

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання

КУРСОВОГО ПРОЄКТУ З ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДИЗАЙНЕРА

(для здобувачів вищої освіти спеціальності 022 «Дизайн»)

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри

дизайну та індустрії моди

протокол № 01-24 від 29.08.2024 р.

УДК 687.1.01:001.81(076)

Методичні вказівки до виконання курсового проекту з проектної діяльності дизайнера (для здобувачів вищої освіти спеціальності 022 «Дизайн») / Уклад.: Ріпка Г.А. – Київ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2024. – 46 с.

В методичних вказівках наведено тематику та завдання для виконання курсового проекту з проектної діяльності дизайнера для здобувачів вищої освіти спеціальності 022 «Дизайн». Методичні рекомендації містять: загальні положення про курсовий проект, вимоги до порядку викладення матеріалу та до структурних елементів роботи, правила оформлення пояснювальної записки та додатків до неї.

Укладач: Ріпка Г.А., к.т.н. доц., зав.кафедри дизайну та індустрії моди

Відповідальний за випуск: Ріпка Г.А., к.т.н. доц. зав.кафедри дизайну та індустрії моди

Рецензент: Березненко С.М., д.т.н., проф., гарант освітньої програми «Графічний дизайн та фешн індустрія»

ВСТУП

Курсовий проєкт з освітньої компоненти «Курсовий проєкт з проєктної діяльності дизайнера» є одним з видів самостійної навчально-дослідницької роботи, що передбачає комплексне застосування теоретичних знань та практичних навичок у сфері дизайну, спрямований на розвиток професійних компетентностей, пов'язаних із розробкою дизайнерських проєктів, аналізом сучасних тенденцій, застосуванням методів візуальної комунікації та використанням спеціалізованого програмного забезпечення.

Курсовий проєкт виконується у формі практичного проєкту, що включає:

1. Дослідження проблематики та формування концепції дизайну.
2. Виконання графічних та проєктних робіт.
3. Презентацію та обґрунтування запропонованого рішення.

Курсовий проєкт виконують згідно плану навчального процесу другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм здобуття вищої освіти спеціальності 022 «Дизайн» протягом 2 семестру за рахунок часу, відведеного навчальним планом і складає 1,5 кредити.

Курсовий проєкт виконують одночасно з вивченням освітніх компонент: «Іноземна мова», «Організація проєктної діяльності», «Сучасні методи проєктування графічного дизайну», «Брендинг у фешн індустрії».

Метою курсового проєкту з проєктної діяльності графічного дизайнера є надання здобувачам можливості застосувати теоретичні знання та практичні навички для розв'язання реальних дизайнерських завдань. Виконання курсового проєкту сприятиме розвитку здатності до самостійного творчого мислення та прийняття рішень у процесі проєктування; уміння проводити комплексний аналіз завдань, досліджувати цільову аудиторію та потреби замовника; вдосконалення практичних навичок використання сучасних програмних засобів і технологій у графічному дизайні; формування вміння створювати дизайнерські концепції, які відповідають вимогам замовника та є ефективними з точки зору комунікації та візуального сприйняття; навчання роботі в команді та співпраці з клієнтами, враховуючи всі аспекти проєктної діяльності, такі як бюджет, терміни та специфікації; підготовка до

майбутньої професійної діяльності, що включає презентацію і захист дизайнерських проєктів, а також вміння аргументувати свої рішення та оволодіння наступними компетентностями:

ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання у сфері графічного дизайну та фешн індустрії, що передбачає застосування сучасних креативних, технологічних та комунікаційних підходів. Випускники володіють знаннями та навичками для генерації інноваційних дизайнерських рішень, візуальної айдентики та концепцій для модної індустрії, використовуючи традиційні та інноваційні технології

ЗК.04. Здатність працювати в міжнародному контексті

СК.02. Здатність проведення проєктного аналізу усіх впливових чинників і складових проєктування та формування авторської концепції проєкту

СК.03. Здатність розуміти і використовувати причинно-наслідкові зв'язки у розвитку дизайну та сучасних видів мистецтв

СК.10. Вміння переконливо демонструвати споживачу привабливу культурну цінність та економічну вартість створеного креативного продукту

СК.14. Здатність до організації пошуково-дослідної та проєктної роботи

Завдання курсового проєкту з проєктної діяльності графічного дизайнера:

✓ Систематизувати та поглибити отримані знання з дисциплін, таких як основи графічного дизайну, теорія кольору, типографіка, а також основи цифрових технологій у дизайні;

✓ Закріпити навички роботи з програмним забезпеченням (Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign, Figma) для створення макетів, верстки та графічних елементів;

✓ Застосувати теоретичні знання для розробки графічного дизайну для конкретного проєкту (логотип, фірмовий стиль, рекламна кампанія тощо);

✓ Набути вміння ефективно презентувати та захищати дизайнерські рішення, підготувати пояснювальну записку, обґрунтувавши вибір концепції, кольорових рішень, шрифтів і композицій.

1. СТРУКТУРА КУРСОВОГО ПРОЄКТУ

Курсовий проєкт складається з пояснювальної записки та графічної частини, представленої в додатках (в пояснювальній записці повинні бути посилання на літературні джерела та додатки).

Пояснювальна записка включає:

Титульну сторінку (форма наведена у ДОДАТКУ А)

Завдання на курсову роботу

Графік виконання

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. РОЗРОБКА ТВОРЧОЇ КОНЦЕПЦІЇ ГРАФІЧНОГО ПРОЄКТУ

1.1. Обґрунтування вибору типу проєкту (логотип, айдентика, рекламна кампанія тощо)

1.2. Розробка творчої ідеї для створення графічного проєкту, вибір концептуального джерела

1.3. Виконання дослідження концептуального джерела (аналіз подібних проєктів)

1.4. Структурний аналіз обраної ідеї та візуальних елементів

1.5. Створення ескізів концептуального оформлення для проєкту (логотипи, шрифти, кольори, іконки тощо)

1.6. Вибір композиційного принципу та формування основної візуальної стратегії проєкту

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ГРАФІЧНИХ ЕСКІЗІВ І МАКЕТІВ

2.1. Конкретизація початкової ідеї та вибір стилістичних і композиційних рішень.

2.2. Розробка художніх ескізів для основних елементів проєкту (логотип, фірмовий стиль, рекламні матеріали).

2.3. Виконання композиційно-конструктивного аналізу створених макетів і ескізів.

2.4. Розробка різних варіантів макетів для порівняння та вибір оптимального варіанту.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.

РОЗДІЛ 3. ЗАВЕРШЕННЯ ПРОЄКТУ ТА ПІДГОТОВКА ДО ПРЕЗЕНТАЦІЇ

3.1. Опис процесу фіналізації графічного проєкту.

3.2. Підготовка файлів для друку або публікацій у цифрових медіа.

3.3. Презентація та захист готового проєкту.

3.4. Оцінка результатів і рекомендації для подальшої роботи або вдосконалення.

