


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державне некомерційне підприємство
"Державний університет "Київський авіаційний інститут"
Факультет архітектури, будівництва та дизайну
Кафедра комп'ютерних технологій дизайну і графіки

УЗГОДЖЕНО

В.о. декана ФАБД

 Олександр ДУБИК
« 11 » лютого 2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи

 Анатолій ПОЛУХІН
« 02 » лютого 2025 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Корпоративна айдентика та брендинг»

Освітньо-професійна програма: «ІТ-Дизайн»


Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»

Спеціальність: 022 «Дизайн»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СР С	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	3	120/4	17	-	34	69	-	-	3 сем-диф.залік

Індекс: РБ-5-022-2/24-3.3

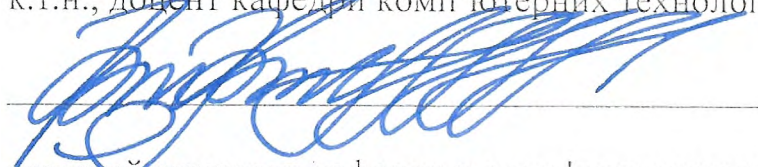
СМЯ КАІ РІ 10.01.03-01–2025

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна айдентика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025
		Стор. 2 із 15	

Робочу програму навчальної дисципліни «Корпоративна айдентика та брендинг» розроблено на основі освітньо-професійної програми «ІТ-Дизайн» навчального та робочого навчального плану №НБ-5-022-2/22 та №РБ-5-022-2/24 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 022 «Дизайн», відповідних нормативних документів.

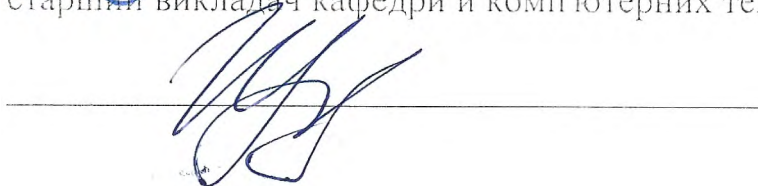
Робочу програму розробили:

к.т.н., доцент кафедри комп'ютерних технологій дизайну і графіки



Вікторія ВАСИЛЕНКО

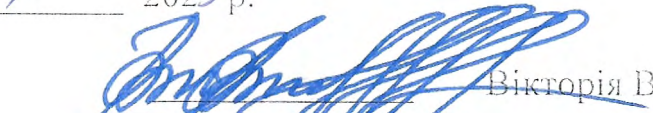
старший викладач кафедри комп'ютерних технологій дизайну і графіки



Оксана ЦЕРКОВНА

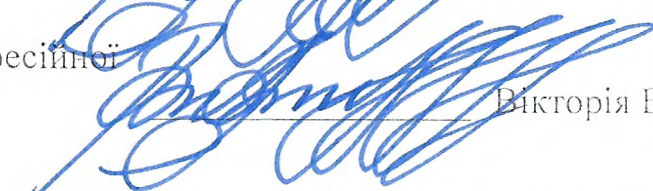
Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «ІТ-дизайн», – кафедри комп'ютерних технологій дизайну і графіки, протокол № 1 від «13» 01 2025 р.

Завідувач кафедри



Вікторія ВАСИЛЕНКО

Гарант освітньо-професійної програми



Вікторія ВАСИЛЕНКО

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету архітектури, будівництва та дизайну, протокол № 1 від «30» 01 2025 р.

Голова ІМРР




Геннадій ГАЛАВІНА

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна айдентика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025
		Стор. 3 із 14	

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
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	6
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	6
2. Програма навчальної дисципліни	7
2.1. Зміст навчальної дисципліни.....	7
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля.....	7
2.3. Тематичний план.....	9
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	10
3.1. Методи навчання	10
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	10
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті	10
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	11

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна айдентика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025
		Стор. 4 із 14	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної «Корпоративна айдентика та брендинг», розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення та оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 року №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 формувати корпоративну айдентика бренду (неймінг, логотип, фірмовий стиль, брендбук тощо) створюючи змістовні концепції та вирішуючи їх формально.

