

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Економічний факультет
Кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

СИЛАБУС
навчальної дисципліни

Технології дизайну в маркетингу

Вибіркова

**Освітньо-професійна
програма**

«Маркетинг»

Спеціальність

075 «Маркетинг»

Галузь знань

07 «Управління та адміністрування»

Рівень вищої освіти:

Перший (бакалаврський)

**Факультет, на якому
здійснюється**

Економічний

підготовка фахівців

Мова навчання

Українська

Розробники

І.М.Буднікевич., д.е.н., професор

В.А.Вардеванян, к.е.н, асистент

**Профайл викладача
(-ів)**

Контактний тел.

Сторінка курсу в

https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3062

Консультації

Офлайн консультація вівторок 10.00-11.00

Онлайн консультація вівторок 9.00-10.00

*Додаткові консультації: за попередньою
домовленістю*

1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни). Дисципліна «Технології дизайну в маркетингу» спрямована на формування у студентів теоретичних знань про технології дизайну та отримання практичних навичок їх використання в маркетинговій діяльності різними суб'єктами ринку.

2. Метою курсу «Технології дизайну в маркетингу» є формування у студентів системи знань про дизайн як важливу складову ринкових відносин та ефективний інструмент маркетингових комунікацій.

3. Пререквізити. Дисципліна «Технології дизайну в маркетингу» базується на вивченні таких дисциплін як «Історія маркетингу та маркетингова культура», «Актуальні питання історії та культури України», «Технології та новації», «Історія реклами», «Історія архітектури та мистецтва». **Постреквізити:** «Маркетингові комунікації», «Управління маркетингом на підприємстві», «Реклама та рекламна діяльність», «Паблік рілейшнз», «Цифровий маркетинг».

4. Результати навчання:

Після вивчення дисципліни «Технології дизайну в маркетингу» студенти повинні:

знати:

- історію розвитку дизайну;
- орієнтуватися в основних видах дизайну, стилях та періодиці їх виникнення;
- уміти визначати характеристику предметів та середовище кожного стилю;
- загальні закони дизайну;
- розуміти принципи та прийоми роботи дизайнера;
- розуміти принципи та прийоми створення ефективного дизайну рекламних матеріалів;
- правила підбору шрифтів для різних типів рекламних текстів для різних об'єктів дизайну;
- розуміти особливості підбору кольорів для створення ефективних рекламних матеріалів;
- розуміти особливості композиційної побудови рекламних текстів;
- етапи розробки фірмового стилю торговельної марки;

вміти:

- розробити макет рекламного матеріалу;
- розробити фірмовий стиль власної компанії;
- використовувати прийоми роботи з кольором в рекламній діяльності;
- використовувати композиційні прийоми в побудові рекламної продукції;
- використовувати прийоми сприйняття форми та простору в рекламних матеріалах.

. Опис навчальної дисципліни «Технології дизайну в маркетингу»

.1. Загальна інформація

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	2023/ 2024	2/8	4	120	15	15	-	-	60	-	Залік
Заочна	2023/ 2024	2/8	4	120	-	6	-	-	84	-	Залік

5.2. Дидактична карта навчальної дисципліни «Технології дизайну в маркетингу»

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	Σ	у тому числі					Σ	у тому числі				
		лекції	практ	лаб	індив.	с.р.		лекції	практ	лабор	індив.	с.р.
Тема 1. ЗАРОДЖЕННЯ ДИЗАЙНУ, СТАНОВЛЕННЯ, РОЗВИТОК, ПЕРСПЕКТИВИ	10	2	-	2	-	6	10	1				9
Тема 2. ОСНОВНІ ПРАВИЛА ТА ТЕХНОЛОГІЇ ДИЗАЙНУ	10	2	-	2	-	6	9					9
Тема 3. СФЕРИ ЗАСТОСУВАННЯ ДИЗАЙНУ	14	4	-	4	-	6	9	1				8
Тема 4. ФОРМА ТА ПРОСТІР В ДИЗАЙНІ	10	2	-	2	-	6	8					8
Тема 5. ХУДОЖНІЙ СТИЛЬ: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ	10	2	-	2	-	6	9	1				8
Тема 6. КОЛІР ЯК ІНСТРУМЕНТ ДИЗАЙНЕРА	10	2	-	2	-	6	8					8
Тема 7. ДИЗАЙН ТА ЙОГО РОЛЬ У РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	14	4	-	4	-	6	9	1				8
Тема 8. СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМИ	14	4	-	4	-	6	8					8
Тема 9. ФІРМОВИЙ СТИЛЬ. ДИЗАЙН ФІРМОВОЇ СИМВОЛІКИ	14	4	-	4	-	6	10	1				9
Тема 10. УМОВИ ФОРМУВАННЯ СЕРІЙНИХ ОБ'ЄКТІВ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	14	4	-	4	-	6	10	1				9
<i>Усього годин</i>	120	30	-	30	-	60	90	6		-	-	84

