4,0	17	-	34	69	-	-	Диф. зал. 4 с.
Заочна	4, 5	120 / 4,0	4	-	8	108	К.р. 5 с.	-	Диф. зал. 5 с.

Індекс: НБ – 5 – 022 – 1/21 – 3.5

Індекс: НБ – 5 – 022з – 1/21 – 3.5

СМЯ НАУ РП 10.01.03 – 02 – 2023



Система менеджменту якості.  
Робоча програма навчальної дисципліни  
«Фірмовий стиль»


Шифр  
документа

СМЯ НАУ  
РП 10.01.03 – 02 – 2023

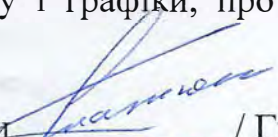
Стор. 2 із 16

Робочу програму навчальної дисципліни «Фірмовий стиль» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Дизайн», навчальних та робочих навчальних планів № НБ-5-022-1/21 та № НБ-5-022з-1/21, РБ-5-022-1/23 та РБ-5-022з-1/23 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 022 «Дизайн» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробила  
к. пед. н., доцент кафедри  
комп'ютерних технологій дизайну і графіки:

 / Калініченко О. В. /

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Дизайн», спеціальності 022 «Дизайн» – кафедри комп'ютерних технологій дизайну і графіки, протокол № 5 від « 02 » 05 20 23 р.


Гарант освітньо-професійної програми  / Гнатюк Л. Р. /

Завідувач кафедри  / Василенко В. М. /

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету (розробника програми), протокол № 5 від « 10 » 05 20 23 р.


Голова НМРР  / Талавіра Г. М. /

Рівень документа – 3б  
Плановий термін між ревізіями – 1 рік  
**Контрольний примірник**

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03 – 02 – 2023
		Стор. 3 із 16	

## ЗМІСТ

<b>Вступ .....</b>	<b>4</b>
<b>1. Пояснювальна записка .....</b>	<b>4</b>
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни .....	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна .....	5
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна .....	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки .....	6
<b>2. Програма навчальної дисципліни .....</b>	<b>6</b>
2.1. Зміст навчальної дисципліни .....	6
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля .....	6
2.3. Тематичний план .....	9
2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН).....	10
2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи .....	10
<b>3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни .....</b>	<b>10</b>
3.1. Методи навчання .....	10
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна) .....	10
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет .....	11
<b>4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь .....</b>	<b>13</b>

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03 – 02 – 2023
		Стор. 4 із 16	

## ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Фірмовий стиль» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

## 1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

### 1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

*Місце* навчальної дисципліни в системі професійних знань визначається знанням та вмінням передавати художніми прийомами образи об'єктів дизайну, їх дизайнерські розробки.

Дисципліна «Фірмовий стиль» є необхідною для набуття професійних знань, необхідних для вирішення завдань формування гармонійного предметно-просторового середовища життєдіяльності людини. Вона відноситься до дисциплін за вибором та входить до циклу професійних дисциплін.

#### *Метою навчальної дисципліни є:*

- дати здобувачам вищої освіти необхідні знання, вміння і навички для набуття компетентностей з вирішення творчих, професійних задач на основі сучасних інформаційних технологій зі створення та супроводження об'єктів фірмового стилю;

- ознайомлення з функціональними та технологічними принципами створення фірмового стилю;

- набуття знань та практичних навичок зі створення фірмового стилю.

#### *Завданнями навчальної дисципліни є:*

- навчити здобувачів вищої освіти аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень, а також усвідомлювати відповідальність за якість виконуваних робіт, забезпечувати виконання завдання на високому професійному рівні;

- ознайомити здобувачів вищої освіти із стилетворчими факторами на підставі вивчення різноманітних стильових мистецьких напрямків та історії брендингу, а також навчити використовувати їх у розробці фірмового стилю;


- навчити враховувати основні соціально-психологічні, рекламно-інформаційні, економічні фактори, що впливають на розробку фірмового стилю;

- знати вимоги, що висуваються до дизайну фірмового стилю, стильової єдності його складових елементів та вибору носіїв;

- отримати знання з питань захисту прав інтелектуальної власності щодо розробки та використання засобів фірмового стилю;

