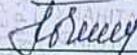


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан соціально-гуманітарного факультету

 Оксана ГОМОТЮК

« 29 » \_\_\_\_\_ 2025р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної роботи

 Віктор ОСТРОВЕРХОВ

« 29 » \_\_\_\_\_ 2025 р.



**РОБОЧА ПРОГРАМА**

з дисципліни «Дизайн-проектування»

ступінь вищої освіти —бакалавр

галузь знань - 02 Культура і мистецтво

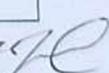
спеціальність - 022 Дизайн

спеціалізація - 022.01 Графічний дизайн

освітньо-професійна програма-«Графічний дизайн»

кафедра архітектури та дизайну

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Лаб. (год.)	ІРС (год.)	Тренінг (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Разом (год.)	Залік (сем.)
Денна	2	4	14	46	3	5	22	90	4

29.08.2025 

Робоча програма розроблена на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра галузі знань 02 «Культура і мистецтво» спеціальності 022 «Дизайн», спеціалізації 022.01 Графічний дизайн затвердженої Вченою радою ЗУНУ (протокол № 11 від 26.06.2024 року, зі змінами, протокол №8 від 26.06.2025 року)).

Робочу програму склала доцент кафедри архітектури та дизайну, к.пед.н.,  
**Цідило Ірина Ігорівна.**

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри архітектури та дизайну, протокол № 1 від 26.08.2025 р.

В. о. завідувача кафедри архітектури та дизайну, д.архітектури, професор

 **Дячок Оксана Миронівна**

Гарант ОПП «Графічний дизайн»  
к.пед.н, доцент



**Ірина Цідило**

## СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ “Дизайн-проектування”

### 1. Опис дисципліни “Дизайн-проектування”

Дисципліна “Дизайн-проектування”	Галузь знань, спеціальність, ОПП, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 3	галузь знань – 02 «Культура і мистецтво»	<b>Статус дисципліни</b> нормативна  <b>Мова навчання</b> українська
Кількість залікових модулів – 4	спеціальність – 022 «Дизайн» спеціалізація - 022.01 Графічний дизайн	Рік підготовки: <i>Денна – 3</i>  Семестр: <i>Денна – 5</i>
Кількість змістових модулів – 1	Освітньо-професійна програма – «Графічний дизайн»	Лекції: <i>Денна – 14 год.</i>  Лабораторні заняття: <i>Денна – 46 год.</i>
Загальна кількість годин – 90	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Самостійна робота: <i>Денна – 21 год.</i>  Тренінг – 6 год. Індивідуальна робота : <i>Денна – 3</i>
Тижневих годин – 6 з них аудиторних – 3		Вид підсумкового контролю – залік

## **2. Мета і завдання дисципліни «Дизайн-проектування»**

### **2.1. Мета вивчення дисципліни.**

У структурі курсу «Дизайн-проектування» соціальна реклама розглядається як об'єкт графічного дизайну. Предметно-тематична спрямованість соціальної реклами може окреслювати такі проблеми: реклама способу життя, реклама правопорядку та законності, реклама проблем досягнення рівності прав та соціальних гарантій, реклама тенденцій розвитку суспільства, реклама екологічної тематики та інші. У рамках навчального модулю студенти розглядають соціальну рекламу як комунікативний процес, а також соціальний плакат як феномен графічного дизайну, візуально-графічну мову соціального плакату, його виразність, художньо-композиційні особливості соціальної реклами, засоби образотворення, художній образ у соціальній рекламі.

*Мета вивчення дисципліни* – виконання графічної візуалізації соціальної реклами відповідної предметно-тематичної спрямованості.

### **2.2. Завдання вивчення дисципліни**

- 1) вибір тематики соціальних плакатів;
- 2) вивчення інформаційних джерел;
- 3) підготовка проєктних пропозицій;
- 4) пошук образотворчих засобів втілення ідеї;
- 5) підготовка серії плакатів до друку

### **2.3. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни.**

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

ЗК01. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК05. Здатність працювати в команді.

ЗК06. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

СК01. Здатність застосовувати сучасні методики проектування одиничних, комплексних, багатofункціональних об'єктів дизайну.

