

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРЬСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.05-05.01/ 122.00.1.Б/ ВК-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 3/ 17

## ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету  
інформаційно-комп'ютерних  
технологій

28 серпня 2024 р., протокол №8

Голова Вченої ради

 Тетяна НІКІТЧУК




**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**вибіркової навчальної дисципліни фахової підготовки**  
**«Теорія брендингу, дизайн та айдентика»**  
**факультет інформаційно-комп'ютерних технологій**

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр»

Схвалено на засіданні кафедри  
комп'ютерної інженерії та  
кібербезпеки  
26 серпня 2024 р., протокол №6

Завідувач кафедри

 Андрій ЄФІМЕНКО

Розробник: старший викладач кафедри комп'ютерної інженерії та кібербезпеки  
Вікторія БОЛОТІНА

Житомир  
2024 – 2025 н.р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.05-05.01/ 122.00.1.Б/ ВК-1-2024
	<i>Випуск 1</i>	<i>Зміни 0</i>	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 3/ 17</i>

Р

обоча програма навчальної дисципліни «Теорія брендингу, дизайн та айдентика» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 122 «Комп'ютерні науки» освітньо-професійна програма «Комп'ютерні науки» затверджена Вченою радою факультету інформаційно-комп'ютерних технологій від 28 серпня 2024 р., протокол № 8.

<b>1</b> Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.05-05.01/ 122.00.1.Б/ ВК-1-2024
	<i>Випуск 1</i>	<i>Зміни 0</i>	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 3/ 17</i>

### Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Вибіркова	
Модулів – 1	Лекції	
	32 год.	6 год.
Змістових модулів – 2	Практичні	
	32 год.	6 год.
Загальна кількість годин – 120	Лабораторні	
	__ год.	__ год.
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи – 3,5	Самостійна робота	
	56 год.	108 год.
	Вид контролю: Залік	

Частка аудиторних занять і частка самостійної та індивідуальної роботи у загальному обсязі годин з навчальної дисципліни становить:

для денної форми навчання – 53 % аудиторних занять, 47 % самостійної та індивідуальної роботи;

для заочної форми навчання 10 % аудиторних занять, 90 % самостійної та індивідуальної роботи.

2	Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.05-05.01/ 122.00.1.Б/ ВК-1-2024
		Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 3/ 17

### Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** дисципліни є ознайомлення студентів з основними поняттями та сталими одиницями розробки фірмового стилю, брендингу та корпоративної айдентики, практичне використання графічних редакторів для створення айдентики. Розробка брендбуку, ознайомлення з основними етапами презентації проекту та роботи з замовником.

**Завдання навчальної дисципліни** Познайтеся з поняттям "фірмовий стиль", "гайдлайн", "бренд", "неймінг".

Детально описати правила оформлення, обов'язкові вимоги при створенні дизайну макетів, а також переваги, можливості і технічні обмеження у виробництві різних елементів корпоративної айдентики.

Продемонструвати реальні рішення розробки фірмового стилю, навчити аналізувати елементи і складові корпоративної айдентики.

Розробити повний цикл фірмового стилю.

Познайтеся з основними етапами роботи з замовником, постановки задачі, розробки і затвердження макета.

За результатами вивчення дисципліни студент повинен:

Знати:

- поняття брендингу та корпоративної айдентики;
- принципи та особливості побудови сталих одиниць фірмового стилю;
- сучасні тренди у дизайні логотипів;
- особливості створення ділової документації;
- принципи побудови рекламної пропозиції;
- основні вимоги до оформлення брендбуку компанії; Вміти:
- створювати логотипи та фірмові знаки;
- оформлювати ділову документацію;
- створювати рекламні пропозиції;
- формувати брендбук з технічними вимогами до використання елементів фірмового стилю;

Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти зможуть отримати наступні Soft skills:

- *керування часом*: уміння справлятися із завданнями вчасно;
- *гнучкість і адаптивність*: гнучкість, адаптивність і здатність змінюватися; уміння аналізувати ситуацію, орієнтування на вирішення проблеми;
- *лідерські якості*: уміння спокійно працювати в напруженому середовищі; уміння ухвалювати рішення; уміння ставити мету, планувати діяльність;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.05-05.01/ 122.00.1.Б/ ВК-1-2024
	<i>Випуск 1</i>	<i>Зміни 0</i>	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 3/ 17</i>

*особисті якості:* креативне й критичне мислення; етичність, чесність, терпіння, повага до оточуючих.