- ознайомити з менеджментом супроводження фірмового стилю;

- навчити здобувачів вищої освіти самостійно застосовувати отримані знання про фірмовий стиль у проектній діяльності та дотримуватися стандартів проектування у професійній діяльності.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03 – 02 – 2023
		Стор. 5 із 16	

## **1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.**

В результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі **програмні результати навчання**:

- **ПРН 1.** Застосовувати набуті знання і розуміння предметної області та сфери професійної діяльності у практичних ситуаціях.
- **ПРН 7.** Аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень.
- **ПРН 14.** Використовувати у професійній діяльності прояви української ментальності, історичної пам'яті, національної самоідентифікації та творчого самовираження; застосовувати історичний творчий досвід, а також успішні українські та зарубіжні художні практики.
- **ПРН 18.** Відобразити морфологічні, стильові та кольоро-фактурні властивості об'єктів дизайну.

## **1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.**

В результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі **компетентності**:

### **Загальні компетентності (ЗК)**

- **ЗК 1.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- **ЗК 6.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- **ЗК 9.** Здатність зберігати та примножувати культурно-мистецькі, екологічні, моральні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій.
- **ЗК 11.** Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, розуміти предметну галузь та сфери професійної діяльності, застосовувати набуті знання у практичних ситуаціях.

### **Фахові компетентності (ФК)**

- **ФК 3.** Здатність здійснювати композиційну побудову об'єктів дизайну.
- **ФК 4.** Здатність застосовувати навички проектної графіки у професійній діяльності.
- **ФК 7.** Здатність використовувати сучасне програмне забезпечення для створення об'єктів дизайну.
- **ФК 8.** Здатність здійснювати колористичне вирішення майбутнього дизайн-об'єкта.



#### 1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Для засвоєння дисципліни «Фірмовий стиль» здобувачі вищої освіти використовують знання, вміння, навички, сформовані в ході вивчення художньо-історичних дисциплін: «Історія українського та зарубіжного мистецтва та дизайну», «Композиція і кольорознавство», «Типологія та методика дизайну», «Комп'ютерне моделювання».

Основні положення дисципліни «Фірмовий стиль» повинні бути використані в подальшому при вивченні наступних дисциплін: «Проектна графіка та ергономіка», «Універсальний дизайн», «Дизайн середовища», «Дизайн інтер'єру», а також у дипломному проектуванні та практичній діяльності дизайнера.

## 2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 2.1. Зміст навчальної дисципліни.

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля, а саме:

– навчального модуля № 1 «Фірмовий стиль», який є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.


### 2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля. Модуль № 1 «Фірмовий стиль».

#### Інтегровані вимоги модуля №1.

У результаті засвоєння навчального матеріалу модуля № 1 здобувач вищої освіти повинен

#### **ЗНАТИ:**


- історичні особливості формування фірмового стилю, сучасний стан та перспективи розвитку;
- вплив соціально-історичних умов та технологічного розвитку суспільства на формування фірмового стилю;
- теоретичні основи та закономірності створення фірмового стилю;
- цілі, функції фірмового стилю, його значення у рекламі, дизайні виробів, дизайні середовища;
- вимоги до створення фірмового стилю;
- основні етапи й особливості процесу створення фірмового стилю;
- основні константи фірмового стилю;
- структуру графічного знаку, його типові форми;
- фактори, що впливають на вибір фірмових кольорів;
- розробки українських дизайнерів з фірмового стилю;
- стилетворчі елементи предметно-просторового середовища, інформаційних систем, мобільних об'єктів;

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»</p>	<p>Шифр документа</p>	<p>СМЯ НАУ РП 10.01.03 – 02 – 2023</p>
		<p>Стор. 7 із 16</p>	

- систему рекламних заходів, які забезпечують просування фірмового стилю на споживчому ринку;
- нормативно-правові документи, що регулюють відносини щодо права власності на фірмові знаки, зокрема, Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»;
- умови функціонування фірмових констант у правовому полі;
- права та обов'язки власників свідоцтва про знак;
- порядок одержання свідоцтва про право власності на знак.