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

2. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДЛЯ ВИКОНАННЯ РОЗДІЛІВ КУРСОВОГО ПРОЄКТУ

2.1. Рекомендації до написання вступу

У вступі надається опис проєкту та його мета, актуальність та значення проєкту для конкретної сфери, об'єкт та предмет дослідження, ступінь його вивченості на національному та міжнародному рівнях тощо. Проводиться огляд основних тенденцій в сфері графічного дизайну на час виконання роботи, зокрема в області логотипів, айдентики, рекламних кампаній, веб-дизайну та інших візуальних комунікаційних форм. Формулюються основні напрямки розвитку цієї сфери з урахуванням сучасних вимог ринку, технічних досягнень у програмному забезпеченні та змін у сприйнятті візуальної інформації. Окрему увагу приділяється досягненню високої якості та конкурентоспроможності графічних продуктів, а також ефективності їх комунікаційної функції.

Для цього доцільно використовувати знання, набуті під час вивчення таких дисциплін, як основи графічного дизайну, типографіка, теорія кольору та цифрові технології, а також інформацію з періодичних видань, професійних журналів, онлайн-платформ та інших достовірних джерел. Це дозволяє детально дослідити актуальні тенденції, технологічні інновації та кращі практики в сфері графічного дизайну, а також розробити проєкт, що відповідає сучасним вимогам і потребам споживачів. У вступі необхідно визначити тему роботи та методи дослідження, актуальність обраного творчого підходу до виконання роботи. Далі необхідно сформулювати мету і задачі роботи, а також шляхи їх вирішення.

Обсяг вступу – до 2-х сторінок.

2.2. Рекомендації до написання розділу 1

«Розробка творчої концепції графічного проєкту»

2.2.1. Обґрунтування вибору типу проєкту (логотип, айдентика, рекламна кампанія тощо). Метою даного підрозділу є детальне пояснення вибору типу графічного проєкту, який буде розроблений у рамках курсового проєкту. У цьому підрозділі проводиться аналіз завдань та цілей проєкту, визначаються ключові фактори, що впливають на вибір конкретного типу дизайну, такі як цільова аудиторія, особливості продукту або послуги, специфіка ринку та потреби клієнта.

Також важливо обґрунтувати вибір на основі актуальних тенденцій в дизайні, вимог до бренду або компанії, а також існуючої дизайнерської практики в обраній сфері. Підрозділ має на меті допомогти студенту сформулювати чітку концепцію проєкту та обґрунтувати його значення для розвитку бренду чи комунікаційної стратегії клієнта.

2.2.2. Розробка творчої ідеї для створення графічного проєкту, вибір концептуального джерела. У цьому розділі необхідно:

1. Розробити концептуальну ідею для графічного проєкту, що включає визначення основних візуальних елементів та емоційного посилення, який має передавати дизайн. Це може бути логотип, айдентика, рекламний матеріал чи інший елемент візуальної комунікації. Ідея повинна бути чітко спрямована на досягнення конкретних цілей та вирішення завдань проєкту.

2. Вибрати концептуальне джерело, яке надихатиме на створення графічного проєкту. Це може бути мистецький стиль, культурний мотив, природні елементи або інші джерела, які відповідають тематиці проєкту та допомагають у формуванні його унікальності та індивідуальності.

3. Обґрунтувати вибір концептуального джерела, пояснивши, як воно відображає основні цілі та вимоги проєкту, і як воно дозволяє вирішити комунікаційні завдання (наприклад, покращити сприйняття бренду, залучити аудиторію, створити впізнаваність).

4. Описати, як концептуальне джерело буде трансформовано в конкретні

графічні елементи (наприклад, форми, кольори, шрифти), що стануть основою для подальшого дизайну.

2.2.3. Виконання дослідження концептуального джерела (аналіз подібних проєктів). У цьому підрозділі магістрант має провести глибоке дослідження концептуального джерела, на основі якого будується графічний проєкт. Суть роботи полягає в аналізі існуючих аналогічних проєктів, які можуть служити натхненням або орієнтирами для майбутнього дизайну. Завдання полягає в тому, щоб:

1. Проаналізувати подібні графічні проєкти в обраній темі або сфері (логотипи, айдентика, рекламні кампанії тощо), які вже реалізовані у відповідних галузях чи для подібних цільових аудиторій. Це дозволить оцінити ефективність різних дизайнерських рішень та підходів, знайти сильні та слабкі сторони.

2. Визначити тенденції та інновації в дизайні, що мають місце в обраному напрямку, враховуючи технічні та візуальні інновації, використання кольору, шрифтів, композиції. Це допоможе виявити сучасні вимоги до дизайну та зробити проєкт конкурентоспроможним.

3. Ідентифікувати стилістичні особливості та дизайнерські прийоми, які були застосовані в подібних проєктах, щоб зрозуміти, які рішення найбільш відповідають обраній концепції і допоможуть досягти бажаного результату.

4. Оцінити успіх подібних проєктів з точки зору ефективності комунікації з цільовою аудиторією, впізнаваності бренду, емоційного впливу та вирішення завдань, поставлених перед дизайном.

5. Визначити власні творчі підходи і вдосконалення, які можна застосувати для створення оригінального, але при цьому конкурентоспроможного та ефективного графічного проєкту.

Таким чином, цей етап дозволяє сформувати науково обґрунтовану основу для вибору дизайну та розуміння важливих аспектів концептуального джерела, яке впливатиме на подальшу роботу.

2.2.4. Структурний аналіз обраної ідеї та візуальних елементів. У цьому підрозділі здобувач вищої освіти має виконати детальний аналіз вибраної концептуальної ідеї та візуальних елементів графічного проєкту. Суть роботи полягає

в наступному:

1. Розгляд основних складових ідей: Необхідно проаналізувати, які елементи становлять основу обраної концепції, та як вони взаємодіють між собою. Це може бути колірна палітра, форма, композиція, шрифти, графічні символи, текстури чи фотографії, що будуть використані у проєкті. Важливо описати, як кожен елемент підтримує загальну ідею та як вони функціонують разом для досягнення цілі.

2. Аналіз композиційних принципів: Оцінка того, як композиційні принципи (наприклад, баланс, контраст, пропорції, ритм, акцент) застосовуються у дизайні. Це дозволяє виявити, чи правильно обрані принципи для передачі потрібного емоційного або комунікаційного посилу.

3. Вивчення взаємодії елементів у проєкті: Оцінити, як різні візуальні елементи взаємодіють між собою, як вони підсилюють один одного і чи створюють гармонію, або ж чи є місця для покращення взаємозв'язку між ними.

4. Ідентифікація функціональності елементів: Потрібно зрозуміти, як візуальні елементи допомагають виконувати основні функції дизайну, зокрема комунікаційну. Чи є елементи, які погано передають інформацію або можуть призвести до непорозумінь? Які елементи найбільше привертають увагу користувача та допомагають досягти поставлених цілей?

5. Визначення стилістичних та концептуальних виборів: Оцінка того, чи відповідають вибрані візуальні елементи стилю та концепції проєкту. Наприклад, чи підходять використані шрифти для цільової аудиторії, чи правильно обрані кольори для передачі емоцій, чи відповідає композиція сучасним тенденціям.

6. Оцінка ефективності елементів: Потрібно дослідити, наскільки кожен візуальний елемент є ефективним для досягнення цілей проєкту. Це може включати питання зрозумілості, читабельності, сприйняття та емоційного впливу.

Цей етап дозволяє чітко визначити сильні та слабкі сторони візуальних елементів і покращити концептуальне бачення дизайну до моменту реалізації.

