

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



УЗГОДЖЕНО

Декан ФАБД

Віктор КАРПОВ
 Віктор КАРПОВ
 «24» 01 2022 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Проректор з навчальної роботи

Анатолій ПОЛУХІН
 Анатолій ПОЛУХІН
 «26» 01 2022 р.



Система менеджменту якості


РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Основи брендінгу»

Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»
 Спеціальність: 022 «Дизайн»
 Освітньо-професійна програма: «Дизайн»


Форма навчання	Сем.	Усього (год./кредитів ECTS)	ЛК Ц	ПР. 3	Л.3	СРС	ДЗ / РГР /К	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна:	5	120 / 4,0	17	-	34	69	-	-	Диф.залік 5 семестр
Заочна	5,6	120/ 4,0	4	-	8	108	1к-6с	-	Диф.залік 6 семестр

Індекс: НБ-5-022 /21-3.6

Індекс:НБ-5-022з /21-3.6

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи брендінгу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2022
		Стор. 2 із 13	

Робочу програму навчальної дисципліни «Основи брендінгу» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Дизайн», навчального та робочого навчального планів НБ-5-022/21, РБ-5-022/21 та № НБ-5-022з/21, РБ-5-022з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 022 «Дизайн» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробив
 к.арх, доцент кафедри архітектури
 та просторового планування  Олександр КРИЖАНІВСЬКИЙ

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні кафедри архітектури та просторового планування, протокол № 1 від « 15 » 01 2022р.

Завідувач кафедри  Юрій ДОРОШЕНКО

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Дизайн», спеціальності 022 «Дизайн» – кафедри дизайну інтер'єру, протокол № 1 від « 12 » 01 2022р.

Гарант освітньо-професійної програми  Лілія ГНАТЮК

Завідувач кафедри  Лілія ГНАТЮК

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету архітектури, будівництва та дизайну протокол № 1 від « 25 » 01 2022р.

Голова НМРР  Геннадій ТАЛАВІРА

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Врахований примірник 1



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..	4
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.....	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки.....	6
2. Зміст 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 роботу.....	10
2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи	10
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	11
3.1. Методи навчання	11
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	11
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті	11
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	12



ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Основи брендінгу» 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 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання

Місце: навчальна дисципліна є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують професійний профіль дизайнера в області архітектури та будівництва.

Метою викладання дисципліни є ознайомлення майбутніх здобувачів вищої освіти дизайнерів із основами брендінгу, із сучасними поняттями та методами створення бренду графічними засобами, і надання практичних навичок проектування рекламно-графічних комплексів, як складової дизайну архітектурного середовища.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- ознайомлення з теорією і практикою брендінгу;
- оволодіння поняттями і методами створення бренду графічними засобами;
- ознайомлення з етапами розробки рекламно-графічних комплексів;
- оволодіння знаннями діючих державних нормативів в галузі зовнішньої реклами, авторського права.

1.2. Які результати навчання дає можливість досягти навчальна дисципліна.

ПРН 1. Застосовувати набуті знання і розуміння предметної області та сфери професійної діяльності у практичних ситуаціях.

ПРН 3. Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайнерського проекту, застосовувати теорію і методику дизайну, фахову термінологію за професійним спрямуванням, основи наукових досліджень.

ПРН 4. Визначати мету, завдання та етапи проектування.

ПРН 6. Усвідомлювати відповідальність за якість виконуваних робіт, забезпечувати виконання завдання на високому професійному рівні.

ПРН 7. Аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень.

ПРН 8. Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію.

ПРН 9. Створювати об'єкти дизайну засобами проектно-графічного моделювання.

ПРН 10. Визначати функціональну та естетичну специфіку формотворчих засобів дизайну в комунікативному просторі.

ПРН 11. Розробляти композиційне вирішення об'єктів дизайну у відповідних техніках і матеріалах.

ПРН 12. Дотримуватися стандартів проектування та технологій виготовлення об'єктів дизайну у професійній діяльності.

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 15. Розуміти українські етнокультурні традиції у стильових вирішеннях об'єктів дизайну, враховувати регіональні особливості етнодизайну у мистецьких практиках.

ПРН 16. Враховувати властивості матеріалів та конструктивних побудов, застосовувати новітні технології у професійній діяльності.