**Зміст завдань для самостійної роботи з курсу
«Технології дизайну в маркетингу»**

Завдання	Годин
Тема 1. ЗАРОДЖЕННЯ ДИЗАЙНУ, СТАНОВЛЕННЯ, РОЗВИТОК, ПЕРСПЕКТИВИ	6
<i>Зародження дизайну в стародавні часи</i>	<i>1</i>
<i>Перші паростки дизайнерської освіти</i>	<i>1</i>
<i>Основні паростки дизайн-освіти, в яких готували дипломованих дизайнерів ХХ ст..</i>	<i>2</i>
<i>Основні шляхи сучасного дизайну</i>	<i>2</i>
Тема 2. ОСНОВНІ ПРАВИЛА ТА ТЕХНОЛОГІЇ ДИЗАЙНУ	6
<i>Розробити і представити брифи на розробку інфографіки результатів досліджень про рейтинг улюблених книг, кінофільмів та мультфільмів групи (робота в малих групах)</i>	<i>3</i>
<i>Сформувати та представити бриф на розробку чернівецького (буковинського) сувеніру (робота в малих групах).</i>	<i>3</i>
Тема 3. СФЕРИ ЗАСТОСУВАННЯ ДИЗАЙНУ	6
<i>На основі раніше сформованого брифу розробити проєкт чернівецького (буковинського) сувеніру (робота в малих групах).</i>	<i>3</i>
<i>На основі раніше сформованого брифу розробити інфографіку результатів досліджень про рейтинг улюблених книг, кінофільмів та мультфільмів групи (робота в малих групах).</i>	<i>3</i>
Тема 4. ФОРМА ТА ПРОСТІР В ДИЗАЙНІ	6
<i>Провести інтерв'ю з двома одногрупниками (-цями) та створити і представити колаж на кожного з них – про особистість, його хобі, дозволя, вподобання та заняття.</i>	<i>6</i>
Тема 5. ХУДОЖНІЙ СТИЛЬ: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ	6
<i>Розробити та представити макет постера конкурсу реклами серед школярів та студентів коледжу (робота в малих групах).</i>	<i>3</i>
<i>Створити постер-репліку на цікаву рекламу</i>	<i>3</i>
Тема 6. КОЛІР ЯК ІНСТРУМЕНТ ДИЗАЙНЕРА	6
<i>Приклади використання схем підбору кольорів в рекламному постері, логотипі та інтер'єр</i>	<i>6</i>
Тема 7. ДИЗАЙН ТА ЙОГО РОЛЬ У РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	6
<i>Виберіть вподобану рекламу відомого бренду та дослідіть, як різні види мистецтва вплинули на її дизайн. Результати оформити у вигляді презентації та інфографіки (робота в малих групах).</i>	<i>6</i>
Тема 8. СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМИ	6
<i>Розробити та представити логотип та слоган власної команди (робота в малих групах).</i>	<i>3</i>
<i>До вивчених характеристик різних шрифтів підберіть постери з використанням зазначених у лекційних матеріалах шрифтами. Дайте їх короткий опис. Результати представити у вигляді презентації (робота в малих групах).</i>	<i>3</i>
Тема 9. ФІРМОВИЙ СТИЛЬ. ДИЗАЙН ФІРМОВОЇ СИМВОЛІКИ	6
<i>Сформувати та представити альбом трофеїв з полювання за фірмовим стилем чернівецьких виробників (9-10 прикладів використання фірмової символіки одним виробником на різних носіях) (робота в малих групах).</i>	<i>6</i>
Тема 10. УМОВИ ФОРМУВАННЯ СЕРІЙНИХ ОБ'ЄКТІВ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	6
<i>Розробіть власні візитні картки (уявіть свою майбутню професію і створіть свою візитну картку)</i>	<i>3</i>
<i>Розробіть власні візитні картки (уявіть свою майбутню професію і створіть свою візитну картку)</i>	<i>3</i>
Усього годин	60

6. Освітні технології, методи навчання і викладання навчальної дисципліни «Реклама та рекламна діяльність»

- MН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).
 MН2 – бізнес-кейси (індивідуальні або командні) .
 MН3 – ділові гри.
 MН4 - проектні завдання (індивідуальні та командні проекти).
 MН5 – методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо).
 MН6 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.
 MН7 – самостійна робота над індивідуальним завданням.
 MН8 – робота в майстернях (дизайнерських програмах).
 MН9 – тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів.
 MН10 – реферативні та пошукові дослідження.
 MН 11 – підготовка проектів для участі у студентських конкурсах та фестивалях з реклами.
 MН12 – участь в екскурсіях на підприємства, події та заходи, що пов'язані з маркетингом та рекламою.

