

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри
комп'ютерних систем і технологій
Протокол № 1 від 22.08.2023 р.

ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчально-методичної роботи


Каріна НЕМАШКАЛО

ДИЗАЙН ФІРМОВОГО СТИЛЮ

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань **всі**
Спеціальність **всі**
Освітній рівень **другий (магістерський)**
Освітня програма **всі**

Статус дисципліни **вибіркова**
Мова викладання, навчання та оцінювання **українська**

Розробник:
к.е.н., доц.



Олена БЕРЕЖНА

Завідувач кафедри
комп'ютерних систем і
технологій,
проф.



Олександр ПУШКАР

Харків
2023

ВСТУП

На формування іміджу компанії впливають багато факторів. І один із найважливіших — це візуальний образ компанії, який створюється засобами графічного дизайну. Цей образ формується з багатьох речей: логотип, колірна гама, шрифти, композиція рекламних зображень, дизайн корпоративних видань, сайтів та презентацій. Створений індивідуальний образ дозволяє покупцю виділити компанію на загальному фоні, запам'ятати її. Дизайн фірмового стилю є важливим елементом брэнда, що обумовлює актуальність навчальної дисципліни.

Дисципліна готує здобувачів до вивчення взаємопов'язаних професійно-орієнтованих і спеціальних питань, пов'язаних з процесом створення системи графічної корпоративної ідентифікації та особливостями дизайну корпоративних видань.

Навчальна дисципліна «Дизайн фірмового стилю» забезпечує набуття і поглиблення знань і навичок у сфері комп'ютерної графіки, надає можливість засвоїти методики розробки графічних зображень. У процесі вивчення даної дисципліни здобувачі ознайомляться із можливостями створення дизайну корпоративних візитних карток, листівок, логотипів, корпоративних електронних видань.

Для набуття практичних компетентностей з навчальної дисципліни передбачається робота з растровим графічним редактором Adobe Photoshop та спеціалізованими онлайн-сервісами для розробки елементів графічного фірмового стилю компанії та дизайну корпоративних видань.

Навчальна дисципліна «Дизайн фірмового стилю» вивчається магістрами усіх спеціальностей, які самостійно обрали її (крім спеціальності 186 Видавництво та поліграфія).

Метою викладання даної навчальної дисципліни є формування у здобувачів компетентностей з управління процесом розробки елементів графічного фірмового стилю компанії та дизайну корпоративних видань на основі принципів художньої композиції та графічного дизайну.

Завданнями навчальної дисципліни є:

оволодіння навичками визначення вимог до дизайну фірмового стилю та корпоративних видань;

оволодіння навичками підготовки макетів елементів айдентики у середовищі растрових редакторів комп'ютерної графіки на основі принципів, прийомів та засобів розробки графічної композиції.

Об'єктом навчальної дисципліни є процес розробки елементів графічного фірмового стилю компанії та дизайну корпоративних видань.

Предметом навчальної дисципліни є змістовні принципи та основні тенденції дизайну графічного фірмового стилю та корпоративних видань.

У процесі навчання здобувачі отримують необхідні знання під час лекційних занять та виконання лабораторних завдань. Також велике значення в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота здобувачів. Усі види занять розроблені відповідно до трансферної системи організації навчального процесу.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна «Дизайн фірмового стилю», визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
Здатність створювати графічні композиції, які відповідають основним композиційним принципам	Створювати гармонійні графічні композиції засобами Adobe Photoshop для вирішення бізнес-завдань
Уміння обирати колірну гаму композиції відповідно до заданого враження, яке повинна створювати композиція	
Здатність обирати характеристики шрифту, які забезпечать досягнення заданої комунікаційної мети композиції	
Здатність формулювати вимоги до елементів графічного фірмового стилю	Розробляти елементи графічного фірмового стилю
Уміння оформляти технічне завдання на розробку графічного фірмового стилю	
Здатність підготовки макетів елементів корпоративної айдентики	
Здатність застосовувати графічний редактор для поліпшення якості зображень та підготовки зображень для публікації в Web	Поліпшувати якість зображення в цілому і окремих фрагментів згідно композиції
Уміння сформулювати необхідний розмір зображення з мінімальними втратами якості згідно з характеристиками пристроїв виведення	

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Загальні принципи художньої композиції та графічного дизайну

Тема 1. Поняття та цілі дизайну фірмового стилю

- 1.1. Сутність та вимоги до дизайну
- 1.2. Поняття фірмового стилю та його значення для підприємств.
- 1.3. Функції фірмового стилю
- 1.4. Аспекти впровадження фірмового стилю в діяльність компанії.