ПРН 17. Застосовувати сучасне загальне та спеціалізоване програмне забезпечення у професійній діяльності (за спеціалізаціями).

ПРН 18. Відобразити морфологічні, стильові та кольоро-фактурні властивості об'єктів дизайну.

ПРН 19. Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.

1.3. Які компетентності 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 6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 7. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК 11. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, розуміти предметну галузь та сфери професійної діяльності, застосовувати набуті знання у практичних ситуаціях.

ФК 1. Здатність застосовувати сучасні методики проектування одиничних, комплексних, багатофункціональних об'єктів дизайну.

ФК 2. Здатність здійснювати формоутворення, макетування і моделювання об'єктів дизайну.

ФК 3. Здатність здійснювати композиційну побудову об'єктів дизайну.

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 6. Здатність застосовувати у проектно-художній діяльності спеціальні техніки та технології роботи у відповідних матеріалах.

ФК 7. Здатність використовувати сучасне програмне забезпечення для створення об'єктів дизайну.

ФК 8. Здатність здійснювати колористичне вирішення майбутнього дизайн-об'єкта.

ФК 11. Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи брендінгу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05–01–2022
		Стор. 6 із 13	

ФК 12. Здатність володіти практичними навичками з проектування та технологій виготовлення об'єктів дизайну.

1.4. Міждисциплінарні зв'язки: Дана дисципліна взаємопов'язана з такими дисциплінами як: «Типологія та методика дизайну», «Композиція та кольорознавство», «Технічний рисунок», «Рисунок, живопис та пластанатомія» та є базою для вивчення подальших дисциплін, а саме: «Дизайн середовища», «Дизайн інтер'єру», «Обладнання інтер'єру», «Синтез мистецтв», «Графічний web-дизайн».

2. Програма навчальної дисципліни

2.1. Зміст навчальної дисципліни.

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

навчального модуля №1 «**Основи брендінгу**» яких є логічно завершеною 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 «Основи брендінгу»

Інтегровані вимоги модуля №1: у результаті засвоєння навчального матеріалу студент повинен:

Знати:

- сутність, цілі та завдання брендінгу;
- структуру компанії, цільову аудиторію компанії, стратегію компанії;
- методику проектування рекламно-графічних комплексів;
- типологію зображень товарних знаків, етапи та особливості розробки логотипів;
- склад констант фірмового стилю та вимоги до їхньої розробки;
- склад рекламно-графічного комплексу та брендбуку;
- вимоги до розробки головної сторінки сайту компанії;
- основні державні норми і правила в галузі зовнішньої реклами.

Вміти:

- самостійно проводити історичний аналіз брендінгу відомих компаній;
- проводити аналіз та оцінку існуючого стану фірмового стилю компанії;
- проводити аналіз аналогів та прототипів, вітчизняного та зарубіжного досвіду формування брендінгу;
- формувати технічне завдання на розробку фірмового стилю компанії;
- розробляти варіанти логотипу;
- розробляти константи фірмового стилю;
- розробляти рекламно-графічний комплекс компанії;
- розробляти зовнішню рекламу компанії;
- приймати участь в розробці брендінгу міста.

Тема 1. СУТНІСТЬ, ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ БРЕНДИНГУ (2 год).

Мета, задачі, план курсу. Визначення понять “Бренд”, “Брендінг”, “Ренбрендінг”. Відмінність бренду від інших понять: фірмове (комерційне) найменування; товарний знак (товарна марка); торгова марка (знак). Сучасна маркетингова концепція, сукупність



прийомів та методів, які забезпечують перетворення марки на бренд. Бренд як об'єкт управління в маркетинговому, економічному та правовому аспектах. Складові елементи технології “Сутність бренду”. Основні етапи брендінгу. Зміна стану підприємств після впровадження брендінгу. Технологія “Процес узгодження бренду”.

Лабораторна робота (2 год).

Провести аналіз філософії компанії. Вияснити як філософія компанії впливає на формування компонентів фірмового стилю компанії: логотип, фірмовий колір, шрифт, рекламно-графічний комплекс компанії. Як змінюються компоненти фірмового стилю із перебігом часу.

Лабораторна робота (2 год).

Сучасна маркетингова концепція, сукупність прийомів та методів, які забезпечують перетворення марки на бренд. Бренд відомих компаній.

Надати оцінку існуючому стану фірмового стилю компанії, наявності логотипу, фірмового стилю, бренду. Підготувати презентацію.