7. Контроль та оцінювання результатів навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни «Реклама та рекламна діяльність»

Формами поточного контролю є:

- MO1 – MO1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.
 MO2 – захист бізнес-кейсів, результатів досліджень.
 MO3 – аналітичні звіти, реферати.
 MO4 – презентації результатів виконання завдань.
 MO5 – презентація творчих завдань
 MO6 – командні результати ділових ігор.
 MO7 – командні результати проектних завдань.
 MO8 – презентація власного підготовленого кейсу, які складені на основі реальних сценаріїв і стратегій розвитку компаній.
 MO9 – участь виконаних проектів в студентських конкурсах та фестивалях з реклами.
 MO10 – підсумковий контроль – іспит у тестовій формі та захистом виконаного проектного завдання.

За семестр студент може отримати максимум 60 балів.

6.2. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)										Кількість балів (залік)			Сумар на к-ть балів
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Захист проектів	Участь у конф.	Участь у фест.	100
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6				

Загальна кількість балів, яку студент може отримати у процесі вивчення дисципліни протягом семестру, 100 балів, 60 з яких студент набирає при поточних видах контролю і 40 – у процесі підсумкового виду контролю (заліку).

Підсумковий контроль включає захист виконаних проєктів (оцінюється в 20 балів), участь студента у конференціях (оцінюється в 10 балів), конкурсах та фестивалях з реклами (оцінюється в 10 балів).

Відповідно до вимог Болонської угоди проводиться місцева (національна) шкала визначення оцінок і шкала *ECTS*. Для їх порівняннi використовується така таблиця:

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
	Оцінка (бали)	Пояснення за розширеною шкалою
Відмінно	A (90-100)	відмінно
Добре	B (80-89)	дуже добре
	C (70-79)	добре
Задовільно	D (60-69)	задовільно
	E (50-59)	достатньо
Незадовільно	FX (35-49)	(незадовільно) з можливістю повторного складання
		(незадовільно) з обов'язковим повторним курсом
	F (1-34)	

Студент, який не отримав позитивні оцінки за підсумками роботи над кожним модулем та набрав менше 35 балів, вважається не атестованим та не допускається до складання заліку. Допущеним до складання заліку студент може бути лише в разі відпрацювання всього матеріалу, передбаченого навчальним планом у повному обсязі або тієї частини навчального матеріалу, за яким він був не атестований.

7. Рекомендована література

1. Адамс Ш. Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти. Київ: ArtHuss, 2022, 256 с.
2. Білодід Ю.М. Основи дизайну: навч. посіб. К.: Вид. ПАРАПАН, 2004. 240 с.
3. Даниленко В.Я. Дизайн: підручник для студ ВНЗ, які навчаються за спец. «Дизайн». Х.: Вид-во ХДАДМ, 2003. 320 с.
4. Кафтанджиев Х. Мифологические архетипы в коммуникации. Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2016. 268 с.
5. Леонард Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження. Київ: ArtHuss, 2019, 192 с.
6. Леонард Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 03: Генерування ідей. Київ: ArtHuss, 2019, 192 с.
7. Пигулевский В.О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне. Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2011. 404 с.
8. Пигулевский В.О. Дизайн и культура. Х. : Изд-во «Гуманитарный центр», 2014. 316 с.
9. Пять этапов создания бренда и разработка элементов его дизайна [Электронный ресурс]. URL: koloro.ua/blog/brending-i-marketing/5-jetapov-sozdaniya-brenda-i-razrabotka-jelementov-ego-dizajna.html
10. Шумега С.С. Історія зародження та розвитку дизайну. Історія дизайну меблів та інтер'єру: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 300 с.

8. Інформаційні ресурси

1. Американська асоціація маркетингу. URL: <https://www.ama.org>
2. Всеукраїнська рекламна коаліція. URL: <http://www.adcoalition.org/>
3. З чого починалась українська реклама. URL: <https://amnesia.in.ua/reklama>
4. Маркетинг в Україні. URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>.
5. Маркетинг і менеджмент інновацій. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua>
6. Офіційний сайт European Society for Opinion and Market Research (ESOMAR): URL <http://www.esomar.org>
7. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу URL: <http://uam.in.ua>
8. РеклаМастер. URL: <http://reklamaster.com/>
9. Рекламний ринок України. URL: <https://ain.ua/special/ukrainian-ad-market-part-1/>
10. Соціальна реклама: історія виникнення та яскраві кейси. URL: <https://bazilik.media/sotsialna-reklama-istoriia-vynyknennia-ta-iaskravi-kejsy/>
11. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>.