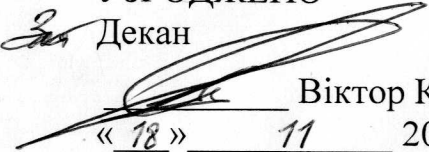


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
 Факультет архітектури, будівництва та дизайну
 Кафедра дизайну інтер'єру

УЗГОДЖЕНО


 Декан

Віктор КАРПОВ

« 18 » 11 2022 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи


 Анатолій ПОЛУХІН

« 21 » 11 2022 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 – 022/21 – 3.5

Індекс: НБ – 5 – 022з/21 – 3.5



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

Шифр
документа

СМЯ НАУ
РП 10.01.05 – 01 – 2022

Стор. 2 із 16

Робочу програму навчальної дисципліни «Фірмовий стиль» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Дизайн», навчальних та робочих навчальних планів № НБ–5–022/21 та № НБ–5–022з/21, РБ–5–022/22 та РБ–5–022з/22 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 022 «Дизайн» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробила
к. пед. н., доцент
кафедри дизайну інтер'єру:

_____ /  / Калініченко О. В. /

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Дизайн», спеціальності 022 «Дизайн» – кафедри дизайну інтер'єру, протокол № 12 від «22» 08 2022 р.

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

Завідувач кафедри _____ /  / Гнатюк Л. Р. /


Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету (розробника програми), протокол № 6 від «22» 05 2022 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 10.01.05 – 01 – 2022
		Стор. 3 із 16	

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	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	6
2. Програма навчальної дисципліни	6
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
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 Інтернет	11
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	13

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05 – 01 – 2022
		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 10.01.05 – 01 – 2022
		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.** Відображати 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.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05 – 01 – 2022
		Стор. 6 із 16	

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>	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05 – 01 – 2022
		Стор. 7 із 16	

- 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 проєктування 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-проєкти 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.

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05 – 01 – 2022
		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. Стילותворчі 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.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05 – 01 – 2022
		Стор. 9 із 16	

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
Модуль № 1 «Фірмовий стиль»									
		4 семестр				4 семестр			
1.1	Поняття «Фірмовий стиль», його цілі, функції.	14	2	2 2	8	7	1	-	6
1.2	Константи фірмового стилю.	14	2	2 2	8	6	1	-	5
1.3	Структура графічного знаку.	14	2	2 2	8	6	1	-	5
1.4	Неймінг у фірмовому стилі.	14	2	2 2	8	5	-	-	5
1.5	Значення кольору у фірмовому стилі.	15	2	2 3	8	6	1	-	5
						30	4	-	26
5 семестр									
1.6	Основні етапи розробки фірмового стилю.	15	2	2 3	8	53	-	5	48
1.7.	Просування фірмового стилю на споживчому ринку.	14	2	2 2	8	11	-	1	10
1.8	Функціонування фірмових констант у правовому полі.	13	2	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
Усього за модулем № 1		120	17	34	69	120	4	8	108
Усього за навчальною дисципліною		120	17	34	69	120	4	8	108

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05 – 01 – 2022
		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. Балабанова Л.В., Юзик Л.О. Рекламний менеджмент: підруч. / Л.В. Балабанова, Л.О. Юзик. – Київ: ЦУЛ, 2013. – 391с.

3.2.2. Білодід Ю.М. Основи дизайну: навч. посіб. / Ю.М. Білодід, О.П. Поліщук. – Київ: ПАРАПАН, 2004. – 240 с.

3.2.3. Босий О.Г. Міф. Символ. Орнамент: метод. посібник / О.Г. Босий. – Вінниця: ФОП Данилюк В.Г., 2011. – 120 с.

3.2.4. Вілер А. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю / Аліна Вілер. – Київ: КМ-Букс, 2020 – 336 с.

3.2.5. Дуглас ван Праєт. Несвідомий брендинг / Харків: Фабула, 2020.–304 с.

	<p style="text-align: center;">Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05 – 01 – 2022
		Стор. 11 із 16	

3.2.6. Інженерна та комп'ютерна графіка: підруч. для студ. вищ. закладів освіти / В. Є. Михайленко [та ін.]; ред. В. Є. Михайленко. – Київ : Вища школа, 2000. – 342 с.

3.2.7. Куленко М.Я. Основи графічного дизайну: підручник. Вид. 2-е, доп. і випр. – / М.Я. Куленко. – Київ : Кондор, 2007. – 492 с.

Допоміжна література

3.2.8. Калетнік Г.М. Ціхановська В.М., Ціхановська О.М. Менеджмент і маркетинг: навч. посіб. Київ: Хай-Тек Прес, 2011. 579 с.

3.2.9. Калініченко О.В. Основні віхи формування реклами // Наука і молодь. Прикладна серія: 36. Наук. Пр. – К.: Видавнича компанія “КИТ”, 2003. – С. 389 – 392.

3.2.10. Калініченко О.В. Піктограма як мистецьке та комунікативне явище в системі дизайн-середовища // Матеріали V Міжнародної науково-технічної конференції “Авіа-2003”. – Том 4. – Київ: НАУ. – 2003. – С.42.113-42.116. (V Міжнародна науково-технічна конференція “Авіа-2003” (Київ, 23-25 квітня 2003р.)