Тема 2. СТРУКТУРА КОМПАНІЇ. ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ КОМПАНІЇ. СТРАТЕГІЯ КОМПАНІЇ (2 год).

Назва компанії. Сфера діяльності компанії. Позиція компанії на ринку. Цільова аудиторія. Філософія компанії. Стратегія компанії. Партнери та конкуренти компанії.

Лабораторна робота (2 год).

Провести аналіз аналогів та прототипів, аналіз вітчизняного досвіду розробки фірмового стилю компанії.

Лабораторна робота (2 год).

На основі матеріалів опитування представників компанії сформулювати технічне завдання на розробку фірмового стилю компанії.

Тема 3. ТОВАРНИЙ ЗНАК КОМПАНІЇ. РОЗРОБКА ЛОГОТИПУ (2 год).

Види зображень товарних знаків. Особливості розробки логотипів. Етапи розробки. Порівняння успішних та невдалих логотипів. Типові помилки в розробці логотипів.

Лабораторна робота (2 год).

Розробка варіантів логотипу. Обговорення варіантів.

Лабораторна робота (2 год).

Етапи розробки. Порівняння успішних та невдалих логотипів. Типові помилки в розробці логотипів. Затверджується робочий варіант логотипу для подальшого детального опрацювання на комп'ютері.

Тема 4. КОНСТАНТИ ФІРМОВОГО СТИЛЮ. КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ (2 год).

Константи фірмового стилю: фірмовий знак, фірмова колірна палітра, фірмові шрифтові гарнітури, стилеутворюючі графічні елементи.

Лабораторна робота (2 год).

Розробка констант фірмового стилю: фірмового знаку, фірмова колірна палітра, фірмові шрифтові гарнітури, стилеутворюючі графічні елементи.

Лабораторна робота (2 год).

Розробка варіантів колірного рішення фірмового знаку, варіантів написання текстового блоку. Визначення охоронного поля логотипу.



Тема 5. РЕКЛАМНО-ГРАФІЧНИЙ КОМПЛЕКС. КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ КОМПАНІЇ. БРЕНДБУК (2 год).

Корпоративний стиль ділової документації: візитна картка, фірмовий бланк, фірмові конверти, фірмові папки, фірмові вітальні листівки, фірмові запрошення, шаблони електронної презентації, корпоративні шпалери для оформлення робочого столу комп'ютера, бланки подяки, грамот та сертифікатів. Рекламна продукція: рекламний буклет, флаєра. Корпоративна атрибутика. Сувенірна продукція. Брендбук.

Лабораторна робота (2 год).

Розробка корпоративного стилю ділової документації, на вибір, відповідно до заданої теми: візитна картка, фірмовий бланк, фірмові конверти, фірмові папки, фірмові вітальні листівки, фірмові запрошення, шаблони електронної презентації, корпоративні шпалери для оформлення робочого столу комп'ютера, бланки подяки, грамот та сертифікатів.

Лабораторна робота (2 год).

Розробка рекламної продукції, на вибір, відповідно до заданої теми: рекламного буклету, флаєра. Розробка корпоративної атрибутики (одяг). Розробка сувенірної продукції, на вибір, відповідно до заданої теми: корпоративні ручки, значки, фірмові блокноти, фірмові роздаткові сувеніри, фірмові пакети та сумки, брендові чашки.

Тема 6. ДИЗАЙН ГОЛОВНОЇ СТОРІНКИ САЙТУ. ЛЕНДИНГ (2 год).

Основні вимоги до розробки головної сторінки сайту. Поняття про сайт та лендинг

Лабораторна робота (2 год).

Розробка головної сторінки сайту (лендингу).

Лабораторна робота (2 год).

Розробка основних компонентів головної сторінки.

Тема 7. ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА (2 год).

Вивіска на головному вході компанії. Реклама на фасаді та вітринах. Основні вимоги до розміщення реклами на фасадах історичних будівель. Реклама на банерах, сітілайтах. Реклама на транспорті та в транспорті.

Лабораторна робота (2 год).

Розробка вивіски на головному вході компанії. Розробка вивіски на фасадах історичних будівель.

Лабораторна робота (2 год).

Реклама на фасаді та вітринах. Розробка реклами на банерах, сітілайтах. Розробка реклами на транспорті та в транспорті.