Тема 2. Основи композиції

- 2.1. Поняття композиції
- 2.2. Види композиції
- 2.3. Принципи композиції
- 2.4. Засоби (елементи) композиції
- 2.5. Прийоми побудови композиції

Тема 3. Фірмові кольори

- 3.1. Поняття кольору та фірмового кольору
- 3.2. Характеристики кольору
- 3.3. Колірна палітра та її вплив на сприйняття бренду.
- 3.4. Засоби вибору кольорів

Тема 4. Шрифт у композиції. Корпоративні шрифти

- 4.1. Функції шрифту
- 4.2. Шрифти і читаність
- 4.3. Основні характеристики шрифтів
- 4.3. Класифікація шрифтів
- 4.5. Параметри оформлення тексту

Змістовий модуль 2. Фірмовий стиль та корпоративні видання

Тема 5. Елементи графічного фірмового стилю

- 5.1. Роль логотипу у візуальному представленні компанії.
- 5.2. Вимоги до логотипів
- 5.3. Розгляд та аналіз реальних логотипів компаній

- 5.2. Вибір корпоративних шрифтів для різних видів комунікації.
- 5.3. Фірмові кольори та особливості їх сприйняття
- 5.4. Додаткові графічні елементи, які доповнюють ідентичність компанії (персонаж, паттерни, іконки тощо).

Тема 6. Брендбук та логобук. Основні носії фірмового стилю

- 6.1. Сфера застосування та структура бренд буку
- 6.2. Призначення та структура логобуку
- 6.3. Визначення носіїв фірмового стилю
- 6.4. Презентаційна та сувенірна продукція компанії
- 6.5. Приклади застосування елементів фірмового стилю на різних носіях

Тема 7. Корпоративні видання. Дизайн корпоративних видань

- 7.1. Поняття корпоративних видань (КВ)
- 7.2. Призначення, цілі та завдання КВ
- 7.3. Класифікація КВ. Види і форми КВ
- 7.4. Особливості дизайну друкованих КВ
- 7.5. Вимоги до дизайну електронних КВ

Тема 8. Фірмовий стиль як елемент бренда. Брендинг та ребрендинг фірмового стилю

- 8.1. Взаємозв'язок бренда та фірмового стилю
- 8.2. Розробка концепції брендингу фірмового стилю
- 8.3. Структура та етапи процесу ребрендингу фірмового стилю
- 8.4. Комунікація брендингу та ребрендингу

Перелік лабораторних занять за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Таблиця 2

Перелік лабораторних занять

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Поняття та цілі дизайну фірмового стилю	Створення візитної картки
Тема 2. Основи композиції	Розробка листівки
Тема 3. Фірмові кольори	Розробка флаєра
Тема 4. Шрифт у композиції.	Створення банерної реклами

Корпоративні шрифти	
Тема 5. Елементи графічного фірмового стилю	Створення брифу на розробку логотипа та фірмового стиля
Тема 6. Брендбук та логобук. Основні носії фірмового стилю	Розробка концепцій фірмового знаку і логотипу організації
Тема 7. Корпоративні видання. Дизайн корпоративних видань	Створення цифрової версії фірмового блоку організації
Тема 7. Корпоративні видання. Дизайн корпоративних видань	Оформлення корпоративних видань. Паттерни
Тема 8. Фірмовий стиль як елемент бренда. Брендинг та ребрендинг фірмового стилю	Розробка шаблонів корпоративної поштової розсилки та соціальної мережі