СК02. Здатність здійснювати формоутворення, макетування і моделювання об'єктів дизайну.

СК03. Здатність здійснювати композиційну побудову об'єктів дизайну.

СК04. Здатність застосовувати навички проєктної графіки у професійній діяльності.

СК05. Здатність застосовувати знання історії

українського і зарубіжного мистецтва та дизайну в художньо-проектній діяльності.

СК06. Здатність застосовувати у проектно-художній діяльності спеціальні техніки та технології роботи у відповідних матеріалах.

СК07. Здатність використовувати сучасне програмне забезпечення для створення об'єктів дизайну.

СК08. Здатність здійснювати колористичне вирішення майбутнього дизайн-об'єкта.

засобами пластичної анатомії, спеціального рисунка та живопису.

СК10. Здатність застосовувати знання прикладних наук у професійній діяльності.

СК11. Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності.

СК12. Вираження ідентичності українського народу сучасною мовою графічного дизайну в контексті взаємодії традиції та інновації.

СК13. Здатність вмотивовано обирати візуальні, шрифтові, орнаментальні, декоративні та інші рішення об'єктів графічного дизайну, які виражають регіонально та національно орієнтований дизайн

#### **2.4. Передумови для вивчення дисципліни.**

Набуття студентами компетентності з курсу можливе за актуалізації їхніх знань з курсів “Українська мова за професійним спрямуванням”, “Іноземна мова”, “Філософія”, “Політологія”, “Міжкультурні комунікації”, “Історія та культура України”, “Історія та теорія дизайну”, “Рисунок”, “Живопис”, “Історія мистецтва”, “Композиція та кольорознавство” та ін.

#### **2.5. Результати навчання.**

ПР01. Застосовувати набуті знання і розуміння предметної області та сфери професійної діяльності у практичних ситуаціях.

ПР03. Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайнерського проекту, застосовувати теорію і методику дизайну, фахову термінологію (за професійним спрямуванням), основи наукових досліджень.

ПР04. Визначати мету, завдання та етапи проектування.

ПР05. Розуміти і сумлінно виконувати свою частину роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності.

ПР06. Усвідомлювати відповідальність за якість виконуваних робіт, забезпечувати виконання завдання на високому професійному рівні.

ПР07. Аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розробленнях у художньо-проектних вирішень.

ПР08. Оцінювати об'єкт проектування, технологічні вирішення професійних завдань, формувати художньо-проектну концепцію.

ПР09. Створювати об'єкти дизайну засобами проектно-графічного моделювання.

ПР10. Визначати функціональну та естетичну специфіку формотворчих засобів дизайну в комунікативному просторі.

ПР11. Розробляти композиційне вирішення об'єктів дизайну у відповідних техніках і матеріалах.

ПР12. Дотримуватися стандартів проектування та технологій виготовлення об'єктів дизайну у професійній діяльності.

ПР13. Знати надбання національної та всесвітньої культурно-мистецької спадщини, розвивати екокультуру засобами дизайну.

ПР14. 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.

ПР15. Розуміти українські етнокультурні традиції у стильових вирішеннях об'єктів дизайну, враховувати регіональні особливості етнодизайну у мистецьких практиках.

ПР16. Враховувати властивості матеріалів та конструктивних побудов, застосовувати новітні технології у професійній діяльності.

ПР17. Застосовувати сучасне загальне та спеціалізоване програмне забезпечення у професійній діяльності.

ПР18. Відображати морфологічні, стильові та кольоро-фактурні властивості об'єктів дизайну.

ПР19. 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 бізнесмодель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.

ПР20. Знати особливості української культури у контексті її співіснування з культурами інших народів .

ПР21. Знати принципи та методи застосування графічного дизайну для створення регіонально- та національно-орієнтованого дизайн-продукту.

ПР22. Популяризувати українську ідентичність через сучасний український графічний дизайн.

### **3. Програма навчальної дисципліни**

#### **Змістовий модуль 1. СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА**

##### *Тема 1. Брифінг*

Соціальна реклама як явище суспільного життя. Соціальна реклама в Україні. Предметно-тематична спрямованість соціальної реклами. Об'єкти соціальної реклами. Коротка характеристика засобів соціальної реклами.