2.2.5. Створення ескізів концептуального оформлення для проєкту (логотипи, шрифти, кольори, іконки тощо). На цьому етапі роботи здобувач вищої освіти має розробити перші ескізи для майбутнього графічного проєкту, які візуалізують

концептуальну ідею та візуальні елементи, визначені на попередніх етапах. Це важлива частина процесу, адже ескізи допомагають перевести теоретичні розробки в конкретні форми та варіанти дизайну. Ось основні завдання, які потрібно виконати:

1. Створення ескізів логотипів:

- Потрібно розробити кілька варіантів логотипу, що відповідають концепції проєкту. Це може включати як графічні, так і текстові елементи.
- Важливо спробувати різні композиційні варіанти, розташування елементів та стилістичні підходи (наприклад, мінімалізм, ретро, абстракція).
- Логотипи повинні бути простими, впізнаваними та адаптованими для використання на різних платформах та носіях.

2. Розробка шрифтів:

- Оцінка того, які шрифти найкраще підходять для концепції проєкту (наприклад, шрифт для бренду або рекламної кампанії).
- Створення ескізів варіантів типографіки, що відповідають бажаному емоційному посилю, зрозумілі й читабельні.
- Врахування гармонії між шрифтами в заголовках, підзаголовках, основному тексті та інших елементах.

3. Визначення кольорової палітри:

- Вибір основних кольорів, що будуть використовуватися в проєкті (можливо, два-три основні кольори та додаткові акценти).
- Створення ескізів різних комбінацій кольорів для основних елементів (логотип, шрифти, фонові елементи тощо).
- Важливо врахувати психологічний вплив кольору на цільову аудиторію та його відповідність концепції.

4. Розробка іконок та інших візуальних елементів:

- Створення ескізів іконок, які можуть бути частиною айдентики або інших елементів проєкту, наприклад, на вебсайті або в мобільному додатку.
- Іконки повинні бути простими, зрозумілими та легко впізнаваними.
- Розробка інших візуальних елементів, таких як лінії, фігури, патерни або текстури, що можуть бути використані для оформлення матеріалів або у

брендингу.

5. Експерименти з композицією:

- Потрібно спробувати різні варіанти компоновання елементів на сторінці або в іншому носії (наприклад, розташування логотипу на флаєрі або банері).
- Важливо тестувати баланс між графічними елементами, шрифтами, кольорами, щоб досягти гармонії і візуальної привабливості.
- Оцінка функціональності елементів:
- Перевірка, як кожен елемент виглядатиме в різних форматах і на різних носіях: в друкованій продукції, на екрані комп'ютера, в мобільних додатках і т. п.
- Створення варіантів, що враховують різні розміри та адаптації для конкретних умов використання.

Цей етап допомагає магістранту сформулювати конкретні графічні рішення та вибрати найкращі варіанти для подальшої роботи над проєктом. Ескізи допомагають візуалізувати ідею і дають можливість швидко оцінити різні підходи та вибрати найбільш вдалі.

2.2.6. Вибір композиційного принципу та формування основної візуальної стратегії проєкту. На цьому етапі роботи здобувач вищої освіти має вибрати композиційні принципи, які будуть використовуватися для формування основної візуальної стратегії проєкту. Це включає в себе обрання правильних підходів до розташування елементів дизайну, їх взаємодії та забезпечення ефективної комунікації через графіку. Основні кроки цього етапу:

1. Вибір композиційних принципів:

- Потрібно визначити, які композиційні принципи будуть використовуватися для створення візуальної гармонії та ефективної передачі повідомлення. Це можуть бути такі принципи, як:
- Баланс: Розподіл візуальних елементів так, щоб не було важких або порожніх частин, що викликають дисгармонію.
- Контраст: Використання різниці між кольорами, формами, розмірами для привернення уваги та створення акцентів.

- Ритм: Повторення елементів у певному порядку, що дає відчуття руху та динаміки.
- Пропорції: Вибір правильних пропорцій між елементами, що забезпечує естетичну привабливість та легкість сприйняття.
- Єдність: Переконатися, що всі елементи дизайну працюють разом, утворюючи цілісне та узгоджене враження.
- Ієрархія: Визначити, який елемент є головним, а який додатковим, щоб користувач або споживач міг легко сприйняти інформацію.

2. Формування основної візуальної стратегії:

- Потрібно вибрати основну стратегію, яка буде застосовуватися до всього проєкту, враховуючи потреби цільової аудиторії та особливості бренду або продукту. Це може бути:
- Мінімалізм: Використання простоти, чистоти форм і простих ліній для створення елегантного, чіткого і зрозумілого образу.
- Максималізм: Використання яскравих кольорів, великої кількості елементів для створення виразного та емоційного враження.
- Геометрична структура: Використання чітких геометричних форм, ліній і симетрії для створення організованого, технічного вигляду.
- Ретро або вінтаж: Застосування елементів минулих епох (наприклад, 60-70-х років) для створення ностальгійної атмосфери.

3. Адаптація стратегії до носіїв та форматів:

- Стратегія має враховувати різні типи носіїв (друковані матеріали, веб-дизайн, мобільні додатки тощо). Важливо, щоб вибраний композиційний принцип і візуальна стратегія були адаптовані для різних форматів.
- Перевірити, як виглядатиме композиція в різних розмірах і на різних поверхнях (наприклад, на великому банері, вебсайті, візитівці або мобільному інтерфейсі).

4. Тестування та оптимізація композиційних рішень:

- Потрібно створити кілька варіантів композиції та порівняти їх з точки зору естетики та ефективності. Це дасть можливість вибрати найкращий варіант для реалізації в проєкті.

- Можна провести тестування серед потенційних користувачів або колег, щоб оцінити, як композиція та стратегія сприймаються різними людьми.

5. Обґрунтування вибору композиційних принципів та стратегії:

- Потрібно обґрунтувати, чому саме ці принципи та стратегія були обрані для цього проєкту.
- Це повинно базуватись на аналізі цільової аудиторії, вимогах замовника, а також на теоретичних знаннях, отриманих під час навчання.

Цей етап є важливим, оскільки правильне застосування композиційних принципів і чітко сформована візуальна стратегія допомагають не тільки покращити зовнішній вигляд проєкту, але й зробити його функціональним, ефективним та привабливим для цільової аудиторії.

2.3. Висновки до розділу 1

Результатом роботи над розділом 1. Розробка творчої концепції графічного проєкту може бути:

1. Формування концептуальної ідеї, що включає визначення основної ідеї, яка стане основою майбутнього графічного проєкту; вибір творчого джерела натхнення (історичні стилі, природні мотиви, сучасні тренди тощо).
2. Обґрунтування концепції, а саме аналіз і дослідження подібних графічних рішень та оцінка відповідності концепції вимогам ринку та цільової аудиторії.
3. Розробка візуальної стилістики, у тому числі створення первинних ескізів логотипу, іконографіки, шрифтових композицій, кольорової палітри; вибір композиційного принципу та формування загальної стилістики дизайну.
4. Виконання структурного аналізу, який включає дослідження основних елементів дизайну та їх взаємодії в рамках концепції та аналіз функціональності та естетичної привабливості обраних рішень.
5. Розробка візуальної стратегії проєкту, зокрема створення системи візуальної ідентичності, яка включає ключові графічні елементи; визначення можливостей адаптації дизайну для різних форматів (друк, цифрові медіа, реклама).