Дисципліна «Корпоративна айдентика та брендинг» є необхідною для набуття професійних знань та компетентностей, що потрібні при вирішенні завдань, пов'язаних із практичною діяльністю дизайнера на ринку праці. Передбачає набуття знань і практичних навичок із брендингу, реалізації та управління іміджем позитивного образу компанії чи індивідуального фахівця, що здійснює надання певних послуг, розробку комплексного впізнаваного візуального образу компанії. Відноситься до дисциплін за вибором та входить до циклу професійних дисциплін.

Метою навчальної дисципліни є: знайомство із найбільш ефективними інструментами брендингу, способами виокремлення бренду серед конкурентів та розробка корпоративної айдентики бренду (неймінг, логотип, фірмовий стиль, брендбук тощо). Виокремлення цінностей, місії та стратегії діяльності компанії та їх втілення у візуальних впізнаваних образах.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- Ознайомлення з основами брендингу та його значенням у бізнесі.
- Вивчення принципів створення корпоративної айдентики та її складових (логотип, кольорова гама, шрифти, графічні елементи).
- Формування навичок розробки брендбуку та стандартизації візуального стилю компанії.
- Аналіз конкурентного середовища та виявлення унікальних атрибутів бренду.
- Практична розробка концепцій айдентики на основі аналізу брендових стратегій.
- Формування стратегії комунікації бренду через візуальні та текстові елементи.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна айдентика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025
		Стор. 5 із 14	

- Дослідження психології кольору, типографіки та композиції у формуванні айдентики.
- Робота з кейсами відомих брендів, аналіз їхньої айдентики, стратегій розвитку та редизайну.
- Розвиток навичок презентації власних проєктів та аргументації дизайнерських рішень.

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

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває вмінь:

- Аналізувати ринок, конкурентне середовище та цільову аудиторію для формування унікальної айдентики бренду.
- Розробляти концепцію корпоративної айдентики, визначаючи ключові цінності, місію та візуальну стратегію бренду.
- Створювати логотипи, підбирати фірмову кольорову гаму, типографіку та графічні елементи відповідно до ідентичності бренду.
- Формувати комплексний брендбук із детальними інструкціями щодо використання фірмового стилю.
- Візуалізувати та презентувати розроблені бренд-концепції, аргументуючи вибір дизайнерських рішень.
- Використовувати сучасні графічні редактори та інструменти для створення айдентики та брендингових матеріалів.

ПРН 1. Застосовувати набуті знання та розуміння предметної області у практичних ситуаціях, аналізуючи ринок, конкурентне середовище та цільову аудиторію для створення ефективної корпоративної айдентики.


ПРН 4. Визначати мету, завдання та етапи проєктування корпоративної айдентики, розробляючи візуальну стратегію бренду.

ПРН 5. Розуміти та виконувати свою частину роботи в команді, визначати пріоритети професійної діяльності під час роботи над айдентикою та брендингом.

ПРН 6. Усвідомлювати відповідальність за якість виконуваних робіт, забезпечувати розробку брендової айдентики на високому професійному рівні.

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 при створенні корпоративної айдентики.

ПРН 19. Застосовувати знання візуальної комунікації, типографіки та основ композиції для проєктування систем візуальної ідентифікації брендів,

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна айденітика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025
		Стор. 6 із 14	

інфографіки, рекламної продукції, а також адаптації айденітики для моушен- та веб-дизайну.


1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

- **ІК:** 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.
- **ЗК 1.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- **ЗК 4.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- **ЗК 5.** Здатність працювати в команді.
- **ЗК 6.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- **ЗК 11.** Здатність розробляти конструкторсько-композиційне рішення об'єктів дизайну за допомогою комп'ютерних технологій та врахуванням специфіки матеріалів.
- **ФК 4.** Здатність застосовувати навички проектної графіки у професійній діяльності.
- **ФК 5.** Здатність застосовувати знання історії українського і зарубіжного мистецтва та дизайну в художньо-проектній діяльності.
- **ФК 7.** Здатність використовувати сучасне програмне забезпечення для створення об'єктів дизайну.
- **ФК 10.** Здатність застосовувати знання прикладних наук у професійній діяльності (за спеціалізаціями).
- **ФК 11.** Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності.
- **ПРН 19.** Застосовувати знання візуальної комунікації, шрифтів, основ композиції для проектування різноманітних об'єктів моушен- та веб-дизайну (системи візуальної комунікації, інфографіка, анімація, рекламна продукція).