##### *Тема 2. Інтерпретація*

Соціальна реклама як комунікативний процес. Соціальний плакат як феномен графічного дизайну.

##### *Тема 3. Генерація ідей*

Візуально-графічна мова соціального плаката. Виразність художнього образу плаката. Роль метафори у плакаті. Основні принципи дизайну соціального плаката. Поняття композиції плаката.

#### *Тема 4. Презентація*

Художньо-композиційні особливості соціальної реклами. Прийоми композиції. Засоби образотворення у соціальній рекламі. Соціальна реклама та художній образ. Особливості впливу соціальної реклами.

#### *Тема 5. Використання інструменту*

Експериментальний пошук та відбір технологічних засобів виконання оригіналів з метою досягнення найбільшої виразності художнього твору.

### **4. Структура залікового кредиту з дисципліни «Дизайн-проекування»**

Денна форма навчання	Кількість годин					
	Лекції	Лабор. заняття	СРС	ІРС	Тренінг	Контр. заходи
<b>Змістовий модуль 1. СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА</b>						
Тема 1. Брифінг: вибір тематики соціальних плакатів.	3	8	4	3	6	Поточне оцінювання
Тема 2. Інтерпретація: вивчення інформаційних джерел.	3	8	4			
Тема 3. Генерація ідей: підготовка проектних пропозицій.	3	8	4			
Тема 4. Презентація: пошук образотворчих засобів втілення ідеї.	3	10	4			
Тема 5. Використання інструменту: підготовка серії плакатів до друку.	2	12	6			
<b>Разом 120</b>	<b>14</b>	<b>46</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>залік</b>

## 5. Тематика лабораторних занять

*Тема 1. Брифінг: вибір тематики соціальних плакатів.*

Мета: навчитися обирати актуальну, доцільну тематику і вміти обґрунтувати свій вибір

Практичні завдання:

- 1) осмислити тему соціального плаката;
- 2) визначити напрямок розкриття теми;
- 3) виявити конфліктні ситуації, пов'язані з опрацюванням тематики серії плакатів;
- 4) загострити проблему обраної тематики плаката і позначити можливі шляхи її рішення.

Завдання для самостійного опрацювання:

1. Семіотичне поле теми.
2. Характеристика стилю.
3. Студійне інтерв'ю.
4. Творча валіза

*Тема 2. Інтерпретація: вивчення інформаційних джерел.*

Мета: навчитись занотовувати за допомогою слова, малюнка, ескізу поняття та об'єкти дослідження.

Практичні завдання:

- 1) виявити сучасні тенденції розвитку плакатного мистецтва, а також позитивні моменти та недоліки у створенні візуальних образів;
- 2) підібрати та систематизувати інформацію;
- 3) провести аналіз творів дизайнерів-плакатистів;
- 4) обрати аналоги і прототипи, виявляти характерні ознаки образних та композиційних рішень.

Завдання для самостійного опрацювання:

5. Дизайн-аналіз аналогів та прототипів.
6. Пошукове ескізування.
7. Візуальний ряд.

*Тема 3. Генерація ідей: підготовка проєктних пропозицій.*

Мета: опанування методикою роботи над плакатною серією як завершеним дизайн-продуктом.

Практичні завдання:

- 1) створити візуальний переконливий образ, що розкривав би сутність обраної соціальної проблеми;
- 2) навчитися концептуально змалювати художньо-образну ідею твору відповідно до характеру, тематичної спрямованості та функціонального призначення плакатної серії;
- 3) представити серію з трьох плакатів.

Завдання для самостійного опрацювання:

8. Проєктні пропозиції.

*Тема 4. Презентація: пошук образотворчих засобів втілення ідеї.*

Мета: навчитись ефективно застосовувати образотворчі засоби композиції під час створення візуального образу серії плакатів.

Практичні завдання:

1) створити композиційне вирішення кожного плаката як оригінальний і неповторний дизайн-продукт;

2) об'єднати усі плакати серії загальним принципом побудови візуальних образів та стильовими ознаками графічної мови.