<b>3</b> Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.05-05.01/ 122.00.1.Б/ ВК-1-2024
	<i>Випуск 1</i>	<i>Зміни 0</i>	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 3/ 17</i>

**Програма навчальної дисципліни  
МОДУЛЬ 1**

**Змістовий модуль 1. Основні поняття брендингу та корпоративної айдентики. Константи фірмового стилю.**

**Тема 1. Вступ. Поняття брендингу, корпоративної айдентики та фірмового стилю.**

Основні поняття брендингу. Побудова бренду. Поняття айдентики. Особливості використання фірмового стилю. Елементи фірмової ідентифікації компанії.

**Тема 2. Види комп'ютерної графіки. Робота з векторною графікою.**  
Ресурси для створення власного фірмового стилю. Робота з кольором та текстом у Adobe Illustrator. Робота з примітивами.

**Тема 3. Логотип. Константи фірмового стилю. Графічний образ.**  
Історія започаткування логотипів. Символізм у фірмовому знаці. Етапи створення логотипу. Види логотипів. Класифікація та сенсове навантаження фірмових знаків.

**Тема 4. Логотип. Формування палітри фірмових кольорів та шрифтів.**

Підбір шрифтових пар у логотипі. Психологія сприйняття кольорів. Сенсове навантаження кольору у системі фірмового стилю.

**Тема 5. Корпоративна ділова документація. Правила оформлення.**  
Розробка ділової документації, її роль у системі фірмового стилю. Візитка як засіб комунікації. Фірмовий бланк та ділова ідентифікація. Фірмові конверти та папки.

**Тема 6. Робота з растровою графікою. Москур.**

Методи створення москур. Обробка існуючих шаблонів презентації засобами растрових графічних редакторів.

**Тема 7. Правила оформлення зовнішньої реклами.**

Види зовнішньої реклами. Етапи розробки. Формування рекламної пропозиції. Ефективність носіїв реклами.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.08-05.01/ 12.00.01/М/ ВК-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24/ 1

## **Тема 8. Поєднання растрової та векторної графіки. Графічні прийоми у рекламі.**

Поєднання векторної та растрової графіки у дизайн макетах. Робота з векторною графікою у растровому графічному редакторі. Створення рекламних композицій.

### **Змістовий модуль 2. Елементи фірмового стилю компанії. Офіційний вебсайт, сувенірна продукція, фірмове пакування.**

## **Тема 9. Корпоративний вебсайт та реклама в мережі Інтернет.**

Види корпоративних вебсайтів. Етапи створення. Створення корпоративного блогу за допомогою онлайн конструкторів. Реклама на сайтах та в мережі Інтернет.

## **Тема 10. Композиція та візуальна ієрархія у веб-дизайні. Веб типографіка.**

Види побудови візуальної ієрархії на корпоративному вебсайті. Варіанти підбору шрифтів та шрифтових пар у вебдизайні.

## **Тема 11. POS-матеріали. Сувенірна продукція. Упаковка.**

Види POS-матеріалів та варіанти їх розміщення. Оформлення сувенірної продукції. Оформлення фірмового пакування.

## **Тема 12. Розробка брендбуку. Правила оформлення.**

Види та варіанти брендбуків. Основні розділи. Вимоги до оформлення та публікації.

## **Тема 13. Робота з замовником.**

Основні правила при підготовці до проекту. Основна документація. Правила ділового спілкування. Презентація матеріалів.

## **Тема 14. Корпоративні періодичні видання. Реклама в медіа.**

Рекламний відеоряд, принципи подачі контенту. Корпоративний журнал та газета.

## **Тема 15. Презентація брендбуку компанії та фірмового стилю. Онлайн сервіси для створення презентацій. Canva.**

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.08-05.01/ 12.00.01/М/ ВК-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24/ 2

## Тема 16. Графічне резюме як елемент самопрезентації та засіб комунікації з замовником.

Створення графічного резюме.