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Для засвоєння дисципліни «Корпоративна айденітика та брендинг» студенти використовують знання, вміння, навички, сформовані в ході вивчення дисциплін: «Історія української державності та культури», «Ділова українська мова», «Філософія», «Композиція і кольорознавство», «Історія українського та зарубіжного мистецтва та дизайну», «Матеріалознавство та технології в дизайні».

Основні положення дисципліни «Корпоративна айденітика та брендинг» повинні бути використані в подальшому при вивченні наступних

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна айдентика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025
		Стор. 7 із 14	

дисциплін: «Дизайн цифрового шрифту», «UI-UX Дизайн», «Розробка логотипів».

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни складається з одного навчального модуля, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

Важливою складовою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань і вмінь, набутих студентом у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни, є виконання лабораторних завдань, спрямованих на розробку корпоративної айдентики та брендингу.

2.2. Модульне структурування за розділами та інтегровані вимоги до кожного модуля


Модуль № 1 «Корпоративна айдентика та брендинг»

Інтегровані вимоги модуля №1. В результаті засвоєння навчального матеріалу модуля № 1 студент повинен ЗНАТИ:

- Основні поняття корпоративної айдентики, брендингу та їх значення для розвитку компанії.
- Процес створення корпоративного бренду, включаючи неймінг, розробку логотипу, фірмового стилю та брендбуку.
- Принципи формування корпоративної стратегії через візуальні елементи та їх інтеграцію у загальну комунікаційну стратегію бренду.
- Методи аналізу цільової аудиторії та конкурентного середовища для ефективної розробки корпоративної айдентики.
- Сучасні тренди в брендингу та корпоративному дизайні, які допомагають сформуванню унікального образу компанії.
- Методи створення графічних елементів бренду, таких як логотипи, кольорові гами, шрифти, іконки, патерни, ілюстрації та інші елементи візуальної айдентики.
- Етапи розробки брендбуку, його структуру та значення для забезпечення єдності корпоративної айдентики.

ВМІТИ:

- Проводити комплексний аналіз для створення корпоративної айдентики, визначаючи основні характеристики бренду (місія, цінності, позиціонування).
- Розробляти концепцію корпоративної айдентики, створюючи логотип, підбираючи кольорову палітру, типографіку та графічні елементи.
- Створювати та оформляти брендбук, який містить докладні інструкції щодо використання елементів айдентики в різних форматах.
- Використовувати сучасні програмні засоби та інструменти для створення дизайну та брендингових матеріалів.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна айдентика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025 Стор. 8 із 14
---	---	-------------------	---

- Визначати та застосовувати стратегії брендингу для формування позитивного іміджу компанії через візуальні елементи та комунікацію.

Тема 1.1. Вступна лекція. Місце дисципліни в підготовці дизайнера. Визначення ідентичності бренду. Маркетингові стратегії та дослідження.

Огляд значення корпоративної айдентики та брендингу для дизайнера. Визначення бренду, його місце в бізнесі та стратегія розвитку. Зв'язок бренду з маркетинговими стратегіями та дослідженням ринку.

Тема 1.2. Ідеали та цінності бренду.

Визначення цінностей бренду та їх роль у формуванні корпоративної ідентичності. Як ідеали бренду допомагають комунікувати з цільовою аудиторією та формувати довіру.

Тема 1.3. Особливості взаємодії бренду з клієнтами.

Аналіз взаємодії бренду з клієнтами через різні канали комунікації. Психологія взаємодії. Роль відгуків, персоналізації та клієнтського досвіду в зміцненні бренду.

Тема 1.4. Основні засоби ідентичності бренду: брендбук, корпоративна айдентика та онлайніві бренд-центри.

Роль брендбуку та його елементів для формування єдиного корпоративного стилю. Визначення ключових елементів корпоративної айдентики: логотип, шрифти, кольори, патерни. Використання онлайн-бренд-центрів для стандартизації брендингових елементів.

Тема 1.5. Неймінг та його роль у діяльності бренду.

Визначення поняття «неймінг» та його основної ролі у процесі створення бренду. Розгляд основних критеріїв, які повинна враховувати назва бренду: унікальність, простота, запам'ятовуваність, релевантність до цільової аудиторії. Розгляд різних типів неймінгу — від абстрактних назв до дослівних описів. Процес створення пеймінгу.

Тема 1.6. Особливості створення логотипу. Підходи та методи.


Визначення основних підходів до створення логотипу. Ключові принципи розробки логотипів: впізнаваність та відповідальність цінностям бренду.

