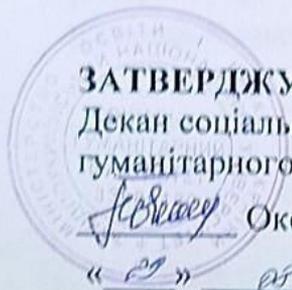


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декаан соціально-гуманітарного факультету

Оксана Гомотюк
Оксана ГОМОТЮК

« 22 » 05 2025р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної роботи

Віктор Островехов
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

« 22 » 05 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	3	5	16	42	3	8	51	120	5

20.05.2025

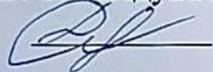
Робоча програма розроблена на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра галузі знань 02 “Культура і мистецтво” спеціальності 022 “Дизайн” спеціалізації 022.01 “Графічний дизайн” затвердженої Вченою радою ЗУНУ (протокол № 10 від 23.06.2023 року) зі змінами відповідно до рішення Вченої ради (протокол № 11 від 26.06.2024 року).

Робочу програму склала:

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

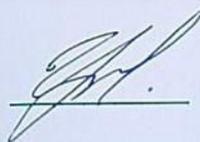
Робоча програма затверджена на засіданні кафедри архітектури та дизайну, протокол № 1 від 26.08.2025 р.

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



Дячок Оксана Миронівна

Гарант ОПШ «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 – 4	галузь знань – 02 «Культура мистецтво»	Статус дисципліни нормативна Мова навчання 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 – 16 год.</i> Лабораторні заняття: <i>Денна – 42 год.</i>
Загальна кількість годин – 120	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Самостійна робота: <i>Денна – 51 год.</i> Тренінг – 8 год. Індивідуальна робота : <i>Денна – 3</i>
Тижневих годин – 10 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-проектування»

	Кількість годин					
	Лекції	Лабор. заняття	СРС	ІРС	Тренінг	Контр. заходи
Змістовий модуль 1. СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА						
Тема 1. Брифінг: вибір тематики соціальних плакатів.	4	8	10	3	8	Поточне оцінювання
Тема 2. Інтерпретація: вивчення інформаційних джерел.	4	8	10			
Тема 3. Генерація ідей: підготовка проєктних пропозицій.	4	8	10			
Тема 4. Презентація: пошук образотворчих засобів втілення ідеї.	2	8	10			
Тема 5. Використання інструменту: підготовка серії плакатів до друку.	2	10	11			
Разом 120	16	42	51	3	8	залік

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, виявити 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 ідей.

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 (до 15% відсотків вагового коефіцієнта залікового модулю самостійної роботи)

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
Реалізація проєкту для громадської організації	Пред'явлення кейсу: завдання, рішення, підтвердження від організації, що матеріали були використані (наприклад, пости в соцмережах, друкована продукція тощо)	+15% балів
Активне ведення профільного блогу/портфоліо	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.

1. 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

2. 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-проєктування» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

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

10. ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання усіх видів завдань студентами і проведення контрольних заходів установлюються конкретні

терміни. Перескладання модулів здійснюється в установленому порядку.

Політика щодо академічної доброчесності. Списування під час проведення контрольних заходів заборонені. Під час контрольного заходу студент може користуватися лише дозволеними допоміжними матеріалами або засобами, йому забороняється в будь-якій формі обмінюватися інформацією з іншими студентами, використовувати, розповсюджувати, збирати варіанти контрольних завдань.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим, пропуски практичних занять відпрацьовуються. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету чи інституту.

Політика щодо визнання результатів навчання

Відповідно до «Положення про визнання в Західноукраїнському національному університеті результатів попереднього навчання» (https://www.wunu.edu.ua/pdf/pologenya/Polozhenya_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.

10.1 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 екзаменаційного кредиту:

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 виставляється на підставі виконання практичного завдання.		2. Оцінка за модульний контроль виставляється на підставі виконання практичного завдання.			

Шкала оцінювання:

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	Осмилено 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	Осмилено 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	Осміслено 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	Осміслено тему соціального плаката; визначено напрямок 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	Осміслено тему соціального плаката; не визначено напрямок розкриття теми. Не виявлено сучасні тенденції розвитку плакатного мистецтва, характерні ознаки образних та композиційних рішень. Представлено плакати.
1-34	Не осміслено 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. Синепупова Н. *Композиція: Тотальний контроль*. Київ: Art Huss, 2019. 240 с.

6. Складенко 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

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

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-проекування: 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