ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету бізнесу та сфери обслуговування

27 серпня 2026 р., протокол № 10

Голова Вченої ради

_____ Галина ТАРАСЮК

РОБОЧА ПРОГРАМА ВИБІРКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Естетика та дизайн товарів»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр»

Схвалено на засіданні кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування
25 серпня 2026 р., протокол № 2

В.о. завідувача кафедри

_____ Тетяна ОСТАПЧУК

Розробник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування
СВІТЛИШИН Ігор

Житомир
2026 – 2027 н.р.

Робоча програма вибіркової навчальної дисципліни «Естетика та дизайн товарів» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» затверджена Вченою радою факультету бізнесу та сфери обслуговування від 27 серпня 2026 р., протокол № 10.

1. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма здобуття вищої освіти</td><td>заочна форма здобуття вищої освіти</td></tr>
<tr><td>Кількість кредитів 4</td><td rowspan="15">Освітній ступінь «бакалавр»</td><td colspan="2">Вибіркова</td></tr>
<tr><td>Модулів – 1</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Змістових модулів – 2</td><td>2-й</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Загальна кількість годин – 120</td><td>3-й</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td rowspan="8">Тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти:
4 год</td><td>32 год.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні</td></tr>
<tr><td>32 год.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td>__ год.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>56 год.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю: залік</td></tr>
</table>

Частка аудиторних занять і частка самостійної та індивідуальної роботи у загальному обсязі годин з навчальної дисципліни становить для денної форми здобуття вищої освіти – 53 % аудиторних занять, 47 % самостійної та індивідуальної роботи.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти системних знань та практичних навичок щодо оцінювання естетики та дизайну товарів, розроблення дизайнерських рішень і управління ними в сучасних умовах ведення бізнесу для забезпечення конкурентоспроможності товарів підприємства.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

– набуття здобувачами вищої освіти знань щодо: сутності та ролі естетики в економічній діяльності та бізнес-середовищі підприємства; елементів, які формують естетичні властивості товарів; сутності, напрямів та ергономічних вимог до дизайну товарів; принципів дизайну упаковки, брендингу та управління дизайном;

– опанування здобувачами вищої освіти методичного інструментарію для оцінювання естетики та дизайну товарів, а також економічної ефективності дизайнерських рішень у товарній політиці підприємства;

– оволодіння навичками абстрактного мислення, оцінки й аналізу ситуації, розроблення пропозицій щодо поліпшення естетики та дизайну товарів у сучасних умовах ведення бізнесу для забезпечення їх конкурентоспроможності.

Після вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні:

– розуміти сутність, функції та роль естетики в економічній діяльності та формуванні бізнес-середовища підприємства;

– володіти методами і засобами об'єктивної оцінки естетичних властивостей товарів (експертним, соціологічним, органолептичним, кваліметричним);

– орієнтуватися в розмаїтті напрямів і стилів розвитку дизайну;

– здійснювати аналіз товарів та відповідності товарних зразків законам композиції й ергономічним вимогам;

– виявляти у товарі найважливіші показники, що визначають його естетичний рівень, ступінь привабливості для споживача та відповідність сучасним тенденціям;

– оцінювати якість дизайну упаковки, маркування та фірмового стилю, а також їх вплив на купівельну поведінку споживачів;

– використовувати на практиці знання і навички естетичної оцінки товарів, аналізу споживчого досвіду та їх стильової приналежності;

– визначати вплив дизайнерської основи на створення конкурентної продукції та оцінювати економічну ефективність дизайнерських рішень;

– застосовувати сучасні підходи до створення товарів (екодизайн, інклюзивний дизайн, дизайн-мислення) під час розроблення пропозицій щодо вдосконалення товарної політики підприємства.

Вивчення навчальної дисципліни дасть змогу здобувачам вищої освіти опанувати наступні **Soft skills**:

- *комунікативні навички*: письмове, вербальне й невербальне спілкування; уміння вести дискусію, формувати і відстоювати свою позицію; навички

працювати в команді;

- *уміння виступати на публіці*, навички проведення презентації;
- *керування часом:* уміння справлятися із завданнями протягом встановленого проміжку часу;
- *гнучкість і адаптивність,* уміння аналізувати ситуацію та орієнтування на вирішення проблеми;
- *лідерські якості*: уміння ухвалювати рішення; уміння ставити мету, планувати діяльність;
- *особисті якості:* креативне мислення; етичність, чесність, повага до оточуючих.

3. Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та оцінювання естетики товарів

Тема 1. Сутність і роль естетики
1. Естетика як наука: сутність, об’єкт і предмет
2. Функції естетики
3. Роль естетики у професійній діяльності

Тема 2. Естетика бізнес-середовища підприємства
1. Поняття та значення естетики бізнес-середовища підприємства
2. Основні складові естетики бізнес-середовища
3. Принципи формування естетики бізнес-середовища
4. Естетика бізнес-середовища та корпоративна культура
5. Естетика бізнес-середовища як фактор конкурентоспроможності
6. Економічна оцінка естетичних рішень
7. Управління естетикою бізнес-середовища

Тема 3. Естетика товару
1. Поняття та значення естетики товару
2. Основні елементи естетики товару
3. Естетичні властивості та споживча цінність товару
4. Дизайн, форма, колір і матеріали як засоби формування естетики товару
5. Естетика упаковки та маркування товару
6. Естетика товару як фактор конкурентоспроможності
7. Економічне значення естетичних рішень у товарній політиці підприємства

Тема 4. Оцінка естетики товару

1. Сутність, завдання та принципи оцінки естетичних властивостей товару
2. Методологічні підходи до оцінювання естетики: експертний, соціологічний та органолептичний методи
3. Кваліметричний підхід в оцінці естетичних властивостей продукції
4. Показники та критерії естетичного рівня товарів
5. Оцінка естетики упаковки, маркування та фірмового стилю
6. Економічний аналіз ефективності естетичних рішень у товарній політиці підприємства
7. Методика інтегральної оцінки конкурентоспроможності товару з урахуванням естетичного фактора

Змістовий модуль 2. Дизайн товарів: ергономіка, брендинг та управління

Тема 5. Дизайн як вид діяльності: сутність, історія та напрями

1. Поняття дизайну, його предмет, об'єкт і мета
2. Функції дизайну та його роль у створенні споживчої цінності товару
3. Класифікація видів і напрямів дизайну
4. Етапи розвитку дизайну
5. Український дизайн: традиції, розвиток, досягнення

Тема 6. Ергономіка та споживчий досвід у дизайні товару

1. Поняття ергономіки, її предмет і завдання. Взаємозв'язок ергономіки та дизайну товару
2. Ергономічні вимоги до товарів
3. Показники ергономічності
4. Дизайн взаємодії та UX-дизайн
5. Споживча поведінка та ергономіка як чинники успішного дизайну товару

Тема 7. Дизайн упаковки та брендинг

1. Поняття упаковки, її роль у системі товарної політики підприємства
2. Функції упаковки
3. Види упаковки та вимоги до неї
4. Графічне оформлення упаковки
5. Поняття бренду та брендингу. Складові бренду
6. Фірмовий стиль підприємства та бренд-бук
7. Вплив дизайну упаковки на купівельну поведінку споживача
8. Мерчандайзинг і візуальна презентація товару

Тема 8. Управління дизайном і сучасні тенденції в дизайні товарів

1. Поняття дизайн-менеджменту, його цілі та завдання
2. Організація процесу розроблення нового товару
3. Економічна ефективність дизайну: показники оцінювання та вплив на конкурентоспроможність підприємства
4. Екодизайн і сталий розвиток
5. Інклюзивний дизайн і дизайн-мислення як сучасні підходи до створення товарів

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Змістові модулі і теми	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усього	лекції	практичні	самостійна робота	усього	лекції	практичні	самостійна робота
МОДУЛЬ 1								
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та оцінювання естетики товарів								
Тема 1. Сутність і роль естетики	15	4	4	7	-	-	-	-
Тема 2. Естетика бізнес-середовища підприємства	15	4	4	7	-	-	-	-
Тема 3. Естетика товару	15	4	4	7	-	-	-	-
Тема 4. Оцінка естетики товару	15	4	4	7	-	-	-	-
Разом за змістовий модуль 1	60	16	16	28	-	-	-	-
Змістовий модуль 2. Дизайн товарів: ергономіка, брендинг та управління								
Тема 5. Дизайн як вид діяльності: сутність, історія та напрями	15	4	4	7	-	-	-	-
Тема 6. Ергономіка та споживчий досвід у дизайні товару	15	4	4	7				
Тема 7. Дизайн упаковки та брендинг	15	4	4	7	-	-	-	-
Тема 8. Управління дизайном і сучасні тенденції в дизайні товарів	15	4	4	7	-	-	-	-
Разом за змістовий модуль 2	60	16	16	28	-	-	-	-
ВСЬОГО	**120**	**32**	**32**	**56**	-	-	-	-