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Поняття та цілі дизайну фірмового стилю	Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до лабораторних занять. Огляд теоретичного матеріалу з теми «Основні стилі дизайну»
Тема 2. Основи композиції	Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до лабораторних занять. Огляд теоретичного матеріалу з теми «Вплив руху і ліній на спосіб сприйняття композиції. Приклади їх використання для створення динаміки або спокою в малюнку»
Тема 3. Фірмові кольори	Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до лабораторних занять. Огляд теоретичного матеріалу з теми «Які фактори варто враховувати при виборі фірмових кольорів для бренду»

Тема 4. Шрифт у композиції. Корпоративні шрифти	Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до лабораторних занять. Огляд теоретичного матеріалу з теми «Критерії вибору фірмового шрифту для використання в дизайні і рекламних матеріалах»
Тема 5. Елементи графічного фірмового стилю	Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до лабораторних занять. Огляд теоретичного матеріалу з теми огляд теоретичного матеріалу з теми «Адаптація елементів графічного фірмового стилю залежно від цільової аудиторії та галузі діяльності компанії»
Тема 6. Брендбук та логобук. Основні носії фірмового стилю	Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до лабораторних занять. Огляд теоретичного матеріалу з теми огляд теоретичного матеріалу з теми «Роль бренд буку і логобуку у забезпеченні консистентності та візуальної ідентичності бренду на різних носіях та матеріалах»
Тема 7. Корпоративні видання. Дизайн корпоративних видань	Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до лабораторних занять. Огляд теоретичного матеріалу з теми огляд теоретичного матеріалу з теми «Вплив формату та типу корпоративного видання на спосіб його дизайну»
Тема 8. Фірмовий стиль як елемент бренду. Брендинг та ребрендинг фірмового стилю	Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до лабораторних занять. Огляд теоретичного матеріалу з теми огляд теоретичного матеріалу з теми «Приклади та аналіз ребрендингу фірмового стилю для зміни сприйняття бренду та адаптації до нових ринкових умов»

Кількість годин лекційних та лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

- словесні (лекція (Тема 1, 2, 4, 5, 6, 7), проблемна лекція (Тема 3),
- наочні (демонстрація (Тема 1-8),
- практичні (лабораторна робота (Тема 1 – 8), кейс-метод (Тема 8).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, та лабораторних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача

вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів: форма семестрового контролю залік: максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума – 60 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формі диференційованого заліку.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається сумуванням всіх балів, отриманих під час поточного контролю.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: лабораторні роботи у формі індивідуальних навчально-дослідних завдань (70 балів), письмові контрольні роботи (20 балів), есе (10 балів).

Семестровий контроль: залік.

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Веселовська Г. В. Комп'ютерна графіка: навч. посіб. для студентів ВНЗ / [Текст] // Г. В. Веселовська, В. Є. Ходаков, В. М. Веселовський. – Херсон : ОлдіПлюс, 2019. – 581 с.

2. Євсєєв, О. С. Створення інтерактивних медіа [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О. С. Євсєєв ; Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. – 138 с. <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/24522>

3. Проектування додатків для мобільних пристроїв [Електронний ресурс] : навчальний посібник / О. І. Пушкар, Є. М. Грабовський; Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. — Електрон. текстові дан. (14,6 МБ). — Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. — 166 с. Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30156>.

Додаткова

4. Бережна О. Б. Типографіка [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О. Б. Бережна, Т. Ю. Андрющенко ; Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. - Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 124 с. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26377>.

5. Ільчишина М.С. Роль фірмового стилю в формуванні іміджу та

пізнаваності підприємства. Сучасні управлінські та соціально-економічні аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання в умовах трансформації публічного управління: матеріали міжнар. наук. – практ. конф., Одеса, 5 лист. 2020 р. Одеса, 2020. С. 278-280.

6. Огівлі Девід. Про рекламу / Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. 288 с.

7. Процишин Ю.Т. Наявність брендбуку—одна з обов'язкових умов створення сильної корпоративної культури. Молодий вчений. 2019. № 11 (75). С. 142-145.

8. Hrabovskiy, Y , Kots, P. Methodology for designing a mobile application for people with an active lifestyle. Поліграфія і видавнича справа. 2022 № / 2 (84) С. 22-35. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/29386>.

Інформаційні ресурси

9. Сайт персональної навчальної системи з навчальної дисципліни «Дизайн фірмового стилю» . - Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=3580>.