Тема 1.7. Брендбук, рекламна поліграфія та онлайн засоби комунікації бренду.

Структура брендбуку та його роль в забезпеченні єдності айдентики. Використання рекламної поліграфії та онлайн каналів для ефективної комунікації з клієнтами.


Тема 1.8. Успішний досвід брендингу світових компаній.

Аналіз кейсів успішних брендів. Дослідження використання стратегії брендингу для зміцнення образу та залучення клієнтів.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна айдентика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025
		Стор. 9 із 14	

2.3. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН.

№ пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)			
		Денна форма навчання 3 семестр			
		Усього	Лекції	Лаб./прак. заняття	СРС
1	2	3	4	5	6
Модуль №1 «Корпоративна айдентика та брендинг»					
1.1	Вступна лекція. Місце дисципліни в підготовці дизайнера. Визначення ідентичності бренду. Маркетингові стратегії та дослідження	14	2	2 2	8
1.2	Ідеали та цінності бренду	14	2	2 2	8
1.3	Особливості взаємодії бренду з клієнтами	14	2	2 2	8
1.4	Основні засоби ідентичності бренду: брендбук, корпоративна айдентика та онлайнві бренд-центри	16	2	2 2	10
1.5	Неймінг та його роль у діяльності бренду	16	2	2 2	10
1.6	Особливості створення логотипу. Підходи та методи	16	2	2 2	10
1.7	Брендбук, рекламна поліграфія та онлайн засоби комунікації бренду	12	2	2 2 2	4
1.8	Успішний досвід брендингу світових компаній	12	2	2 2	6
1.9	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)				-
	Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)				
1.10	Модульна контрольна робота №1	6	1	-	5
	Усього за модулем №1	120	17	34	69
	Усього за навчальною дисципліною	120	17	34	69

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна айденітика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025
		Стор. 10 із 14	

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання: пояснювально-ілюстративний, частково-пошуковий, дослідницький. Зокрема, при застосуванні дослідницького методу застосовуються такі навчальні технології, як «навчання через задачі».

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних методів, серед яких: лекції проблемного характеру, міні-лекції, рольові ігри, робота в малих групах, презентації, метод проектної роботи, банки візуального супроводу, самостійна робота.

3.2. Рекомендована література

Базова література:

3.2.1. Гальчинська О.С. (2022). *Дизайн-проекування основних компонентів айденітики бренду*. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі: монографія: 149-169.

3.2.2. Єрохіна А.А. (2024). Формування бренду компанії в глобальному маркетинговому середовищі. *Universum. Маркетингова та логістична діяльність*, 10.

3.2.3. Вербицька, А.В., Бабаченко, Л.В., Лисенко, І. В. (2023). Роль соціальних мереж в інбаунд маркетинговій стратегії для стартапів. *Академічні візії*, (17). DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7759265>.

3.2.4. Міхеєва Л. (2020). Вплив символів тематичної візуальної мови на бренд. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 30(1), 167-172 DOI: 10.24919/2308-4863.1/30.212239.

Додаткова література:

3.2.5. Минко, Л. (2023). Етика реклами в сучасному маркетингу. *Економіка та суспільство*, (47). DOI: 10.32782/2524-0072/2023-47-76.


3.2.6. Яківченко А.М. (2023). Механізм інноваційного маркетингу промислового підприємства у повоєнний період. *Підприємство та інновації*, 26, 63-69.

3.3. Інформаційні ресурси в інтернеті

3.3.1. *Фінансова енциклопедія*. URL: <https://ua.nesrakonk.ru/product-line/>

3.3.2. Онлайн-платформа з усіма необхідними інструментами для маркетологів: <https://sendpulse.ua/support/glossary/upsell>

3.3.3. Сологуб Д. (2024). Ідентифікація бренду – з чого вона складається і як її створити? URL: <https://contentwriter.com.ua/identyfikatsiia-brendu/>

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна айдентика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025
		Стор. 11 із 14	

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	Max кількість балів
	Денна форма навчання
	3й семестр
Модуль №1 «Корпоративна айдентика та брендинг»	
Виконання лабораторних завдань	10 балів x 8 = 80 балів
Для допуску до виконання модульної контрольної роботи № 1	48 балів
Виконання модульної контрольної роботи №1	20 балів
Контрольна робота	-
Підсумкова контрольна робота	-
Усього за модулем №1	100
Усього за дисципліною	100


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.