Тема 8. БРЕНДИНГ МІСТА (2 год).

Місця розташування в'їздного знаку в ортогональній проекції у 3D проекції.

Лабораторна робота (2 год).

Визначити реальне місце розташування. Розробити в'їздний знак в ортогональній проекції.

Лабораторна робота (2 год).

Розробити в'їздний знак у 3D проекції. Розмістити у запропоноване місце.



2.3. Тематичний план.

№ пор.	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)								
		Данна форма навчання				Заочно форма навчання				
		Усього	Лекцій	Лабораторні	СРС	Усього	Лекцій	Лабораторні	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Модуль №1 «Основи брендінгу».										
1.1	Мета, задачі, план курсу. Визначення понять “Бренд”, “Брендінг”, “Ренбрендінг”. Відмінність бренду від інших понять: фірмове (комерційне) найменування; товарний знак (товарна марка); торгова марка (знак).	5 семестр				5 семестр				
		8	2	2	4	8	2	-	6	
1.2	Сучасна маркетингова концепція, сукупність прийомів та методів, які забезпечують перетворення марки на бренд. Бренд відомих компаній.	6	-	2	4	6	-	-	6	
1.3	Структура компанії. Сфера діяльності компанії. Позиція компанії на ринку. Цільова аудиторія. Філософія компанії. Стратегія компанії. Партнери та конкуренти компанії. Вітчизняний досвід розробки фірмового стилю компанії.	8	2	2	4	6	-	-	6	
1.4	Формування технічного завдання на розробку фірмового стилю компанії.	6	-	2	4	6	-	-	6	
1.5	Товарний знак. Види зображень товарних знаків. Основні етапи брендінга. Зміна стану підприємств після впровадження брендінгу. Технологія “Процес узгодження бренду”.	8	2	2	4	8	2	-	6	
1.6	Етапи розробки. Порівняння успішних та невдалих логотипів. Типові помилки в розробці логотипів.	6	-	2	4	6	-	-	6	
1.7	Константи фірмового стилю: фірмовий знак, фірмова колірна палітра, фірмові шрифтові гарнітури, стилеутворюючі графічні елементи.	8	2	2	4	6	-	-	6	
1.8	Розробка варіантів колірного рішення фірмового знаку, варіантів написання текстового блоку. Визначення охоронного поля логотипу.	6	-	2	4	6 семестр				
						8	-	2	6	



1.9	Рекламно-графічний комплекс. Корпоративний стиль ділової документації: візитна картка, фірмовий бланк, фірмові конверти, фірмові папки, фірмові вітальні листівки, фірмові запрошення, шаблони електронної презентації.	8	2	2	4	10	2	2	6
1.10	Рекламна продукція: рекламний буклет, флаєра. Корпоративна атрибутика. Сувенірна продукція. Брендбук.	6	-	2	4	6	-	-	6
1.11	Дизайн головної сторінки сайту. Лендинг.	8	2	2	4	8	2	-	6
1.12	Корпоративні шпалери для оформлення робочого столу комп'ютера.	6	-	2	4	8	-	-	6
1.13	Зовнішня реклама. Основні вимоги до розміщення реклами на фасадах історичних будівель. Вивіска на головному вході компанії.	8	2	2	4	8	-	2	6
1.14	Реклама на фасаді та вітринах. Реклама на банерах, сітілайтах. Реклама на транспорті та в транспорті	6	-	2	4	6	-	-	6
1.15	Брендінг міста. В'їздний знак у місто.	8	2	2	4	4	-	-	4
1.16	Презентаційна рекламна продукція з основи брендінгу (захисти робіт)	7	1	2	4	7	-	1	6
1.17	Модульна контрольна робота	7	-	2	5	-	-	-	-
1.18	Виконання контрольної роботи	-	-	-	-	8	-	-	8
1.19	Підсумкова семестрова контрольна робота	-	-	-	-	7	-	1	6
Усього за модулем №1		120	17	34	69	120	4	8	108
Усього за навчальною дисципліною		120	17	34	69	120	4	8	108

2.4. Завдання на контрольну роботу.

Контрольна робота з дисципліни виконується у шостому семестрі, відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних знань та вмінь студента при вивченні дисципліни.

Теми та завдання для виконання практичної частини контрольної роботи здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій, розроблених провідними викладачами кафедри.