3.2.11. Калініченко О.В. Товарний знак – обличчя фірми // Аеропорти та їх інфраструктура: Матеріали VI міжнародної науково – технічної конференції “АВІА-2004”. – Т.4. – К.: НАУ, 2004. – С. 43.103 – 43.107.

3.2.12. Калініченко О.В. Товарний знак як одна з основних складових фірмового стилю // Полікультуротворча діяльність: Збірник наукових праць. – Вип.2. – К.: НАУ, 2004. – С.157 – 162.

3.2.13. Калініченко О.В. Історичні передумови виникнення сучасної друкованої реклами // Культурологічні засади технічного та промислового дизайну в системі суспільних відносин: Матеріали наук.-практ. конф.: Тези доп. – К.: НАУ, 2004. – С.36 –40.

3.2.14. Лук'янець Т. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посіб. / Київський національний економічний ун-т. — К. : КНЕУ, 2000. — 377с.


3.2.15. Сьомка С.В. Ергономіка та ергодизайн : підручник / С. В. Сьомка. – К. : НАКККіМ, 2017. – 604 с.

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет

3.3.1. Бондаренко І. С. Імідж як знакова система. Семіотичні моделі візуальної комунікації // Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії : монографія / Бондаренко І. С.; Держ. вищ. навч. закл. "ЗНУ" МОН України. — Запоріжжя : [ЗНУ], 2016. – С. 16-21.

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

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

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05 – 01 – 2022
		Стор. 12 із 16	

3.3.4. Звягінцева О. Б. Моделювання фірмового стилю підприємства в складі маркетингової політики комунікацій [Електронний ресурс] / О. Б. Звягінцева, А. Ю. Туманова, Я. В. Мірза // Інноваційна економіка. — 2013. — № 3. — С. 210-217. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_3_50

3.3.5. Кацал І. Мистецький прагматизм. Фірмовий стиль компанії як неодмінний інструмент просування // Консалтинг в Україні. – 2008. – № 7/8. – С. 36-38.

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

3.3.7. 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


3.3.8. Литвинюк Л. До питання становлення та розвитку фірмового стилю [Електронний ресурс] // Вісн. Львів. нац. акад. мистецтв. — 2013. — Вип. 24. — С. 10-17. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnam_2013_24_4

3.3.9. Поліщук Г. В. Використання політипажних мотивів у створенні сучасного фірмового стилю [Електронний ресурс] // Вісн. Харків. держ. акад. дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. — 2012. — № 6. — С. 41-43. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2012_6_12

3.3.10. 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

3.3.11. 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

3.3.12. Штверкова Х. Вплив фірмового стилю на економічну ефективність організації / Х. Штверкова, П. Крібікова, В. Хумлова // Актуальні проблеми економіки. — 2012. — № 11. — С. 515-521.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05 – 01 – 2022
		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	Мах кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Семестри 3, 4		
Модуль № 1 «Малі архітектурні форми»		
Види навчальної роботи	бали	бали
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	-	30
Виконання модульної контрольної роботи № 1	20	-
Усього за модулем № 1	100	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.

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

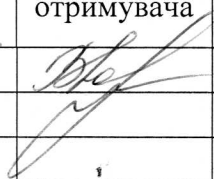
4.4. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та індивідуального навчального плану студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

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 10.01.05 – 01 – 2022
		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	21.11.22	Редаренко К. Н.		

(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 «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05 – 01 – 2022
		Стор. 15 із 16	

Додаток 3

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

Оцінка у балах												Оцінка за національною 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
2,5	3	4	5	6	6-7	7-8	8	9	10-11	11-12	12-13	Добре
2	2,5	3	4	4-5	5	6	6-7	7-8	8-9	9-10	9-11	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною 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
12-14	13-15	14-16	15-16	15-17	16-18	17-19	18-20	18-21	19-22	20-23	20-24	Добре
10-11	10-12	11-13	12-14	12-14	13-15	13-16	14-17	15-17	15-18	16-19	16-19	Задовільно


Оцінка у балах												Оцінка за національною 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
21-25	22-25	23-26	23-27	24-28	25-29	26-30	27-31	27-32	28-33	29-33	29-34	Добре
17-20	18-21	18-22	19-22	19-23	20-24	20-25	21-26	22-26	22-27	23-28	24-28	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною 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
30-35	31-36	32-37	32-38	33-39	34-40	35-41	35-42	36-42	37-43	38-44	38-45	Добре
24-29	25-30	25-31	26-31	27-32	27-33	28-34	28-34	29-35	30-36	30-37	31-37	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною 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
39-46	40-47	41-48	41-49	42-50	43-50	44-51	44-52	45-53	46-54	47-55	47-56	Добре
31-38	32-39	32-40	33-40	34-41	34-42	35-43	36-43	36-44	37-45	37-46	38-46	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною 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
48-57	49-58	50-59	50-59	51-60	52-61	53-62	53-63	54-64	55-65	56-66	56-67	Добре
38-47	39-48	40-49	40-49	41-50	41-51	42-52	43-52	43-53	44-54	44-55	45-55	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною 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
57-67	58-68	59-69	59-70	60-71	61-72	62-73	62-74	63-75	64-76	65-76	65-77	Добре
46-56	46-57	47-58	47-58	48-59	49-60	49-61	50-61	50-62	51-63	52-64	52-64	Задовільно

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Фірмовий стиль»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05 – 01 – 2022
		Стор. 16 із 16	

Додаток 4

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах 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)