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
МОДУЛЬ 1			
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та оцінювання естетики товарів			
1	Тема 1. Сутність і роль естетики	4	-
2	Тема 2. Естетика бізнес-середовища підприємства	4	-
3	Тема 3. Естетика товару	4	-
4	Тема 4. Оцінка естетики товару	4	-
Змістовий модуль 2. Дизайн товарів: ергономіка, брендинг та управління			
5	Тема 5. Дизайн як вид діяльності: сутність, історія та напрями	4	-
6	Тема 6. Ергономіка та споживчий досвід у дизайні товару	4	-
7	Тема 7. Дизайн упаковки та брендинг	4	
8	Тема 8. Управління дизайном і сучасні тенденції в дизайні товарів	4	-
	РАЗОМ	**32**	-

6. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
МОДУЛЬ 1			
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та оцінювання естетики товарів			
1	**Тема 1. Сутність і роль естетики** Історія виникнення естетики як науки. Місце естетики в системі гуманітарних та економічних наук. Основні естетичні категорії (прекрасне, потворне, піднесене, комічне, гармонія, смак, ідеал) та приклади їх прояву в товарах і середовищі підприємства. Застосування естетичних знань у професійній діяльності економіста, менеджера, маркетолога.	7	-
2	**Тема 2. Естетика бізнес-середовища підприємства** Еволюція підходів до організації естетичного середовища підприємства. Інтер'єр, екстер'єр, дизайн робочого простору, фірмовий стиль, одяг персоналу як складові естетики бізнес-середовища. Взаємозв'язок естетики бізнес-середовища, корпоративної культури та мотивації персоналу. Естетика бізнес-середовища як чинник лояльності споживачів.	7	-

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
3	**Тема 3. Естетика товару** Значення естетики товару для споживача й виробника. Місце естетичних властивостей у системі властивостей товару. Співвідношення естетичних властивостей, функціональності та споживчої цінності товару. Естетика товару як чинник конкурентоспроможності: порівняльний аналіз двох аналогічних товарів	7	-
4	**Тема 4. Оцінка естетики товару** Експертний, соціологічний та органолептичний методи оцінювання естетики: переваги й обмеження. Підготувати анкету для опитування споживачів щодо естетики обраного товару. Система показників естетичного рівня обраного товару (інформаційна виразність, раціональність форми, цілісність композиції, досконалість виконання, стабільність товарного вигляду). Показники економічної ефективності естетичних рішень у товарній політиці: приріст продажів, зміна ціни, окупність витрат. Розрахунок на умовному прикладі	7	-
Змістовий модуль 2. Дизайн товарів: ергономіка, брендинг та управління			
5	**Тема 5. Дизайн як вид діяльності: сутність, історія та напрями** Порівняння дизайну з мистецтвом, ремеслом та інженерним проєктуванням. Класифікація видів і напрямів дизайну: промисловий, графічний, середовищний, цифровий, fashion-дизайн, сервісний. Підібрати по одному прикладу для кожного напряму. Етапи розвитку дизайну: від ремесла до сучасності. Скласти хронологічну таблицю (стиль, роки, ключові ідеї, представники). Підготувати огляд українських дизайнерів чи брендів.	7	-
6	**Тема 6. Ергономіка та споживчий досвід у дизайні товару** Взаємозв'язок ергономіки та дизайну товару на прикладах. Антропометричні, фізіологічні, психофізіологічні та гігієнічні вимоги до товарів: підібрати приклади товарів, у яких ці вимоги враховано найбільш повно. Оцінити ергономічність обраного товару за 5-7 показниками. Вплив споживчої поведінки та ергономіки на успіх товару на ринку: аналіз прикладів вдалих і невдалих рішень.	7	-
7	**Тема 7. Дизайн упаковки та брендинг** Підготувати стислу характеристику упаковки обраного товару. Захисна, інформаційна, маркетингова та екологічна функції упаковки: оцінити, як вони реалізовані в двох аналогічних товарах. Класифікація видів упаковки, вимоги до неї, матеріали та конструкції. Порівняти традиційні та екологічні матеріали. Складові бренду (назва, логотип, слоган, айдентика): проаналізувати структуру одного відомого бренду.	7	-