10. Бережна О. Б. Рекомендації до вибору кольорової гами в рекламі/ О. Б. Бережна, В. Ю. Андрущенко. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: тези доп. VIII Міжнар. наук.-техн. конф. (16-20 травня 2023, м. Харків). Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид», 2023. Т1. С. 245-246. <https://pmw.nure.ua/download/ukr/Tezisy-konferenciya%20%20PMW-2023.pdf>.

11. Афанасьєва О. М. Фірмовий стиль та корпоративна культура в PR [Електронний ресурс] / О. М. Афанасьєва // Цілі сталого розвитку: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі: матеріали VI Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих вчених, 20 жовтня 2022 р. : тези допов. – Київ, 2022. – С. 13-14. Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/29282>.

12. Брендинг: опорний конспект лекцій. [Електронний ресурс] Тернопіль : ТНЕУ, 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://library.tneu.edu.ua/images/stories/NMKD/літб/Брендинг2019/4 Опорний конспект.pdf>.

13. Длигач А.О. Бренд-маркетинг: базові основи та поняття. [Електронний ресурс] . – Режим доступу до ресурсу: http://ua.prostobiz.ua/brend_marketing_bazovi_osnovi_i_ponyattya.

14. Казакова Н. В. Айдентика як інструмент рекламної комунікації інтернет-бренду / Н. В. Казакова // Світові тенденції у сфері реклами і зв'язків з

громадськiстю: проблеми та перспективи : матеріали I міжвузівської студентської наук.-практ. конф., 11 бер. 2021 р. – Київ: Факультет міжнародних відносин Нац-го авіаційного ун-ту. – 2021. – С. 30–35. - Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/25753>.

15. Мультимедійний дизайн та візуалізація даних: методичні рекомендації до самостійної роботи студентів спеціальності 186 "Видавництво та поліграфія" другого (магістерського) рівня [Електронний ресурс] / уклад. Л. Потрашкова – Електрон. текстові дан. (1,53 МБ). – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 30 с. - Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27424>.

16. Розробка фірмового стилю [Електронний ресурс] // GBS Brand Expert Company. 2019. Режим доступу до ресурсу: <https://brandexpert.com.ua/firm-style/>

17. Розробка фірмового стилю [Електронний ресурс] // Leosvit. 2020. Режим доступу до ресурсу: <https://leosvit.com/srv/branding/firmstyle>.

18. Розробка фірмового стилю: основні етапи та елементи [Електронний ресурс] // Gold Web Solution. 2020. Режим доступу до ресурсу: <https://goldwebsolutions.com/uk/blog/rozrobka-firmovogo-stilyu-osnovni-etapi-taelementi/>.

19. Створення, розробка та дизайн візитки. [Електронний ресурс] // Tart. 2020. Режим доступу до ресурсу: <https://tart.com.ua/uk/poslugi/vizitki/>.

20. Як вибрати колір логотипу: посібник для початківців [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://prodesign.in.ua/about/>.

21. 5 Сервісів для підбору шрифтових пар [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://uamgguru.ru/rizne/16007-15-servisiv-dlja-pidboru-shriftovih-par.html>.

22. 29 principles for making great font combinations [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: <https://bonfx.com/29-principles-for-making-great-font-combinations/>.

23. Great cyrillic fonts [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: https://www.pinterest.com/vadim_granich/great-cyrillic-fonts/.

24. Impression Management Using Typeface Design [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: <http://data.adic.co.kr/lit/publication/tmp/A9001338/A9001338.pdf>.

25. Melymbrose J. Як визначити основні цінності вашого бренду (і чому варто це зробити) [Електронний ресурс]. 2022. Режим доступу до ресурсу: <https://business.tutsplus.com/uk/tutorials/how-to-define-your-core-brand-values-andwhy-you-should--cms-26301>.

26. The Aesthetics of Reading [Электронный ресурс] / Режим доступа до ресурсу: <https://affect.media.mit.edu/pdfs/05.larson-picard.pdf>.

27. The Psychology of Color: How to Use Colors to Increase Conversion Rate. Режим доступа до ресурсу: <https://neilpatel.com/blog/the-psychology-of-color-how-to-use-colors-to-increaseconversion-rate/>.