### ***ВМІТИ:***

- обґрунтовувати свої пропозиції при розробці проектної ідеї, заснованої на концептуальному, творчому підході до вирішення дизайнерського завдання;
- застосовувати отримані знання про фірмовий стиль у проектній діяльності та дотримуватися стандартів проектування і технологій виготовлення об'єктів дизайну у професійній діяльності;
- враховувати теоретичні основи, закономірності та сучасні тенденції створення фірмового стилю з метою їх практичного використання;
- аналізувати формоутворення сучасних виробів промислового та графічного дизайну та вирізняти стильові особливості;
- розробляти дизайн-проекти фірмового стилю;
- класифікувати зображальні знаки за характером рішення, типовими формами;
- використовувати спільні прийоми стилізації у розробці складових елементів фірмового стилю;
- розробляти зображальні знаки: символічні, алегоричні, емблематичні.
- застосовувати стратегії вибору назв фірмових знаків, марок, установ;
- аналізувати закономірності побудови різних гарнітур шрифтів;
- розробляти буквені, буквено-предметні, словесні логотипи;
- застосовувати виражальні можливості кольору у фірмовому стилі;
- створювати фірмовий стиль як набір графічних, словесних, друкарських постійних елементів, що забезпечують візуальну і смислову єдність товарів (послуг), усієї вихідної від фірми інформації;
- добирати і розробляти елементи фірмового стилю для предметно-просторового середовища, інформаційних систем, мобільних об'єктів.
- подавати заявку на одержання свідоцтва на знак;
- розробляти патентноспроможний знак згідно умов надання правової охорони;
- забезпечувати дієздатність знаку та дотримання правового поля його використання в усій системі фірмового стилю.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03 – 02 – 2023
		Стор. 8 із 16	

### **Тема 1. Поняття «Фірмовий стиль», його цілі, функції.**

Соціально-історичні умови виникнення фірмового стилю. Вплив культурних традицій, мистецьких стилів, промислового розвитку на його формування. Поняття «Фірмовий стиль». Цілі, функції фірмового стилю, його значення у рекламі, дизайні виробів, дизайні середовища.

### **Тема 2. Константи фірмового стилю.**

Константи фірмового стилю та інші його складові. Товарний знак, його види й особливості. Роль товарного знаку в системі фірмового стилю.

### **Тема 3. Структура графічного знаку.**

Структура графічного знаку, типові форми. Класифікація зображальних знаків за характером рішення. Вимоги до створення графічного знаку. Внесок українських дизайнерів у розвиток фірмового стилю, розробку графічних знаків. Поняття «Логотип». Композиційна будова логотипів: буквено-предметних, буквених, словесних знаків. Роль гарнітури шрифту у виразності логотипу.

### **Тема 4. Наймінг у фірмовому стилі.**

Розробка назв установ, організацій; фірмових марок, товарних знаків у процесі створення фірмового стилю (наймінг). Класифікація назв. Методи наймінгу. Ренеїмінг. Брендінг та ребрендінг.

### **Тема 5. Значення кольору у фірмовому стилі.**

Значення і функції кольору у фірмовому стилі. Фактори, що впливають на вибір фірмових кольорів. Емоційне сприйняття кольору. Традиції використання кольорів у різних культурах. Колір у фірмовому стилі та у відповідному дизайні інтер'єру. Особливості сприйняття співвідношень кольорів в інтер'єрі.

### **Тема 6. Основні етапи розробки фірмового стилю.**

Вимоги до створення фірмового стилю. Завдання, які вирішує дизайнер у процесі розробки фірмового стилю. Основні етапи у розробці фірмового стилю.

### **Тема 7. Просування фірмового стилю на споживчому ринку.**

Система рекламних заходів, які забезпечують просування фірмового стилю на споживчому ринку. Стилетворчі елементи предметно-просторового середовища (будівлі і споруди, території, інтер'єри, обладнання, продукція) та інформаційних систем (візуальні комунікації, засоби інформації, дизайн організації заходів, обладнання виставок). Мобільні об'єкти – носії фірмового стилю: поліграфічна продукція; екіпіровка персоналу; транспорт; засоби зберігання.