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
	Вплив дизайну упаковки на купівельну поведінку: аналіз прикладів і результатів досліджень, зокрема в Україні		
8	**Тема 8. Управління дизайном і сучасні тенденції в дизайні товарів** Порівняти підходи до управління дизайном у двох відомих компаніях (наприклад, Apple, Samsung). Скласти дизайн-бриф для умовного нового товару (цільова аудиторія, вимоги, обмеження, бюджет, строки). Визначити економічну ефективність дизайну (приріст продажів, зміна ціни, окупність витрат на дизайн, частка ринку) на умовному прикладі. Екодизайн і сталий розвиток: проаналізувати екологічні рішення в дизайні обраного товару чи бренду	7	
	РАЗОМ	**56**	-

7. Індивідуальні (групові) самостійні завдання

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та оцінювання естетики товарів

Тема 1. Сутність і роль естетики

Завдання 1. Підготувати реферат на тему «Естетичні категорії та їх прояв у діяльності сучасних підприємств» з аналізом трьох прикладів (товар, реклама, корпоративне середовище).

Завдання 2. Скласти аналітичну довідку «Роль естетики у професійній діяльності за моєю спеціальністю» з описом ситуацій, де естетичні знання впливають на рішення економіста, менеджера чи маркетолога.

Тема 2. Естетика бізнес-середовища підприємства

Завдання 1. Провести аудит естетики бізнес-середовища обраного підприємства (офіс, торговельний зал, сайт, одяг персоналу) за розробленим переліком критеріїв і оформити результати у вигляді таблиці з оцінками та висновками.

Завдання 2. Розробити проєкт заходів щодо вдосконалення естетики бізнес-середовища підприємства з розрахунком орієнтовних витрат і очікуваного економічного ефекту.

Тема 3. Естетика товару

Завдання 1. Проовести аналіз естетичних властивостей обраного товару за елементами (форма, колір, фактура, пропорції, композиція, декор).

Завдання 2. Провести порівняльний аналіз двох аналогічних товарів різних виробників за естетичними властивостями, упаковкою й маркуванням з обґрунтуванням їх впливу на вибір споживача.

Тема 4. Оцінка естетики товару

Завдання 1. Здійснити кваліметричну оцінку естетичного рівня обраного товару: побудувати дерево властивостей, визначити коефіцієнти вагомості, розрахувати комплексні показники та зробити висновки.

Завдання 2. Провести соціологічне опитування (не менше 10 респондентів) щодо естетичної привабливості упаковки обраного товару, опрацювати результати та розрахувати інтегральний показник конкурентоспроможності товару з урахуванням естетичного фактора.

Змістовий модуль 2. Дизайн товару: ергономіка, брендинг та управління

Тема 5. Дизайн як вид діяльності: сутність, історія та напрями

Завдання 1. Підготувати презентацію «Еволюція дизайну обраного товару» (наприклад, телефон, автомобіль, годинник) із зазначенням стилів і ключових змін.

Завдання 2. Скласти аналітичний огляд «Український дизайн: традиції та сучасні досягнення» з описом трьох українських дизайнерів, студій чи брендів і аналізом їх підходів.

Тема 6. Ергономіка та споживчий досвід у дизайні товару

Завдання 1. Провести ергономічну експертизу обраного побутового товару за антропометричними, фізіологічними, психофізіологічними та гігієнічними вимогами, виявити недоліки й запропонувати шляхи їх усунення.

Завдання 2. Виконати аналіз користувацького досвіду (UX) мобільного застосунку чи інтернет-магазину: описати шлях споживача, виявити проблемні місця та сформулювати пропозиції щодо покращення.

Тема 7. Дизайн упаковки та брендинг

Завдання 1. Розробити концепцію упаковки для умовного товару: функції, матеріали, конструкція, графічне оформлення, обов'язкова інформація, екологічні рішення.

Завдання 2. Підготувати проєкт фірмового стилю та структуру бренд-бука для умовного підприємства (назва, логотип, слоган, колірна палітра, шрифти, правила застосування).

Тема 8. Управління дизайном і сучасні тенденції в дизайні товарів

Завдання 1. Розробити дизайн-бриф і план розроблення нового товару (від ідеї до виведення на ринок) із зазначенням етапів, відповідальних, строків і бюджету.

Завдання 2. Підготувати пропозиції щодо вдосконалення існуючого товару за принципами екодизайну та інклюзивного дизайну з оцінкою економічної ефективності запропонованих рішень.