Завдання для самостійного опрацювання:

9. Композиційні вирішення серії плакатів

*Тема 5. Використання інструменту: підготовка серії плакатів до друку.*

Мета: навчитися визначати шляхи теоретичного аналізу, експериментального пошуку та відбору технологічних засобів виконання оригіналів з метою досягнення найбільшої виразності художнього твору.

Практичні завдання:

1) представити макетну частину проєкту.

Завдання для самостійного опрацювання:

10. Відтворення проєктних пропозицій цифровими програмними засобами.

## **6. Самостійна робота студента**

Мета: формування умінь розробляти якісні демонстраційні та презентаційні матеріали дизайн-проєкту

Завдання:

1. Підготовка демонстраційної графіки проєкту.

2. Створення презентаційних матеріалів.

*Критерії оцінювання* аналогічні до критеріїв оцінювання дизайн-проєктів соціальної реклами.

*Неформальна освіта для курсу "Дизайн-проєктування"*

**Змістовий модуль 1. СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА**

Ця діяльність не є обов'язковою, але сприяє глибшому зануренню в професійне середовище, розвитку практичних навичок і створенню якісного портфоліо.

*1. Воркшопи та майстер-класи від індустрії*

Участь у воркшопах, організованих професійними дизайн-студіями, рекламними агенціями або громадськими організаціями (наприклад, з креативного мозкового штурму, типографіки, анімації плаката).

Формат: офлайн або онлайн. Студенти представляють сертифікат про участь або короткий звіт з ключовими інсайтами.

*2. Участь у конкурсах та фестивалях*

Подача власних робіт, створених під час курсу, на українські та міжнародні конкурси соціальної реклами (наприклад, Cannes Lions, Ukrainian

Design: The Very Best Of, конкурси від ООН/ЮНІСЕФ в Україні, фестиваль «Реклама»).

Пред'явлення факту участі (скріншот підтвердження) або, ще краще, подання роботи, що вийшла у фінал/отримала нагороду.

### 3. Відвідування профільних подій (конференції, виставки)

Відвідування виставок графічного дизайну, плакатного мистецтва, рекламних фестивалів (наприклад, виставки в Мистецькому Арсеналі, Design Space Lviv, конференції типу Designers Weekend).

Формат: фото-звіт з події та короткий аналіз (1-2 сторінки) про те, які тенденції були помічені і як це можна використати у власній роботі.

### 4. Стажування/волонтерство у соціальних проєктах

Реальна практична робота з дизайну для громадських організацій, благодійних фондів або соціальних ініціатив.

Формат: рекомендаційний лист від організації або представлення реального кейсу: яке було завдання, яке рішення запропонував студент і як його впровадили.

### 5. Створення контенту для профілю/блогу

Ведення професійного блогу в Instagram/Behance/Dribbble, де студент аналізує тренди соціальної реклами, розбирає хороші та погані приклади, ділиться власними наробітками та процесом роботи над курсовим проєктом.

Формат: посилання на блог. Оцінюється якість контенту, регулярність ведення та аудиторія.

### 6. Менторські сесії з практиками

Ініціювання зустрічей (онлайн чи офлайн) з дизайнерами, арт-директорами, які працюють у сфері соціальної реклами, для обговорення власного портфоліо або курсового проєкту.

Формат: короткий звіт від студента про отримані поради та як він планує їх застосувати.

*Система додаткових балів* (наприклад, до 15% балів до підсумкового заліку)

Студенти можуть отримати додаткові бали за активну позааудиторну діяльність, що безпосередньо пов'язана з цілями курсу.