### 4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	всього го	у тому числі					всього ого	у тому числі				
л		ла б	пр	ін д	с.р.	л		п	ла б	ін д	с. р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>МОДУЛЬ 1</b>												
<b>Змістовий модуль 1. Основні поняття брендингу та корпоративної айдентики. Константи фірмового стилю.</b>												
Тема 1. Вступ. Поняття брендингу, корпоративної айдентики та фірмового стилю. Види комп'ютерної графіки. Робота з векторною графікою.	12	4	-	2	-	6	-	-	-	-	-	-
Тема 2. Логотип. Константи фірмового стилю. Графічний образ. Логотип. Формування палітри фірмових кольорів та шрифтів.	14	4	-	4	-	6	-	-	-	-	-	-
Тема 3. Корпоративна ділова документація. Правила оформлення. Робота з растровою графікою. Москур.	14	4	-	4	-	6	-	-	-	-	-	-
Тема 4. Правила оформлення зовнішньої реклами. Поєднання растрової та векторної графіки. Графічні прийоми у рекламі.	14	4	-	4	-	6	-	-	-	-	-	-
Усього годин за змістовний модуль 1.	54	16		14		24						
<b>Змістовий модуль 2. Елементи фірмового стилю компанії. Офіційний вебсайт, сувенірна продукція, фірмове пакування.</b>												
Тема 5. Корпоративний вебсайт та реклама в мережі Інтернет. Композиція та візуальна ієрархія у веб-дизайні. Веб типографіка.	16	4	-	4	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 6. POS-матеріали. Сувенірна продукція. Упаковка. Розробка брендбуку. Правила оформлення.	16	4	-	4	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 7. Робота з замовником.	16	4	-	4	-	8	-	-	-	-	-	-



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.08-05.01/ 12.00.01/М/ ВК-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24/ 3

Корпоративні періодичні видання. Реклама в медіа.												
Тема 8. Презентація брендбуку компанії та фірмового стилю. Графічне резюме як елемент самопрезентації та засіб комунікації з замовником.	16	4	-	4	-	8	-	-	-	-	-	-
Усього годин за змістовний модуль 2.	64	16	-	16	-	32	-	-	-	-	-	-
<b>Модульний контроль</b>	<b>2</b>	-	-	<b>2</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Разом за модуль 1</b>	<b>120</b>	<b>32</b>	-	<b>32</b>	-	<b>56</b>	-	-	-	-	-	-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.08-05.01/ 12.00.01/М/ ВК-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24/ 4

## 5. Темати практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<b>Змістовий модуль 1. Основні поняття брендингу та корпоративної айдентики. Константи фірмового стилю.</b>		
1	Тема 1. Вступ. Поняття брендингу, корпоративної айдентики та фірмового стилю.	2
2	Тема 2. Комп'ютерна графіка. Поняття растрової та векторної графіки. Робота з векторною графікою. Іміджева частина формування бренду.	4
3	Тема 3. Логотип. Константи фірмового стилю. Графічний образ. Розробка палітри фірмових кольорів, шрифтів.	4
4	Тема 4. Корпоративна ділова документація. Правила оформлення.	4
<b>Змістовий модуль 2. Елементи фірмового стилю компанії. Офіційний вебсайт, сувенірна продукція, фірмове пакування.</b>		
5	Тема 5. Правила оформлення зовнішньої реклами.	4
6	Тема 6. Сувенірна продукція. Фірмова упаковка. Корпоративний одяг.	4
7	Тема 7. Брендбук. Оформлення головних принципів використання фірмового стилю.	4
8	Тема 8. Корпоративний веб-сайт. Реклама в мережі Інтернет	4
	Разом за модуль 1	30

## 6. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<b>Змістовий модуль 1. Основні поняття брендингу та корпоративної айдентики. Константи фірмового стилю.</b>		
1	Тема 1. Вступ. Поняття брендингу, корпоративної айдентики та фірмового стилю. <i>Завдання:</i> Дослідити основні поняття брендингу, корпоративної айдентики та фірмового стилю. Знайти приклади брендів, які успішно використовують корпоративний стиль, та визначити елементи, що складають їхню ідентичність. Підготувати презентацію з прикладами.	6
2	Тема 2. Комп'ютерна графіка. Поняття растрової та векторної	6

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.08-05.01/ 12.00.01/М/ ВК-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24/ 5