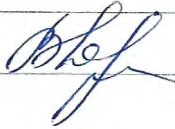
4.4. У випадку диференційованого заліку підсумкова семестрова рейтингова оцінка, перераховується в оцінках за національною шкалою та шкалою ECTS.

4.6. 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 «Корпоративна айдентика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РІІ 10.01.03-01-2025
		Стор. 12 із 14	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	03.02	26.02.25	Редзько 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				

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна ідентифікація та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025
		Стор. 13 із 14	


Додаток 3

**Відповідність оцінок у балах оцінкам за національною шкалою
(рекомендовані значення)**

Оцінка у балах												Оцінка за національного шкалою
3	4	5	6	7	8	9	10	11	13	14	15	
3	4	5	6	7	8	9	9-10	10-11	12-13	13-14	14-15	Відмінно Добре Задовільно
2,5	3	4	5	6	6-7	7-8	8	9	10-11	11-12	12-13	
2	2,5	3	4	4-5	5	6	6-7	7-8	8-9	9-10	9-11	
Оцінка у балах												Оцінка за національного шкалою
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
15-16	16-17	17-18	17-19	18-20	19-21	20-22	21-23	22-24	23-25	24-26	25-27	Відмінно Добре Задовільно
12-14	13-15	14-16	15-16	15-17	16-18	17-19	18-20	18-21	19-22	20-23	20-24	
10-11	10-12	11-13	12-14	12-14	13-15	13-16	14-17	15-17	15-18	16-19	16-19	
Оцінка у балах												Оцінка за національного шкалою
28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
26-28	26-29	27-30	28-31	29-32	30-33	31-34	32-35	33-36	34-37	34-38	35-39	Відмінно Добре Задовільно
21-25	22-25	23-26	23-27	24-28	25-29	26-30	27-31	27-32	28-33	29-33	29-34	
17-20	18-21	18-22	19-22	19-23	20-24	20-25	21-26	22-26	22-27	23-28	24-28	
Оцінка у балах												Оцінка за національного шкалою
40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	
36-40	37-41	38-42	39-43	40-44	41-45	42-46	43-47	43-48	44-49	45-50	46-51	Відмінно Добре Задовільно
30-35	31-36	32-37	32-38	33-39	34-40	35-41	35-42	36-42	37-43	38-44	38-45	
24-29	25-30	25-31	26-31	27-32	27-33	28-34	28-34	29-35	30-36	30-37	31-37	
Оцінка у балах												Оцінка за національного шкалою
52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	
47-52	48-53	49-54	50-55	51-56	51-57	52-58	53-59	54-60	55-61	56-62	57-63	Відмінно Добре Задовільно
39-46	40-47	41-48	41-49	42-50	43-50	44-51	44-52	45-53	46-54	47-55	47-56	
31-38	32-39	32-40	33-40	34-41	34-42	35-43	36-43	36-44	37-45	37-46	38-46	
Оцінка у балах												Оцінка за національного шкалою
64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	
58-64	59-65	60-66	60-67	61-68	62-69	63-70	64-71	65-72	66-73	67-74	68-75	Відмінно Добре Задовільно
48-57	49-58	50-59	50-59	51-60	52-61	53-62	53-63	54-64	55-65	56-66	56-67	
38-47	39-48	40-49	40-49	41-50	41-51	42-52	43-52	43-53	44-54	44-55	45-55	
Оцінка у балах												Оцінка за національного шкалою
76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	
68-76	69-77	70-78	71-79	72-80	73-81	74-82	75-83	76-84	77-85	77-86	78-87	Відмінно Добре Задовільно
57-67	58-68	59-69	59-70	60-71	61-72	62-73	62-74	63-75	64-76	65-76	65-77	
46-56	46-57	47-58	47-58	48-59	49-60	49-61	50-61	50-62	51-63	52-64	52-64	


Додаток 3

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна айдентика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025
		Стор. 14 із 14	

оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	Добре	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67-74	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34		F	Незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна айдентика та брендинг»	Шифр документа	СМЯ КАІ РП 10.01.03-01-2025
		Стор. 14 із 14	

оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	Добре	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		C	Добре (в загальному вірно виконання з невною кількістю суттєвих помилок)
67-74	Задовільно	D	Задовільно (неногано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34		F	Незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)