6. Формування проміжного презентаційного матеріалу: підготовка макетів для попереднього представлення замовнику або аудиторії; узагальнення отриманих результатів для подальшого доопрацювання та розвитку проєкту.

Ці результати дозволять закласти міцний фундамент для створення фінального графічного рішення, яке буде відповідати поставленим задачам та вимогам.

В цьому підрозділі необхідно тезисно підвести підсумки головних ідей розділу.

У висновках до цього розділу магістрант повинен підсумувати основні результати роботи, що були досягнуті під час розробки творчої концепції графічного проєкту, а також обґрунтувати вибір конкретних рішень, зроблених на різних етапах.

Висновки мають містити оцінку процесу створення концепції та її відповідності цілям проєкту. Ось основні моменти, які слід врахувати при формулюванні висновків:

1. Підсумок розробленої концепції:

- Коротко підсумуйте основні ідеї концепції, яку ви розробили. Вкажіть, як вибір теми, ідеї та джерел вплинув на майбутній дизайн.

- Уточніть, які основні елементи концепції були використані, і як вони допомагають втілити основну ідею проєкту. Наприклад, вибір кольорів, шрифтів, стилістичних рішень.

2. Обґрунтування вибору концептуальних джерел:

- Поясніть, чому були обрані конкретні концептуальні джерела для проєкту (якщо це художнє джерело, стиль чи епоха). Наприклад, чому ретро-стиль або сучасна абстракція стали основою для розробки концепції.

- Вкажіть, як це джерело сприяло створенню унікального, але водночас зрозумілого та функціонального графічного дизайну.

3. Відповідність концепції потребам цільової аудиторії:

- Оцініть, чи відповідає розроблена концепція потребам цільової аудиторії. Як вибрані візуальні елементи (кольори, шрифти, форми) допомагають досягти ефективної комунікації з користувачем?

- Проаналізуйте, чи вдалося створити графічне рішення, яке одночасно привабливе, зрозуміле і відповідне очікуванням користувачів чи замовника.

4. Перспективи розвитку концепції:

- Розгляньте можливі шляхи подальшого розвитку створеної концепції. Які елементи можна буде адаптувати для різних форматів та носіїв (для веб-дизайну, друкованої продукції тощо)?

- Зазначте, чи можна доповнити чи розширити концепцію в майбутньому для покращення результату або для адаптації до змін у вимогах ринку.

5. Удосконалення процесу:

- Оцініть, що можна вдосконалити в процесі розробки творчої концепції. Можливо, деякі аспекти вибору кольорової палітри чи шрифтів можна було б розглянути глибше або поекспериментувати з іншими варіантами.

Рекомендації для формулювання висновків:

1. Будьте лаконічними: висновки повинні бути стислими, але точними, щоб читач зрозумів ключові результати вашої роботи.

2. Підкресліть важливість обраних рішень: обов'язково вкажіть, чому обрані вами підходи або рішення є важливими для успіху проєкту.

3. Визначте досягнуті цілі: підсумуйте, яких результатів вам вдалося досягти в рамках цього етапу, і як це сприяло успішному виконанню наступних етапів проєкту.

4. Будьте об'єктивними: оцініть результати роботи, звертаючи увагу на сильні сторони концепції, а також на можливі недоліки чи слабкі місця, які можна вдосконалити в майбутньому.

Висновки пропонується оформити у форматі списку та нумерації. Приклад оформлення висновків наведено у Додатку В.

2.4. Рекомендації до написання розділу 2. Розробка графічних ескізів і макетів

2.4.1. Конкретизація початкової ідеї та вибір стилістичних і композиційних рішень.

Цей підрозділ закладає основу для подальшої розробки фінального графічного рішення та формування загальної візуальної айдентики.

У цьому підрозділі необхідно деталізувати обрану концепцію та визначити візуальні та композиційні параметри майбутнього графічного проєкту.

Що потрібно зробити:

1. Аналіз початкової ідеї

- Описати основну концепцію, яку було розроблено на попередньому етапі.
- Пояснити, як вона відповідає завданням проєкту та цільовій аудиторії.
- Виділити ключові елементи, які будуть візуально передавати ідею (форми, символи, кольори, шрифти).

2. Визначення стилістичного напрямку

- Дослідити можливі стилі, які найкраще підходять для реалізації проєкту (мінімалізм, ретро, футуризм, еклектика тощо).
- Обґрунтувати вибір стилю на основі аналізу ринку, референсів та трендів.
- Визначити характерні особливості вибраного стилю (форма, текстура, градієнти, типографіка).

3. Композиційні рішення

- Обрати принцип композиції, який буде застосовуватися (симетрія, асиметрія, модульна сітка, динамічна композиція).
- Обґрунтувати розташування основних графічних елементів.
- Продемонструвати перші схематичні варіанти розміщення логотипу, тексту, графічних елементів.

4. Попередні ескізи та варіанти

- Розробити кілька чорнових ескізів або варіантів дизайну, які демонструють можливі шляхи реалізації проєкту.
- Порівняти ці варіанти та визначити, який із них найкраще передає концепцію.

5. Оцінка відповідності ідеї поставленим завданням

- Перевірити, чи відповідають обрані стилістичні та композиційні рішення потребам бренду або тематиці проєкту.
- Оцінити їхню гнучкість для подальшої адаптації в різних форматах (цифровий дизайн, друк, соціальні мережі тощо).

Про що писати:

1. Як і чому обраний стиль та композиція відповідають концепції.
2. Чим вони відрізняються від конкурентних рішень.
3. Як вони допомагають створити унікальний візуальний образ проєкту.

2.4.2. Розробка художніх ескізів для основних елементів проєкту (логотип, фірмовий стиль, рекламні матеріали). У цьому завданні необхідно створити серію художніх ескізів, які відображатимуть основні елементи візуальної айдентики проєкту. Це дозволить сформулювати загальний стиль і перевірити, наскільки дизайн відповідає концепції та поставленим цілям.

Як виконати це завдання:

1. Дослідження та збір референсів:

- Проаналізувати схожі успішні проєкти
- Визначити ключові візуальні елементи, які варто використати у власному дизайні
- Створити мудборд (дошку натхнення) із кольорами, шрифтами, текстурами, композиційними прийомами

2. Розробка ескізів логотипу

- Намалювати декілька варіантів логотипу від руки або векторизувати базові форми
- Використати різні композиційні підходи:
 - а) Текстовий логотип (шрифтовий знак)
 - б) Графічний логотип (піктограма або символ)
 - в) Комбінований логотип (текст + графічний елемент)
- Опрацювати можливі кольорові рішення
- Врахувати адаптивність логотипу для різних носіїв (чорно-білий варіант, монохромний, кольоровий)

3. Створення ескізів фірмового стилю

- Розробити базові елементи айдентики:
 - а) Фірмові кольори (головна та допоміжна палітра)
 - б) Шрифти та типографіка (основний, акцентний, допоміжний)
 - в) Графічні елементи (іконки, патерни, стилізовані візуальні акценти)
- Продумати використання айдентики на візитках, фірмових бланках, брендбуку, мерчі

4. Ескізи рекламних матеріалів:

- Розробити концепцію рекламних носіїв:
 - а) Банери (онлайн та офлайн)
 - б) Соціальні мережі (шаблони для постів, сторіс, рекламних кампаній)
 - в) Поліграфія (буклети, постери, листівки)
- Визначити основні композиційні прийоми, що будуть застосовуватися
- Створити ескізи макетів із розміщенням основних графічних елементів

5. Аналіз та доопрацювання

- Порівняти різні варіанти ескізів та відібрати найкращі рішення
- Перевірити їхню відповідність загальній концепції та стилю бренду
- За потреби внести коригування, щоб забезпечити цілісність візуального образу

образу

Що має бути результатом:

- ✓ Ескізи логотипу (кілька варіантів із різними стилями)
- ✓ Попередні макети елементів фірмового стилю (кольори, шрифти, графічні елементи)
- ✓ Чорнові ескізи рекламних матеріалів (постери, банери, соціальні мережі)
- ✓ Опис дизайнерських рішень (чому обрано певний стиль, шрифти, кольори)

Ця стадія роботи є підготовчим етапом до фінальної розробки проєкту та його презентації

2.4.3. Виконання композиційно-конструктивного аналізу створених макетів і ескізів. Композиційно-конструктивний аналіз допомагає оцінити якість розроблених ескізів та макетів, їхню відповідність загальній концепції проєкту та функціональність. Основна мета цього етапу – визначити сильні та слабкі сторони дизайну, перевірити гармонійність елементів і зробити необхідні коригування.

Для того, щоб виконати композиційно-конструктивний аналіз створених макетів і ескізів, треба зробити:

1. Оцінку композиції та стилю

- Аналіз баланс основних елементів (логотип, текст, зображення, графічні деталі)

- Перевірку узгодженості кольорової гама та шрифтів
- Оцінити пропорції, симетрію або асиметрію, їх вплив на сприйняття дизайну

- Визначити, чи відповідає композиція стилістичному напрямку бренду або темі проєкту

2. Функціональність макетів:

- Чи легко сприймається інформація?
- Чи є читабельність тексту на різних носіях (екран, друк, вивіска тощо)?
- Чи достатньо контрасту між фоном і основними елементами?
- Чи працює композиція однаково добре у різних масштабах?

3. Логічність розміщення елементів

- Чи є чітка візуальна ієрархія?
- Чи зрозумілий основний фокус у дизайні?
- Чи відповідає розташування елементів принципам UX/UI (для цифрових носіїв)?

- Чи правильно витримані відступи, сітка, ритм композиції?

4. Тестування адаптивності та універсальності

- Як макети виглядають у різних форматах (мобільні пристрої, друк, білборди тощо)?

- Чи легко масштабуються окремі елементи без втрати якості?
- Чи адаптується дизайн під різні кольорові схеми (чорно-білий, інверсія, монохром)?

5. Виявлення помилок та коригування

- Чи є зайві деталі, що перевантажують композицію?
- Чи є необхідність у додатковій деталізації або спрощенні?
- Визначити можливі зміни для покращення зручності сприйняття.

Результатом роботи має стати опис композиційних та конструктивних особливостей створених макетів. Виявлення сильних та слабких сторін дизайну. Пропозиції щодо покращення композиції, кольорової гама, типографіки.

Доопрацьовані ескізи або макети з урахуванням виправлених недоліків.

Цей аналіз допомагає зробити проєкт гармонійним, функціональним і придатним для реального використання.

2.4.4. Розробка різних варіантів макетів для порівняння та вибір оптимального варіанту. На цьому етапі дизайнер створює декілька варіантів макетів, аналізує їх та обирає найбільш ефективний. Це допомагає оцінити різні підходи до візуального оформлення та обрати той, що найкраще відповідає концепції, функціональності та вимогам проєкту.

Етапи роботи:

1. Генерація варіантів макетів

Створити 3–5 різних версій основних елементів (логотип, айдентика, рекламні матеріали). Варіанти можуть відрізнятися за композицією (розташуванням елементів), колірною схемою, шрифтовими рішеннями, графічним стилем, ступенем деталізації, враховувати вимоги замовника, цільової аудиторії та технічні обмеження.

2. Аналіз кожного макета

- Оцінити відповідність кожного варіанту загальній концепції.
- Проаналізувати зручність сприйняття та функціональність.
- Визначити сильні та слабкі сторони кожного дизайну.

3. Залучення зворотного зв'язку: провести тестування серед цільової аудиторії або команди; отримати відгуки щодо зрозумілості, естетики та практичності; врахувати побажання замовника (якщо є).

4. Вибір оптимального варіанту: обрати макет, який найкраще відповідає поставленим завданням. Якщо жоден варіант не є ідеальним, можна створити гібридний варіант, комбінуючи вдалі елементи. Доопрацювати обраний макет для фінальної презентації.

Результатом має бути:

- ✓ Кілька альтернативних варіантів макетів.
- ✓ Опис переваг і недоліків кожного варіанту.
- ✓ Зворотний зв'язок та аналіз ефективності.
- ✓ Обраний оптимальний варіант з необхідними коригуваннями.

Цей процес дозволяє прийняти зважене рішення та створити якісний, візуально привабливий і ефективний дизайн.

2.5. Висновки до розділу 2

У висновках розділу 2 необхідно підсумувати ключові результати роботи, оцінити відповідність створених ескізів та макетів початковій концепції, а також визначити перспективи подальшого вдосконалення.

У висновках варто відобразити:

1. Аналіз виконаної роботи (узагальнення основних етапів розробки графічних ескізів. Визначення стилістичних і композиційних рішень, використаних у процесі макетування. Порівняння створених варіантів макетів та обґрунтування вибору фінального варіанту).

2. Оцінка відповідності концепції та вимогам проєкту (наскільки фінальні ескізи та макети відповідають початковій ідеї та поставленим завданням. Оцінка якості реалізації графічного рішення (колірна гама, типографіка, композиція). Адаптація елементів айдентики до різних форматів (друк, цифрові носії тощо).

3. Технічні аспекти та коригування (виявлені труднощі в процесі створення макетів та шляхи їх вирішення. Внесені корективи після аналізу та отримання зворотного зв'язку. Оптимізація макетів для подальшого використання (верстка, інтеграція у реальні продукти).

4. Перспективи подальшого доопрацювання (можливості вдосконалення макетів на наступних етапах проєкту. Подальша адаптація макетів до потреб клієнта чи кінцевого користувача. Варіанти застосування отриманих графічних рішень у маркетингових і комунікаційних матеріалах).

Отже, у цьому розділі були розроблені різні варіанти графічних рішень, здійснено їх аналіз та обрано оптимальний варіант для подальшого використання. Виконані макети відповідають концепції проєкту, відповідають технічним та естетичним вимогам, а також можуть бути адаптовані для подальшої інтеграції у цифрові та друковані медіа.

Висновки пропонується оформити у форматі списку та нумерації. Приклад оформлення наведено у Додатку В.

3. ЗАВЕРШЕННЯ ПРОЄКТУ ТА ПІДГОТОВКА ДО ПРЕЗЕНТАЦІЇ

3.1. Опис процесу фіналізації графічного проєкту

Фіналізація графічного проєкту – це завершальний етап розробки, що включає остаточне редагування, підготовку файлів до друку або цифрового використання та презентацію готового продукту.