	<b>графіки. Робота з векторною графікою. Іміджева частина формування бренду.</b> <i>Завдання:</i> Дослідити особливості растрової та векторної графіки, їхні переваги й недоліки. Ознайомитися з основними інструментами для роботи з векторною графікою (наприклад, Adobe Illustrator). Створити елементарний векторний логотип для вигаданого бренду, застосовуючи отримані знання.	
3	<b>Тема 3. Логотип. Константи фірмового стилю. Графічний образ. Розробка палітри фірмових кольорів, шрифтів.</b> <i>Завдання:</i> Розробити концепцію логотипу для вигаданого бренду. Підібрати палітру кольорів і шрифтів, що відображають його ідентичність. Візуалізувати логотип і представити фірмові кольори та шрифти у вигляді презентації або PDF-документа.	6
4	<b>Тема 4. Корпоративна ділова документація. Правила оформлення.</b> <i>Завдання:</i> Створити макети декількох видів ділової документації (візитна картка, бланк для листів, конверт) для вигаданого бренду. Використати кольорову палітру та шрифти, розроблені в попередньому завданні. Надати готові макети у форматі PDF.	6
<b>Змістовий модуль 2. Елементи фірмового стилю компанії. Офіційний вебсайт, сувенірна продукція, фірмове пакування.</b>		
5	<b>Тема 5. Правила оформлення зовнішньої реклами.</b> <i>Завдання:</i> Розробити ескіз зовнішньої реклами для вигаданого бренду, враховуючи основні правила оформлення реклами (читабельність, кольорові контрасти, розташування логотипу тощо). Продемонструвати, як ескіз виглядатиме на рекламному білборді чи банері.	8
6	<b>Тема 6. Сувенірна продукція. Фірмова упаковка. Корпоративний одяг.</b> <i>Завдання:</i> Підготувати ескізи кількох видів сувенірної продукції (ручка, блокнот, чашка) та фірмової упаковки для продукту. Створити макет корпоративного одягу (футболка, кепка) з використанням логотипу та фірмових кольорів. Надати роботи у вигляді зображень або макетів.	8
7	<b>Тема 7. Брендбук. Оформлення головних принципів використання фірмового стилю.</b> <i>Завдання:</i> Розробити основні розділи брендбуку для вигаданого бренду: логотип, кольорова палітра, шрифти, правила використання логотипу. Сформувавати документ у PDF-форматі з чітким описом правил і прикладів використання фірмового стилю.	8
8	<b>Тема 8. Корпоративний веб-сайт. Реклама в мережі Інтернет.</b> <i>Завдання:</i> Створити структуру та дизайн головної сторінки корпоративного веб-сайту для вигаданого бренду. Продумати розташування основних елементів (логотип, навігація, контакти) та стилістику візуальних елементів. Зробити ескіз або макет веб-сторінки та презентувати його у вигляді графічного файлу чи PDF.	8
	Разом за модуль 1.	56

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.08-05.01/ 12.00.01/М/ ВК-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24/ 6

## 7. Індивідуальні завдання

## 8. Методи навчання

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються методи навчання:

- Вербальні методи (лекція, пояснення)
- Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація)
- Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів)
- Дискусійний метод
- Метод активного навчання (мозковий штурм, командна робота)
- Ситуаційний метод
- Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, вирішення задач, проведення розрахунків, підготовка звітів)

## 9. Методи контролю

Перевірка результатів навчання здійснюється з використанням наступних методів:

- Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання
- Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів
- Перевірка виконання та захист практичних робіт
- Тестування
- Самооцінювання та взаємооцінювання
- Перевірка виконання завдань поточного та підсумкового контролю

## 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.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.08-05.01/ 12.00.01/М/ ВК-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24/ 7

Підсумковий контроль проводиться для підсумкового оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни. Підсумковий контроль здійснюється після завершення вивчення навчальної дисципліни або наприкінці семестру. 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	-
<b>Підсумкова семестрова оцінка</b>	<b>100</b>	-

### 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	80	-
Виконання самостійних завдань	20	-
Виконання науково-дослідної роботи та інших видів робіт (додаткові – заохочувальні бали): Участь у студентських предметних олімпіадах, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт, грантах, науково-дослідних проектах Підготовка наукових статей, тез доповідей наукових конференцій Інші види робіт (наводиться перелік видів робіт)	-	-
<b>Разом за виконання завдань поточного контролю</b>	<b>100</b>	-

Кількість балів за виконання завдань під час навчальних занять визначає викладач у межах встановленого ліміту балів за поточний контроль та з урахуванням вагового коефіцієнту для даного виду робіт у діапазоні 0,6-1,0, встановлено на рівні навчальної дисципліни 0,8. Значення вагового коефіцієнта 1,0 може бути застосовано до навчальних дисциплін, у структурі яких передбачені лабораторні роботи. Викладач застосовує для виконання завдань під час навчальних занять ваговий коефіцієнт 0,8, то за навчальний семестр здобувач вищої освіти має можливість набрати  $0,8 \times 60 = 48$  балів за даний вид робіт.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.08-05.01/ 12.00.01/М/ ВК-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24/ 8