8. Методи навчання

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються методи навчання, що сприяють досягненню відповідних програмних результатів, зокрема:

- Вербальні методи (лекція, пояснення)
- Наочні методи (демонстрація, ілюстрація)
- Практичні методи (виконання практичних завдань)
- Метод активного навчання (командна робота)
- Ситуаційний метод
- Методи самостійної роботи (вирішення завдань, проведення розрахунків)

9. Методи контролю

Перевірка досягнення програмних результатів навчання здійснюється з використанням наступних методів:

- Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання
- Перевірка виконання практичних завдань
- Самооцінювання та взаємооцінювання
- Підсумковий контроль

10. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Державному університеті «Житомирська політехніка» та розподілу балів, що наведений нижче.

Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни включає поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться для оцінювання рівня засвоєння знань, формування умінь і навичок здобувачів вищої освіти впродовж вивчення ними

матеріалу модуля (змістових модулів) навчальної дисципліни. Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять.

Підсумковий контроль проводиться для підсумкового оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни. Підсумковий контроль здійснюється після завершення вивчення навчальної дисципліни. Підсумковий контроль проводиться у формі заліку. Процедура складання заліку визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Розподіл балів з навчальної дисципліни

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Виконання завдань поточного контролю	100	-
Підсумкова семестрова оцінка	**100**	**-**

Розподіл балів за виконання завдань поточного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Виконання завдань під час навчальних занять	60	-
Виконання та захист індивідуальних самостійних завдань	40	-
Разом за виконання завдань поточного контролю	**100**	**-**

Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять

Види робіт здобувача вищої освіти[1]	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Відповіді (виступи) на заняттях, участь у дискусії	20	-
Виконання та захист практичних завдань	40	-
Разом за виконання завдань під час навчальних занять	**60**	**-**

З метою застосування цілих чисел для оцінювання результатів роботи здобувачів під час навчальних занять може використовуватися 100-бальна шкала оцінювання щодо кожного окремо виду робіт. Розрахунок загальної кількості балів, які здобувач може набрати за результатами роботи під час навчальних занять протягом семестру, проводиться за формулою:

$$Р_{НЗ} = \sum(Р_і \times ВК_і) \times К_{НЗ}, \quad (1)$$

де $Р_{НЗ}$ – загальна кількість балів, набраних здобувачем за виконання завдань під час навчальних занять за семестр;

$Р_і$ – кількість набраних здобувачем балів за семестр за виконання і-го виду робіт під час навчальних занять (за 100-бальною шкалою);

$ВК_і$ – ваговий коефіцієнт за виконання і-го виду робіт під час навчальних занять. Значення вагових коефіцієнтів розраховуються шляхом ділення кількості балів, яка передбачена за виконання окремого виду робіт під час навчальних занять, на сумарну кількість балів за виконання усіх видів робіт під час навчальних занять за семестр;

$К_{НЗ}$ – коригувальний коефіцієнт, який визначається шляхом ділення кількості балів, що передбачена за виконання завдань під час навчальних занять за семестр, на 100 балів.

Якщо здобувач вищої освіти виконав необхідні для досягнення результатів навчання з дисципліни завдання, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та/або відповідними методичними рекомендаціями, і набрав у сумі 60 балів або більше, він може погодити дану оцінку в електронному кабінеті і вона стане семестровою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни.

Якщо здобувач вищої освіти під час вивчення навчальної дисципліни виконав необхідні для досягнення результатів навчання з дисципліни завдання, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та/або відповідними методичними рекомендаціями, і набрав 60 балів або більше та бажає покращити свій результат успішності, він проходить процедуру підсумкового контролю у формі заліку. За складання заліку здобувач вищої освіти може набрати 100 балів. Семестрова оцінка з навчальної дисципліни формується за результатами підсумкового контролю.

Здобувач вищої освіти допускається до процедури підсумкового контролю у формі заліку, якщо виконав необхідні для досягнення результатів навчання з дисципліни завдання, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та/або відповідними методичними рекомендаціями, і за поточний контроль у сумі набрав 50 балів або більше.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав 35–49 балів, він отримує право за власною заявою опанувати окремі теми (змістові модулі) навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми. Вивчення окремих складових навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, здійснюється у вільний від занять здобувача вищої освіти час.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав від 0 до 34 балів (включно), він вважається таким, що не виконав вимоги робочої програми навчальної дисципліни та має академічну заборгованість. Здобувач вищої освіти отримує право за власною заявою опанувати навчальну дисципліну у наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми.