Час, потрібний для виконання контрольної складає 8 годин самостійної роботи.

2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи.

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до заліку, розробляються провідним викладачем та затверджуються протоколом засідання кафедри та доводяться до відома студентів.



3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- пояснювально-ілюстративний метод;
- дослідницький метод;
- творчий, частково-пошуковий методи;
- груповий та індивідуальний методи;
- репродуктивний метод.

Реалізація цих методів застосовується для активації навчально-пізнавальної діяльності, роботі студентів під час вивчення даної дисципліни

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Бабенко Н. В. Анализ восприятия логотипов / Н. В. Бабенко, И. А. Кузнецова // Графика XXI века : сб. тез. докл. – Севастополь : СевНТУ, 2007. – С. 187-190.

3.2.2. Буравська А. Р. Формоутворення логотипів за допомогою геометричних перетворень плоских кривих ліній / А. Р. Буравська, І. О. Кузнецова // наук.-техн. зб. : Технічна естетика і дизайн. – К. : 2010. – Вип. 8. – С. 55-59.

3.2.3. Кузнецова І. О. До питання про моделювання динаміки візуального сприйняття об'єктів дизайну, декоративно-прикладного та образотворчого мистецтва / І. О. Кузнецова // Геометричне та комп'ютерне моделювання : зб. наук. праць. – Харків, 2007. – Вип. 19. – С. 97-111.

3.2.4. Патернотт Жан. Разработка и создание логотипов и графических концепций / пер. с фр. Т.Л. Черноситова. Ростов на Дону : Феникс, 2008. 154 с.

3.2.5. Про затвердження Правил розміщення рекламних засобів у місті Києві. КИЇВСЬКА МІСЬКА РАДА ІV сесія VIII скликання РІШЕННЯ від 20 квітня 2017 року N 223/2445.

Допоміжна література:

3.2.6. Костина, Анна Владимировна. Эстетика рекламы [Текст] : учеб. пособие: Рек. УМО по обр. в обл. коммерции, маркетинга и рекламы / А.В. Костина. Москва : Вершина, 2003. - 297 с.

3.2.7. Кузнецова І. О. Глобалізаційні та національні тенденції у формотворенні логотипів / І. О. Кузнецова, А. Н. Буравська // Візуальність у контексті культурних практик : зб. матер. конф. – Черкаси : Брама України, 2011. – С. 122-123.

3.2.8. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама 2001.

3.2.9. Курушин В.Д. Дизайн и реклама. Москва, 2006.

3.2.10. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе [Текст] : основы графического проектирования: учеб. пособие: доп. УМО / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 240 с.

3.2.11. Пронин С. Рекламисту о дизайне. Дизайнеру о рекламе. Москва : 2003.

3.2.12. Робин У. Недизайнерская книга о дизайне. Москва, 2002.

3.2.13. Ус В.Ф. Особливості напрямків історичного розвитку шрифтових композицій в дизайні інтер'єру/І. Кузнецова, О.Лільчицький, А. Гегер//Теорія та практика дизайну:Збірник наукових праць/Технічна естетика.К.: Компринт, 2018.-14.-С. 73-86

3.3. Інформаційні ресурси в інтернеті

3.3.1. Репозитарій кафедри архітектури та просторового планування, <http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/9115>

3.3.2. Методичні розробки кафедри (в електронному вигляді).



4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

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

Таблиця 4.1.

Оцінювання окремих видів навчальної роботи студента

	Максимальна кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Вид навчальної роботи	Модуль №1	
	3 семестр	4 семестр
Виконання та захист лабораторних робіт (9бх8)	72 (сумарно)	-
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>43 балів</i>	<i>43 балів</i>
Відповіді на лабораторних заняттях (з урахуванням виконання завдань, отриманих під час настановчої сесії)	-	50 (сумарно)
Виконання модульної контрольної роботи №1	28	-
Виконання контрольної роботи	-	20
Підсумкова семестрова контрольна робота	-	30
Семестровий диференційований залік	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.

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. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка, перераховується в оцінку за національною шкалою та шкалою ECTS.

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

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 «Основи брендингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2022
		Стор. 13 із 13	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

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

(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
	<i>Дришченко С.П.</i>	<i>22.08.22</i>	<i>[Signature]</i>	<i>адекватно</i>

(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				