Кількість балів за виконання та захист індивідуальних самостійних завдань (захист звіту з виконання індивідуальних самостійних завдань з даної навчальної дисципліни) визначає викладач у межах встановленого ліміту балів за поточний контроль та з урахуванням вагового коефіцієнту для даного виду робіт у діапазоні 0,0-0,4. Значення вагового коефіцієнта 0,0 може бути застосовано до навчальних дисциплін, у структурі яких передбачені лабораторні роботи. Викладач застосовує для виконання та захисту індивідуальних самостійних завдань ваговий коефіцієнт 0,2, то за навчальний семестр здобувач вищої освіти має можливість набрати  $0,2 \times 60 = 12$  балів за даний вид робіт. При цьому зарахування балів за виконання та захист індивідуального самостійного завдання здійснюється за умови, що здобувач вищої освіти набрав не менше 50% від максимальної кількості балів, які передбачені для даного виду роботи.

#### Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Відповіді (виступи) за виконане домашнє завдання	20	-
Виконання та захист практичних робіт	60	-
<b>Разом за виконання завдань під час навчальних занять</b>	80	-

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

$$P_{\text{НЗ}} = \sum(P_i \times \text{ВК}_i) \times K_{\text{НЗ}}, \quad (1)$$

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

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

$\text{ВК}_i$  – ваговий коефіцієнт за виконання  $i$ -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;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.08-05.01/ 12.00.01/М/ ВК-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24/ 9

$K_{НЗ}$  – 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 набрав за поточний контроль 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 набрав 60 балів або більше і 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 за виконання завдань поточного контролю набрав 50 балів або більше.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав 35-49 балів, він отримує право за власною заявою повторно опанувати окремі теми (змістові модулі) навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми. Повторне 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 повторно опанувати навчальну дисципліну у наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми.

Процедура надання додаткових освітніх послуг здобувачу вищої освіти з метою повторного вивчення навчальної дисципліни чи її окремих складових частин 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

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.08-05.01/ 12.00.01/М/ ВК-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24/ 10

визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

### Шкала оцінювання

Шкала ЄКТС	Національна 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	Не зараховано	0-34

## 11. Глосарій

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
1	Бренд	Brand
2	Айдентика	Identity
3	Логотип	Logo
4	Фірмовий стиль	Corporate style
5	Корпоративна культура	Corporate culture
6	Візуальна айдентика	Visual identity
7	Палітра кольорів	Color palette
8	Типографіка	Typography
9	Графічний образ	Graphic image
10	Слоган	Slogan
11	Ребрендинг	Rebranding
12	Брендбук	Brand book
13	Зовнішня реклама	Outdoor advertising
14	Сувенірна продукція	Promotional products
15	Позиціонування	Positioning
16	Унікальна торгова пропозиція	Unique selling proposition
17	Ключове повідомлення	Key message
18	Цільова аудиторія	Target audience
19	Відповідність бренду	Brand alignment
20	Досвід клієнта	Customer experience



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-22.08-05.01/ 12.00.01/М/ ВК-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24/ 11

### 10. Рекомендована література

1. Foroudi, M.M., & Foroudi, P. (2021). *Corporate Brand Design: Developing and Managing Brand Identity*. Routledge.
2. Kapferer, J.-N. (2020). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*. Kogan Page.
3. Blakeman, R. (2020). *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation*. Rowman & Littlefield.
4. Beverland, M. B., Napoli, J., & Farrelly, F. J. (2021). *Brand Management: Co-creating Meaningful Brands*. SAGE Publications.
5. Holt, D., & Cameron, D. (2021). *Cultural Strategy: Using Innovative Ideologies to Build Breakthrough Brands*. Oxford University Press.
6. Kapferer, J.-N., & Bastien, V. (2021). *The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands*. Kogan Page.
7. Morhart, F., & Malär, L. (2020). *Managing Brand Meaning: Navigating the Challenges of Brand Management in the Modern Era*. Springer.

#### Додаткова література

1. Wheeler, A. (2019). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Wiley.
2. Salinas, G. (2019). *The International Brand Valuation Manual*. Wiley.
3. Airey, D. (2019). *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. Peachpit Press.