### **Тема 8. Функціонування фірмових констант у правовому полі.**


Державне регулювання відносин, що виникають із набуттям і здійсненням права власності на знаки для товарів і послуг. Умови надання правової охорони та підстави для її відмови. Права та обов'язки власників свідоцтва про знак. Порядок одержання свідоцтва. Етапи реєстрації знаку (товарного, обслуговування), торговельної марки, найменування підприємства, назви товару тощо. Захист прав власника свідоцтва.





### 2.3. Тематичний план.

№ пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Лаб./прак. заняття	СРС	Усього	Лекції	Лаб./прак. заняття	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Модуль № 1 «Фірмовий стиль»</b>									
1.1	Поняття «Фірмовий стиль», його цілі, функції.	<b>4 семестр</b>				<b>4 семестр</b>			
		14	2	2 2	8	7	1	-	6
1.2	Константи фірмового стилю.	15	2	2 2 1	8	6	1	-	5
1.3	Структура графічного знаку.	15	2	2 2 1	8	6	1	-	5
1.4	Неймінг у фірмовому стилі.	14	2	2 2	8	5	-	-	5
1.5	Значення кольору у фірмовому стилі.	14	2	2 2	8	6	1	-	5
						30	4	-	26
						<b>5 семестр</b>			
1.6	Основні етапи розробки фірмового стилю.	15	2	2 2 1	8	53	-	5	48
1.7.	Просування фірмового стилю на споживчому ринку.	15	2	2 2 1	8	11	-	1	10
1.8	Функціонування фірмових констант у правовому полі.	11	2	2	7	7	-	1	6
1.9	Модульна контрольна робота №1	7	1	-	6	-	-	-	-
1.10	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8
1.11	Підсумкова контрольна робота (ЗФН)	-	-	-	-	11	-	1	10
						90	-	8	82
<b>Усього за модулем № 1</b>		<b>120</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>69</b>	<b>120</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>108</b>
<b>Усього за навчальною дисципліною</b>		<b>120</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>69</b>	<b>120</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>108</b>

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03 – 02 – 2023
		Стор. 10 із 16	

#### **2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН).**

Коротко мета та цілі даного виду роботи студентів.

**Для студентів ЗФН** – завдання для виконання розробляються автором робочої програми. Навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій.

#### **2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи (у випадку диференційованого заліку ЗФН).**

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до підсумкової контрольної роботи, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доноситься до відома студентів.

### **3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ**

#### **3.1. Методи навчання**

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- словесні (лекція, пояснення, розповідь, бесіда, інструктаж);
- проблемного викладу;
- репродуктивні;
- дослідницькі;
- пояснювально-ілюстративні;
- наочні (демонстрація, ілюстрація, спостереження, показ);
- практичні (створення проектів, проведення розрахунків).

Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекційних та лабораторних занять, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою.

#### **3.2. Рекомендована література**


##### **Базова література**

3.2.1. Алексіс Л. Бойлен. Візуальна культура / пер. з англ. Г. Лелів. Київ : ArtHuss, 2021. 208 с.

3.2.2. Вілер Аліна. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю / пер. з англ. О. Лобастова. Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2021. 336 с.

3.2.3. Гевін Емброуз, Найджел Оно-Білсон. Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.

3.2.4. Гевін Емброуз, Ніл Леонард. Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03 – 02 – 2023
		Стор. 11 із 16	

3.2.5. Гевін Емброуз, Ніл Леонард. Графічний дизайн 03: Генерування ідей. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.

3.2.6. Еллен Лаптон, Дженніфер Коул Філіпс. Основи. Графічний дизайн 04: Нові основи / пер. з англ. Ірина Михайлишена. Київ: ArtHuss, 2020. 264 с.

3.2.7. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчям. Київ : ArtHuss. 2023, 200 с.

3.2.8. Дуглас ван Прает. Несвідомий брендинг / Харків: Фабула, 2020.–304 с.

3.2.9. Синепупова Н. Композиція: тотальний контроль. Як створити дизайн без візуального сміття / пер. з рос. Р. Туманова. Київ: ArtHuss, 2019. 240 с.

3.2.10. Йоганнес Іттен. Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва : навч. посібн. / пер. із нім. С. Святенко. Київ : ArtHuss, 2022. 96 с.

### Допоміжна література

3.2.11. Йоганнес Іттен. Наука дизайну та форми. Вступний курс, який я викладав у Баугаузі та інших школах / пер. із нім. С. Святенко. Київ : ArtHuss, 2021. 136 с.