Процедура надання додаткових освітніх послуг здобувачу вищої освіти з метою вивчення навчального матеріалу дисципліни понад обсяги, встановлені

навчальним планом освітньої програми, визначена у Положенні про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в Державному університеті «Житомирська політехніка».

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках окремих тем навчальної дисципліни, здійснюється викладачем за зверненням здобувача вищої освіти та представленням документів, які підтверджують результати навчання (сертифікати, свідоцтва, скріншоти тощо). Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину освітнього компонента приймається викладачем за результатами співбесіди зі здобувачем вищої освіти.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках цілого освітнього компонента, здійснюється за процедурою, яка визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Шкала оцінювання

Шкала ЄКТС	Академічна шкала	100-бальна шкала
A	Зараховано	90-100
B	Зараховано	82-89
C		74-81
D	Зараховано	64-73
E		60-63
FX	Не зараховано	35-59
F		0-34

11. Глосарій

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
1	Дизайн	Design
2	Дизайн товару	Product design
3	Ергономіка	Ergonomics
4	Естетика	Aesthetics
5	Естетика товару	Product aesthetics
6	Естетична діяльність	Aesthetic activity

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
7	Естетична оцінка товару	Aesthetic evaluation of the product
8	Естетична свідомість	Aesthetic consciousness
9	Естетичне почуття	Aesthetic feeling
10	Естетичний ідеал	Aesthetic ideal
11	Естетичний смак	Aesthetic taste
12	Естетичні властивості товарів	Aesthetic properties of products
13	Засоби виразності	Means of expression
14	Композиційні прийоми	Composition techniques
15	Композиція	Composition
16	Привабливість продукції	Product attractiveness
17	Технічна естетика	Technical aesthetics
18	Упаковка товару	Product packaging
19	Формоутворення дизайну	Design formation
20	Художнє конструювання	Artistic design

12. Рекомендована література

Основна література

1. Анучина Л. В., Пивоваров В. М., Уманець О. В. Естетика: навчальний посібник. 2-ге вид., виправл. та допов. Харків: Право, 2022. URL: https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/19498/1/Estetyka_2022.pdf
2. Кушнір В. В. Підприємництво у веб-дизайні: навчальний посібник. Київ: Людмила, 2022. 209 с. URL: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/748200/1/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%9A%D1%83%D1%88%D0%BD%D1%96%D1%80%20%D0%92..pdf
3. Марченко О. М. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі: навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. 268с. URL: https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/5009
4. Норман Д. Дизайн звичних речей. КСД. 2023. 320 с.
5. Скляренко Н. В. Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2023. 484 с. URL: https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2023-10/Skliarenko_2023_1-484_z_obklad%2B.pdf

Допоміжна література

1. Адамс Ш. Як дизайн спонукає нас думати. *ArtHuss.* 2022. 256 с.
2. Батаєва К. Візуальне від античності до постсучасності : навчальний посібник. К. : Кондор-Видавництво, 2017. 242 с.
3. Зайцева В. І. Практика композиції навчальний посібник для студентів закладів вищої освіти. К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2021. 116 с.
4. Коннов О. Ф. Історична динаміка художнього стилю : Монографія. Нац. пед ун-т імені М. П. Драгоманова. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. 187 с.
5. Кузнєцова Н. В. Естетика товарів і дизайн : навч. посіб. Х. : ХАІ, 2011. 122 с.
6. Липа К. Історія архітектурних стилів, великих і не дуже. К. : Віхола, 2024. 272 с.
7. Михайленко В.Є. Основи композиції: навчальний посібник. К.: Каравела, 2018. 304 с.
8. Олійник О.П. Теорії та концепції дизайну. *Маркетинг. Гельветика.* 2020. 256 с.
9. Петрушенко В.Л. Етика та естетика: навчальний посібник. Л. : Новий світ, 2020. 304 с.
10. Світлишин І.І. Методичний підхід до оцінювання якості продукції. Економіка, управління та адміністрування. Житомир: Житомирська політехніка, 2023. № 1 (103). С. 64-69. URL: http://ema.ztu.edu.ua/article/view/275764

13. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Інформаційні ресурси Освітнього порталу Державного університету «Житомирська політехніка». URL: https://learn.ztu.edu.ua
2. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL: www.nbuv.gov.ua
3. Сайт бібліотеки Державного університету «Житомирська політехніка». URL: http://lib.ztu.edu.ua.