1. Остаточне редагування та коригування

- Перевірка всіх елементів дизайну на відповідність технічним та концептуальним вимогам
- Коригування композиції, кольорової гами, типографіки та графічних деталей
- Узгодження фінального варіанту з клієнтом або командою

2. Оптимізація файлів для друку та цифрових носіїв

- Підготовка макетів у відповідних форматах (PDF, TIFF, EPS, PNG, SVG тощо).
- Перевірка роздільної здатності зображень, кольорового профілю (CMYK для друку, RGB для екрану).
- Налаштування векторних файлів для масштабованості та сумісності з різними носіями.

3. Тестування та адаптація

- Тестування дизайну в реальних умовах (наприклад, друк пробного зразка, перегляд у різних роздільних здатностях екрану)
- Адаптація макетів для різних платформ та форматів (соцмережі, вебсайти, друковані матеріали)
- Внесення фінальних виправлень на основі тестування

4. Презентація та передача фінального проєкту

- Підготовка презентаційних матеріалів для представлення клієнту (моушн-дизайн, PDF-презентація, макети в реальному середовищі)
- Формування пакету файлів для друку, цифрового використання та подальшої роботи (вихідні файли, додаткові формати, технічні специфікації)
- Передача матеріалів клієнту або команді з детальними інструкціями щодо використання

Отже, наприкінці треба отримати проєкт, готовий до впровадження, який відповідає всім вимогам та технічним стандартам, адаптований до різних форматів використання та представлений у фінальному вигляді.

3.2. Підготовка файлів для друку або публікацій у цифрових медіа

Фінальний етап роботи над графічним проєктом включає технічну підготовку матеріалів до друку або цифрової публікації. Це гарантує, що дизайн буде виглядати якісно та відповідати всім стандартам.

Ця робота включає один з двох компонентів:

1. Підготовки файлів для друку

- Формат файлів: збереження у форматах, які підтримують високу якість друку (PDF, TIFF, EPS, AI).
- Колірний профіль: конвертація кольорів у CMYK або Pantone для відповідності поліграфічним вимогам.
- Роздільна здатність: мінімум 300 dpi для якісного відтворення зображень.
- Технічні вимоги: Додавання припусків (3-5 мм) для уникнення обрізки важливих елементів. Встановлення правильного режиму накладання кольорів (overprint, knockout). Вбудовування шрифтів або конвертація їх у криві для коректного відображення. Використання чорного кольору (100 % K) замість композитного чорного (CMYK) для тексту.

Результатом роботи є файл, готовий до друку, який відповідає технічним вимогам друкарні та забезпечує високу якість відтворення.

2. Підготовка файлів для цифрових медіа

- Формати файлів: PNG, JPEG (для зображень), SVG (для векторних елементів), MP4/GIF (для анімації).
- Колірний профіль: RGB для коректного відображення на екранах.
- Оптимізація розміру: збереження з мінімальною вагою без втрати якості (наприклад, через TinyPNG або Squoosh); використання адаптивних розмірів для мобільних та десктопних пристроїв.
- Розширення доступності: додавання альтернативного тексту (alt-text) для зображень у веб-версіях.
- Тестування перед публікацією: перевірка відображення на різних пристроях та браузерах.

Результатом роботи є готові файли, адаптовані для використання у соціальних мережах, на вебсайтах або інших цифрових платформах.

3.3. Презентація та захист готового проєкту

Фінальний етап реалізації графічного проєкту включає підготовку презентації та його захист перед замовником, командою або експертною комісією. Важливо не лише представити візуальні матеріали, але й аргументувати прийняті дизайнерські рішення. По звершенню курсового проєкту необхідно підготувати презентацію готового проєкту для захисту перед комісією або клієнтом, обґрунтувати вибір дизайнерських рішень та їх ефективність.

Цю роботу пропонується зробити у два етапи:

1. Підготовка презентації

Структура презентації:

1. Вступ (короткий опис проєкту, його мета та завдання).
2. Дослідження (аналіз ринку, конкурентів, цільової аудиторії).
3. Концепція (основна ідея, стиль, колірні та шрифтові рішення).
4. Основні графічні елементи (логотип, айдентика, рекламні матеріали тощо).
5. Варіанти застосування (макети друкованої продукції, веб-інтерфейси,

соцмережі).

6. Фінальна адаптація та підготовка до друку/цифрового використання.

Візуальне оформлення:

1. Мініمالізм та чистий дизайн слайдів
2. Використання ключових зображень і макетів
3. Інфографіка для пояснення складних рішень
4. Чітка типографіка та узгоджена колірна схема
5. Презентація повинна мати логічну структуру, легко сприйматися та

демонструвати всі аспекти проєкту

2. *Захист проєкту.*

а) Основні аспекти захисту:

- ✓ Аргументоване пояснення кожного дизайнерського рішення
- ✓ Відповідність проєкту цільовій аудиторії та поставленим завданням
- ✓ Демонстрація сильних сторін дизайну та його унікальності
- ✓ Підготовка відповідей на можливі запитання від журі або клієнта

б) Поради для ефективного захисту:

- ✓ Чіткість і впевненість у викладі матеріалу
- ✓ Лаконічність: не перевантажувати слухачів зайвими деталями
- ✓ Використання реальних прикладів та можливих сценаріїв застосування

дизайну

- ✓ Контроль часу: презентація не повинна бути надто довгою

В результаті виконаної роботи повинен бути успішний захист проєкту, переконання аудиторії у його ефективності та доцільності

3.4. Оцінка результатів і рекомендації для подальшої роботи або вдосконалення

Фінальний етап роботи над графічним проєктом передбачає аналіз отриманих результатів, оцінку ефективності рішень та формування рекомендацій для подальшого вдосконалення.

1. Оцінка результатів проєкту:

а) Відповідність поставленим завданням:

- Чи досягнуто основної мети проєкту?
- Наскільки ефективно реалізовано концепцію?
- Чи відповідає дизайн вимогам замовника та цільової аудиторії?

б) Якість виконання:

- Чи дотримані принципи композиції, колірного балансу, типографіки?
- Наскільки цілісний і функціональний візуальний стиль?
- Чи відповідає рівень деталізації стандартам сучасного графічного дизайну?

в) Практична реалізація

- Чи підготовлені файли до друку або цифрового використання відповідно до технічних вимог?
- Чи враховані можливі проблеми при подальшому використанні дизайну?
- Наскільки легко адаптувати дизайн до різних форматів і носіїв?

Як результат: об'єктивна оцінка якості виконаної роботи, виявлення її сильних і слабких сторін.

2. Рекомендації для подальшої роботи та вдосконалення

а) Можливі покращення:

- Оптимізація графічних елементів для різних платформ (веб, друк, мобільні пристрої).
- Адаптація дизайну для додаткових форматів (банери, упаковка, сувенірна продукція).
- Виправлення можливих недоліків на основі фідбеку клієнта або тестової аудиторії.

б) Перспективи розвитку проєкту

- Додавання нових елементів брендингу чи маркетингових матеріалів.
- Розширення стилістики та її інтеграція в інші комунікаційні канали.
- Використання отриманого досвіду для покращення майбутніх проєктів.

Як результат: визначені шляхи вдосконалення проєкту та напрямки для його подальшого розвитку.

3.5. Рекомендації до написання загальних висновків

Загальні висновки є підсумковою частиною курсового проєкту та відображають основні результати виконаної роботи. Вони повинні бути логічними, структурованими та узагальнювати основні досягнення, висновки та можливі шляхи вдосконалення.