3.2.12. Шон Адамс. Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти / пер. з англ. М. Тимченко. Київ : ArtHuss, 2022. 256 с.

3.2.13. Майкл Льюрік, Жан-Поль Томмен, Ларрі Лайфер. Дизайн-мисленнєве життя : практ. посібн. / пер. з англ. О. Лісевич. Київ : ArtHuss, 2021. 256 с.

3.2.14. Leborg C. Visual Grammar: A Design Handbook. / Christian Leborg — Princeton Architectural Press; Illustrated edition (21 July 2022). — 96 p.


3.2.15. Bierut M., Helfand J. Culture Is Not Always Popular: Fifteen Years of Design Observer. / Michael Bierut and Jessica Helfand — The MIT Press, 2019. — 240 p.

### 3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет

3.3.1. Кубко В. П. Фірмові константи як засоби ідентифікації корпоративного стилю організації [Електронний ресурс] / В. П. Кубко, А. В. Баранюк // Гілея. — 2016. — Вип. 106. — С. 242-245. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2016\\_106\\_65](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_106_65)

3.3.2. Гніденко М. С. Дизайн логотипу як основи фірмового стилю [Електронний ресурс] / М. С. Гніденко, В. В. Колесніков // Вісн. Київ. нац. ун-ту технологій та дизайну. Серія: Технічні науки. — 2015. — № 1. — С. 73-78. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknutdtn\\_2015\\_1\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknutdtn_2015_1_11)

3.3.3. Грачов П. О. Вибір та використання кольору в фірмовому стилі [Електронний ресурс] // Технології та дизайн. — 2015. — № 1. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/td\\_2015\\_1\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2015_1_15)

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03 – 02 – 2023
		Стор. 12 із 16	


3.3.4. Солдатенко Д. А. Сучасні тенденції в розробці фірмового стилю та рекламних повідомлень із використанням етнічних форм [Електронний ресурс] // Технології та дизайн. — 2014. — № 2. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/td\\_2014\\_2\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2014_2_10)

3.3.5. Сьомкін В. В. Дизайн в контексті семантичної і візуальної гармонізації реклами і фірмового стилю [Електронний ресурс] // Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті. — 2015. — Вип. 2. — С. 106–109. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tnvakho\\_2015\\_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tnvakho_2015_2)

3.3.6. Кубко В. П. Особливості використання кольорів у фірмовому стилі [Електронний ресурс] / В. П. Кубко, Ю. В. Щербак // Гілея. — 2016. — Вип. 107. — С. 294–296. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2016\\_107\\_76](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_107_76)

3.3.7. The 13 Principles of Design & How to Apply Them. URL: <https://paperform.co/blog/principles-of-design/> (дата звернення: 23.08.2022)

3.3.8. Eric Kim. Dynamic Composition. Manual. URL: <https://erickimphotography.com/blog/books/> (дата звернення: 20.08.2022).

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03 – 02 – 2023
		Стор. 13 із 16	

#### 4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Мак кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
<b>Семестри 3, 4</b>		
<b>Модуль № 1 «Малі архітектурні форми»</b>		
<b>Види навчальної роботи</b>	<b>бали</b>	<b>бали</b>
Лабораторні виконання окремих завдань	8 x 10 = 80	40
Виконання контрольної роботи (домашньої)	-	30
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	48	-
Підсумкова семестрова контрольна робота	-	<b>30</b>
Виконання модульної контрольної роботи № 1	20	-
<b>Усього за модулем № 1</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Усього за дисципліною</b>	<b>100</b>	

**Залікова рейтингова оцінка** визначається (в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

У випадку **диференційованого заліку** підсумкова семестрова рейтингова оцінка, перераховується в оцінку за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 4).

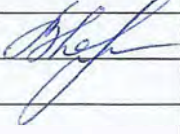
4.4. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та індивідуального навчального плану студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.5. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03 – 02 – 2023
		Стор. 14 із 16	

(Ф 03.02 – 01)

**АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА**

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	03.02	08.06.23	Редченко К.А.		

(Ф 03.02 – 02)

**АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ**

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

**АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ**

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

**АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН**

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

**УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН**

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				