Вид діяльності	Умови нарахування балів	Макс. бали
Участь у конкурсі/фестивалі	Участь (подача роботи)	+5% балів
	Вихід у фінал/шортлист	+10% балів
	Перемога/призове місце	+15% балів
Участь у воркшопі/майстер-класі	Пред'явлення сертифіката/звіту	+3% бали
Відвідування виставки/конференції	Аналітичний звіт (як подія вплинула на розуміння соціального дизайну)	+3% бали
Публікація роботи в ЗМІ/профільному блозі	Робота, створена в рамках курсу, опублікована на авторитетному ресурсі (наприклад, vogue.ua, platfor.ma, дизайн-видання)	+10% балів

<i>Реалізація проєкту для громадської організації</i>	Пред'явлення кейсу: завдання, рішення, підтвердження від організації, що матеріали були використані (наприклад, пости в соцмережах, друкована продукція тощо)	+15% балів
<i>Активне ведення профільного блогу/портфоліо</i>	Систематичне наповнення (не менше 5 постів за семестр) якісним контентом (скіци, аналіз, процес роботи), набір аудиторії (взаємодія, коментарі)	+5% балів

### *Важливі умови*

Погодження: всі види діяльності для отримання балів мають бути попередньо погоджені з викладачем.

Підтвердження: кожен факт участі чи досягнення має бути підтверджений (посилання, сертифікат, звіт, рекомендаційний лист).

Максимум: сума додаткових балів не може перевищувати 15% балів до підсумкової оцінки, щоб зберегти об'єктивність оцінювання основного змісту курсу.

Релевантність: діяльність має бути напряму пов'язана з тематикою соціальної реклами та графічного дизайну.

## **7. Тренінг з дисципліни “Презентація та донесення ідей”**

Основна мета тренінгу – формування уміння представлення ідеї дизайн-проєкту зрозумілою для клієнта мовою

Завдання тренінгу:

1. Представлення дизайн-проєкту

## **8. Методи навчання**

1. Проєктно-орієнтоване навчання - робота над реальними або умовними проєктами соціальної реклами.

2. Проблемно-орієнтоване навчання - студентам пропонуються конкретні соціальні проблеми (наприклад, екологія, права людини, здоровий спосіб життя), для яких потрібно знайти візуальне рішення.

3. Кейс-стаді - аналіз успішних та невдалих прикладів соціальної реклами в Україні та світі.

4. Майстер-клас та запрошені лекції - запрошення практиків з галузі графічного дизайну, соціальної реклами.

5. Студійні заняття та критичні огляди - регулярні презентації проміжних та фінальних робіт з отриманням зворотного зв'язку від викладача та одногрупників.

6. Ескізування та скетчинг - регулярні вправи з швидкого ескізування ідей, композицій, типографіки.

7. Рефлексія та самооцінювання.

8. Презентаційні тренінги.

## 9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Дизайн-проектування» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- поточне оцінювання виконаних практичних завдань;
- демонстраційна графіка, презентація;
- залік.

### *Політика щодо визнання результатів навчання*

Відповідно до «Положення про визнання в Західноукраїнському національному університеті результатів попереднього навчання» ([https://www.wunu.edu.ua/pdf/pologenya/Polozhennya\\_ruzult\\_poper\\_navch.pdf](https://www.wunu.edu.ua/pdf/pologenya/Polozhennya_ruzult_poper_navch.pdf)) здобувачам вищої освіти може бути зараховано результати навчання (неформальної / інформальної освіти, академічної мобільності тощо) на підставі документів, що їх підтверджують (сертифікати, довідки, документи про підвищення кваліфікації тощо). Рішення про зарахування здобувачу результатів (певного освітнього компонента в цілому, або ж окремого виду навчальної роботи за таким освітнім компонентом) приймає вповноважена Комісія з визнання результатів навчання за процедурою, визначеною вищезазначеним положенням.

## 10. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Дизайн-проектування» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

### Шкала оцінювання:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4
20%	20%	20%	20%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінги	Самостійна робота
1. Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять.		1. Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять.		Перегляд демонстраційних матеріалів курсу	Створення демонстраційної графіки курсу.
2. Оцінка за модульний контроль 1 виставляється на підставі виконання практичного завдання.		2. Оцінка за модульний контроль 2 виставляється на підставі виконання практичного завдання.			