Пропонована структура загальних висновків

1. Короткий виклад суті роботи (яка була мета проєкту та основні завдання? Які основні етапи розробки виконано?)
2. Досягнуті результати (як реалізовано поставлену задачу? Які методи, підходи та технології використано? Які елементи дизайну були розроблені (логотип, айдентика, макети тощо)? Наскільки проєкт відповідає вимогам замовника або цільової аудиторії?)
3. Оцінка ефективності роботи (чи вдалося досягти поставлених цілей? Наскільки функціональним та естетично привабливим є кінцевий результат? Чи були труднощі та як їх вирішено?)
4. Перспективи вдосконалення (Що можна покращити у проєкті? Як можна адаптувати чи масштабувати розробку? Які наступні кроки можна зробити для розвитку концепції?)

Важливі рекомендації

Конкретність і стислість: формулюйте висновки чітко, без зайвої води. Використовуйте лише найважливішу інформацію. Логічність викладу: висновки мають відображати хід виконаної роботи, а не містити нову інформацію. Об'єктивність: оцініть не тільки успіхи, а й можливі недоліки проєкту та шляхи їх виправлення. Зв'язок із поставленими завданнями: підсумуйте, наскільки проєкт відповідає початковим цілям та вимогам. Перспективність: наведіть можливі варіанти розвитку та вдосконалення проєкту, зокрема його адаптацію до різних платформ чи розширення дизайну.

3.6. Вимоги до оформлення списку використаних джерел

Список використаних джерел повинен бути оформлений відповідно до нормативних положень ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».

При скороченні слів користуються ДСТУ 3582:2013 «Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою».

Загальні вимоги до цитування:

а) кожна цитата в тексті реферату супроводжується посиланням на джерело та зазначається порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками, наприклад: «... у праці М.М. Білобородько [1, с. 17] визначено...»;

б) цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту і без перекручень думок автора. Пропуск слів, речень, абзаців допускається без зміни авторського тексту і позначається трьома крапками. Вони ставляться у будь-якому місці цитати (на початку, всередині, в кінці). Якщо перед пропущеним текстом або за ним стояв розділовий знак, то він не зберігається;

в) текст цитати починається і закінчується лапками, наводиться так, як він поданий у джерелі, зі збереженням особливостей авторського написання;

г) під час непрямого цитування (переказ, виклад думок інших авторів своїми словами) слід бути максимально точним у викладі думок автора, коректним щодо оцінювання його результатів, робити відповідні посилання на джерело.

Джерела можна розміщувати:

- за послідовністю посилань у тексті (такий спосіб є найпоширеніший та універсальний);

- в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків;

- у хронологічному порядку;

Авторів з однаковими прізвищами подають в алфавітному порядку їхніх ініціалів; праці одного автора – за алфавітом перших літер назв його праць; праці одного автора з однаковою назвою – за хронологією.

Спочатку наводять літературу, видану кирилицею, далі – латиною тощо. Публікації мовами з особливою графікою подають в українській транслітерації або в перекладі українською мовою.

Крім того є певний порядок розташування літературних джерел: нормативні акти (закони, постанови); книжкові видання; статті в журналах та інших періодичних виданнях; матеріали з Інтернету.

3.7. Вимоги до оформлення додатків

В додатках необхідно представити графічні розробки, що були виконані в ході роботи. У додатки можуть бути включені:

- додаткові ілюстрації або таблиці;
- матеріали, які через великий обсяг, специфіку викладання або форму подання не можуть бути внесені до основної частини (оригінали фотографій, формули, розрахунки, опис комп'ютерних програм, розроблених у процесі виконання роботи тощо.

Кожен додаток повинен починатися з нового аркуша великими літерами пишеться відповідно: ДОДАТОК А, ДОДАТОК Б тощо. На наступному рядку назва додатку великими літерами по центру.

4. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОГО ПРОЄКТУ

4.1. Текстова частина пояснювальної записки

Текстова частина пояснювальної записки оформлюється за такими правилами:

- Формат – вертикальний, А4;
- Розмір літер – 14;
- Шрифт – Times New Roman розміром 14 пт;
- Міжрядковий інтервал – 1,5;
- Відстань між заголовком і текстом – 15–20 мм;
- Відступ абзацу – 1,25 см;
- Вирівнювання тексту – за шириною;
- Ліве поле – 2 см; • Праве поле – 1 см; • Поля внизу і вгорі – 2 см.

Курсовий проєкт починається з титульної сторінки за формою, наведеною в додатку А. Це перша сторінка, яку включають до загальної нумерації сторінок, але не нумерують. Далі номер сторінки проставляють у правому верхньому куті аркуша. За титульною сторінкою наводяться послідовно зміст, вступ, розділи в порядку подання, висновки, список використаних джерел, додатки.

Кожен структурний елемент вмісту роботи починається з нової сторінки.

Текст основної частини курсового проєкту поділяють на розділи та підрозділи. Кожну структурну частину роботи починають з нової сторінки.

Заголовки структурних частин роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують по центру рядка без крапки в кінці, без підкреслення, відділяючи від тексту одним міжрядковим інтервалом.

Заголовки підрозділів друкуються малими літерами (крім першої великої) по центру рядка без крапки в кінці, відділяючи від тексту одним міжрядковим інтервалом.

Заголовки пунктів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з

абзацного відступу. У кінці заголовка ставиться крапка.

Перенос складів у словах не використовується. Не допускаються скорочення слів. Вживання аббревіатури дозволяється після того, як в тексті уже використовувалося її змістове словосполучення із вказівкою в дужках такої аббревіатури.

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів, рисунків, таблиць подають арабськими цифрами без знаку №.

Структурні частини: перелік умовних позначень, вступ, висновки, список джерел і літератури, додатки не нумеруються, тобто не можна друкувати: «1. ВСТУП» або «Розділ 5. ВИСНОВКИ».

4.2. Нумерація розділів та підрозділів

Номер розділу ставиться після слова «РОЗДІЛ», після номера крапка не ставиться, потім з нового рядка пишеться заголовок розділу.

Підрозділи нумеруються в межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між ними ставиться крапка. У кінці номера підрозділу має стояти крапка, наприклад: «2.3.» (третій підрозділ другого розділу). У тому самому рядку дається заголовок підрозділу. Якщо підрозділ складається з одного пункту, або пункт складається з одного підпункту, його не нумерують.

4.3. Нумерація розділів та підрозділів

Номер розділу ставиться після слова «РОЗДІЛ», після номера крапка не ставиться, потім з нового рядка друкується заголовок розділу.

Підрозділи нумеруються в межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між ними ставиться крапка. У кінці номера підрозділу має стояти крапка, наприклад: «2.3.» (третій підрозділ другого розділу). У тому самому рядку дається заголовок підрозділу. Якщо

підрозділ складається з одного пункту, або пункт складається з одного підпункту, його не нумерують.

Наприклад, другий рисунок першого розділу:



Рис. 1.2. Силует в одязі

Номер рисунка, його назва і пояснювальний підпис розміщуються послідовно під ним. Якщо в курсовому проєкті один рисунок, то його нумерують за загальними правилами.