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

### Критерії оцінювання дизайн-проектів соціальної реклами

Назва критерію	Характеристика критерію
<i>естетичний контекст</i>	оцінка привабливості
<i>стилістичний контекст</i>	поєднання трендів та естетичних цінностей
<i>семантичний контекст</i>	розуміння цілі, способу використання
<i>семіотичний контекст</i>	спосіб візуального позначення інформації
<i>соціо-культурний контекст</i>	встановлення або підкріплення особистості користувача/власника/глядача

### Характеристика рівнів дизайн-проектів соціальної реклами

За шкалою ЗУНУ	Характеристика рівнів дизайн-проектів
90-100	Осміслено тему соціального плаката; визначено напрямок розкриття теми; виявлено конфліктні ситуації, пов'язані з опрацюванням тематики серії плакатів; загострено проблему обраної тематики плаката і позначено шляхи її рішення. Виявлено сучасні тенденції розвитку плакатного мистецтва, виявлено характерні ознаки образних та композиційних рішень. Створено візуальний переконливий образ, що розкриває сутність обраної соціальної проблеми; концептуально змальовано художньо-образну ідею твору відповідно до характеру, тематичної спрямованості та функціонального призначення плакатної серії; представлено серію з трьох плакатів. Створено композиційне рішення кожного плаката як оригінальний і неповторний дизайн-продукт; об'єднано усі плакати серії загальним принципом побудови візуальних образів та стильовими ознаками графічної мови.
85-89	Осміслено тему соціального плаката; визначено напрямок розкриття теми; виявлено конфліктні ситуації, пов'язані з опрацюванням тематики серії плакатів. Виявлено сучасні тенденції розвитку плакатного мистецтва. Створено візуальний переконливий образ; концептуально змальовано художньо-образну ідею твору; представлено серію з трьох плакатів. Об'єднано усі плакати серії загальним принципом побудови візуальних образів та стильовими ознаками графічної мови.
75-84	Осміслено тему соціального плаката; визначено напрямок розкриття теми, простежується аналіз творів дизайнерів-плакатистів, аналогів і прототипів. Створено візуальний переконливий образ; представлено серію з трьох плакатів. Створено композиційне рішення кожного плаката.

65-74	Осмилено тему соціального плаката, простежується аналіз творів дизайнерів-плакатистів, аналогів і прототипів. Створено візуальний переконливий образ; представлено серію з трьох плакатів. Створено композиційне рішення кожного плаката, не об'єднано усі плакати серії загальним принципом побудови візуальних образів та стильовими ознаками графічної мови.
60-64	Осмилено тему соціального плаката; визначено напрямком розкриття теми; не виявлено конфліктні ситуації, пов'язані з опрацюванням тематики серії плакатів. Не виявлено сучасні тенденції розвитку плакатного мистецтва. Представлено серію з трьох плакатів. Не об'єднано усі плакати серії загальним принципом побудови візуальних образів та стильовими ознаками графічної мови.
35-59	Осмилено тему соціального плаката; не визначено напрямком розкриття теми. Не виявлено сучасні тенденції розвитку плакатного мистецтва, характерні ознаки образних та композиційних рішень. Представлено плакати.
1-34	Не осмилено тему соціального плаката, не виявлено характерні ознаки образних та композиційних рішень. Представлено плакати.

## **11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна**

№ п/п	Найменування	Номер теми
1	Мультимедійний проектор	1-5
2	Проекційний екран	
3	Комунікаційне програмне забезпечення (Google Chrome)	
4	Наявність доступу до мережі Інтернет	
5	Персональні комп'ютери, ноутбук.	
6	Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі он-лайн (за необхідності)	
7	Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)	
8	Програмне забезпечення: ОС Windows	
9	Інструменти Microsoft Office (Word; Excel; Power Point і т. і.)	

## РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Базова література:

1. Геллер С., Кваст С. Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів. Київ: Art Huss, 2019. 296 с.
2. Емброуз Г., Оно-Білсон Н. Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.
3. Леонардо Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження. Київ: Art Huss, 2019. 192 с.
4. Леонардо Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 03: Генерування ідей. Київ: Art Huss. 2019. 192 с.
5. Синєпупова Н. *Композиція: Тотальний контроль*. Київ: Art Huss, 2019. 240 с.
6. Склярєнко Н. Соціальна реклама в контексті дизайну : Навчальний посібник для студентів спеціальності «Дизайн» денної та заочної форм навчання. К.: Видавець Олег Філюк, 2014. 234 с.
7. Цідило І. Дизайн соціальної реклами у професійній підготовці графічних дизайнерів. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції*. (Київ, 22 квіт. 2021 р.). Київ: КНУТД, 2021. С. 95-98. URL [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18111/1/APSD2021\\_V2\\_P095-097.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18111/1/APSD2021_V2_P095-097.pdf)
8. Цідило І., Цідило Х. Методи дизайнерського дослідження в технології проектування бренду. *Гуманітарні студії: історія та педагогіка*. 2024. №2. С. 134-148. URL <http://gsip.wunu.edu.ua/index.php/gsipua/issue/view/16>
9. Цідило І. І. Концептуальний дизайн соціальної реклами. *Педагогічна Академія: наукові записки*. 2024. №13. 24 с. URL: DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14555235>
10. Цідило І. І., Методичні рекомендації з дисципліни дизайн-проекування. Змістовий модуль «Дизайн плакату» : для студентів спеціальності 022 Дизайн, ОПІ «Графічний дизайн», бакалаврського рівня вищої освіти. 2025.19 с.

### Додаткова література:

1. Catherine Stones, Tom Cassidy. Seeing and discovering: how do student designers reinterpret sketches and digital marks during graphic design ideation? *Design Studies*. Volume 31, Issue 5, September 2010, Pages 439-460. URL: <https://doi.org/10.1016/j.destud.2010.05.003>
2. David Martin. The cooperative use of material resources and contextual features in graphic design work. *Design Studies*. Volume 33, Issue 6, November 2012. PP. 589-610. URL: <https://doi.org/10.1016/j.destud.2012.06.007>
3. Stella Tan, Gavin Melles. An activity theory focused case study of graphic designers' tool-mediated activities during the conceptual design phase. *Design Studies*. Volume 31, Issue 5, September 2010, Pages 461-478
4. Tsidylo I. I., Tsidylo Kh. I. Encoding and decoding visual information using computer graphics. Modern digital technologies and innovative teaching methods: experience, trends, perspectives: materials of the IX International Scientific and Practical Internet Conference (Ternopil, 10-11 november, 2022). Ternopil, 2022. P. С. 95-98

### Інтернет-ресурси:

1. Цідило І. Дизайн соціальної реклами у професійній підготовці графічних дизайнерів. Відео-доповідь III Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну». Дата проведення: 22 квітня 2021 р. Місце проведення: Київський національний університет технологій дизайну. URL: [https://youtu.be/\\_MGI49Yrrko?si=f9smJOmX0111juYW](https://youtu.be/_MGI49Yrrko?si=f9smJOmX0111juYW)
2. Шрифтова абетка української ідентичності. Історія української боротьби від А до Я - в прямому сенсі цих літер. 2024. URL: <https://abetkaua.com/>

3. Цідило І. Дизайн-проектування: дистанційний електронний курс у Moodle.  
URL: <https://moodle.wunu.edu.ua/course/view.php?id=9715>
4. Експлейнер до соціальної реклами "Квадратна ізоляція", С. Гамуляк, 2021. Ігуна Tsidylo. Особистий блог. URL: <https://fb.watch/ux28y-Fscp/>
5. Серія анімованих постерів до соціальної реклами "Час не мовчати", Ірина Кудлач, 2021 р. Ігуна Tsidylo. Особистий блог. URL: <https://www.facebook.com/reel/953862205527111>
6. Серія анімованих постерів до соціальної реклами "Час не мовчати", Ірина Кудлач, 2021 р. Ігуна Tsidylo. Особистий блог. URL: <https://www.facebook.com/reel/1742739709244789>
7. Серія анімованих постерів до соціальної реклами "Час не мовчати", Ірина Кудлач, 2021 р. Ігуна Tsidylo. Особистий блог URL: <https://www.facebook.com/reel/1014840325741251>
8. Студенти-графіки факультету мистецтв ТНПУ представили нові образи соціальної реклами. Офіційний сайт ТНПУ ім. В. Гнатюка  
URL: [https://tnpu.edu.ua/news/5540/?sphrase\\_id=55496](https://tnpu.edu.ua/news/5540/?sphrase_id=55496)