4.4. Таблиці

У таблицях наводяться цифрові дані. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею і друкують симетрично до тексту. Назва і слово «Таблиця» починаються з великої літери. Слово «Таблиця» друкують праворуч, над правим верхнім кутом заголовка таблиці один раз, на інших сторінках пишуть «Продовження табл....». Назви не підкреслюють.

Заголовки колонок повинні починатися з великих літер, підзаголовки – з малих, якщо вони становлять одне речення із заголовком, і з великих, якщо вони самостійні. Висота рядків – не менше 8 мм. Колонку з порядковими номерами рядків до таблиці не включають.

Таблицю розміщують після першого згадування у тексті так, щоб її можна було читати без повороту опалітуреного блока роботи або з поворотом за годинниковою стрілкою. Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на іншу сторінку.

В такому разі зазначають: продовження табл. Таблицю з великою кількістю колонок можна ділити на частини і розміщувати одну частину під іншою в межах однієї сторінки. Якщо цифрові або інші дані в будь-якому рядку таблиці не наводяться, то в ньому ставиться риска (–). На всі таблиці повинні бути посилання в тексті, при цьому слово «таблиця» в тексті пишуть скорочено, наприклад: «... у табл. 1.2». У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації треба вказувати просто номер таблиці: «табл. 1.2». Наприклад:

Таблиця 1.1

Назва таблиці

5. ПОРЯДОК ЗАХИСТУ КУРСОВОГО ПРОЄКТУ, КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Захист курсового проєкту проводиться на засіданні комісії, яка складається, що найменше, з двох викладачів. Орієнтовна тривалість захисту однієї роботи – не більше 20 хвилин. Для доповіді, в якій розкривається зміст курсового проєкту, з використанням презентаційних матеріалів автору надається до 10 хвилин. Ще 10 хвилин надається для відповіді на запитання.

Порядок захисту курсового проєкту:

1. Представлення роботи: оголошення теми, прізвище, ім'я її автора.

2. Доповідь автора роботи: стисле оголошення її основних положень, результатів дослідження, висновків тощо. Виступ необхідно супроводжувати демонстрацією наочного матеріалу (рисунок, фотографії, схеми, діаграми, графіки тощо), бажано зібраного в презентацію, створену за допомогою MS Power Point. У доповіді здобувач вищої освіти повинен висвітлити такі аспекти курсової роботи:

- актуальність та значущість теми;
- об'єкт, предмет, мету, завдання курсового проєкту;
- основні положення курсового проєкту;
- висновки та пропозиції.

3. Запитання автору курсового проєкту з боку членів комісії та осіб, які присутні на захисті. Відповіді на запитання та зауваження, що містяться у рецензії, наданій керівником курсового проєкту.

4. Оцінка курсового проєкту здійснюється з урахуванням змісту її пояснювальної записки, рівня художнього рішення графічного дизайну, ступеню креативності ідей, самостійності виконання, якості оформлення та успішності захисту. Критеріями оцінки є теоретичне опрацювання проблеми, новизна, креативність, творче художнє втілення ідеї, переконливість висновків, практична значимість роботи, вміння вести публічну дискусію, аргументовано захищати свою концепцію та висновки. Остаточна оцінка оголошується у присутності здобувачів вищої освіти і фіксується у відомості. У разі отримання незадовільної оцінки здобувач вищої освіти має право повторного захисту після виправлення вказаних недоліків.

Відмінно (90-100 балів)	A	роботу виконано на високому рівні: проведено глибокі теоретичні дослідження з поставленої проблеми, їх результат викладено змістовно, переконливо; використано достатньо широке коло профільних джерел; показано значення проблеми на сучасному етапі розвитку графічного дизайну; дизайнерський проєкт виконано творчо, інноваційно, на високому технічному рівні; наведено аргументовані висновки; роботу виконано згідно вимог до оформлення курсових проєктів; у процесі захисту надано переконливі відповіді на поставлені запитання.
Добре (74-89 балів)	B-C	роботу виконано на достатньому рівні: окремі питання викладено дещо поверхово, або в них є дрібні неточності; деякі положення не мають достатнього обґрунтування; рівень виконання графічної частини свідчить про деякі прогалини в художній підготовці або бракує креативного підходу в генеруванні ідей; в оформленні роботи допущено незначні неточності; при відповіді на окремі питання на захисті курсового проєкту здобувач вищої освіти проявляє невпевненість
Задовільно (60-73 бали)	D-E	роботу виконано посередньо, на репродуктивному рівні без поглиблення в тему; деякі розділи роботи виконано поверхово; у висвітленні певних питань є неправильні визначення і висновки; рівень художнього виконання дизайнерського проєкту в цілому прийнятний, але бракує оригінальності творчого рішення концепції проєкту, ідейне втілення дуже банальне, розповсюджене; наявні деякі технічні помилки в проєктному дизайні (незначні порушення пропорцій, пластики, законів гармонізації, композиції, стилістики тощо); в оформленні роботи допущено неточності; при захисті положень роботи здобувач демонструє поверхове знання проблеми, не відповідає на більшу частину запитань і утруднюється з аргументацією своєї позиції.
Незадовільно (0-59 балів)	F-X	робота опрацьована поверхнево, містить грубі теоретичні помилки або/та багато прогалин в аргументації основних положень теми; наявне механічне викладення матеріалу; рівень виконання дизайнерського проєкту не відповідає належному рівню підготовки (наявні помилки в стилістиці, пластичному рішенні, композиції тощо); дизайнерські рішення запозичені; бракує охайності виконання; роботу виконано з порушенням правил оформлення курсових робіт; здобувач не відповідає на поставлені запитання при захисті роботи і демонструє нерозуміння сутності досліджуваної проблеми

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Н. В. Чупріна. Сучасні технології дизайн-діяльності: навч. посіб. /Н. В. Чупріна Т. В. Струмінська.–К. :КНУТД, 2017. – 416 с. ISBN 978-966-7972-94-3
2. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях[текст]: навч. посіб.: /За ред. М. Барановської, Ю. Козака, С. Смичека, – К.: Центр учбової літератури, 2013. — 302 с.
3. Незвещук-Когут Т.С. Дизайн: навч. посіб./ Т.С. Незвещук-Когут. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 340 с.
4. Основи рекламної діяльності. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М, Навчальний посібник. - Дрогобич: Посвіт, 2007. – 108 с.
5. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент: Навч. посібник. — 2-ге вид., доп. — К.: КНЕУ, 2003. – 440 с.
6. Бович-Углер Л. Ю. Проектна графіка: навчальний посібник [для студентів вищих навчальних закладів]– Косів: КІПДМ ЛНАМ, 2017.-96 с.
7. Даниленко В.Я. Дизайн [Підручник] / В.Я. Даниленко; Харків. держ. акад. дизайн. Та мистец. – Харків : ХДАДМ, 2003. – 320 с.
8. Вдовченко В.В. Художнє проектування: навчальний посібник. Київ: КОНВІ ПРІНТ, 2021. – 141 с.
9. Даниленко, В.Я. Основи дизайну [Текст]: навч. посібник/ В.Я.Даниленко; Ін-т змісту і методів навчання, Харківський художньо-промисловий ін-т.-К.: ІЗМН, 1996.-92с.-ISBN 5-7763-9240-3.
10. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну: підручник [для студентів вищих навчальних закладів] М. Я. Куленко – К.: Кондор, 2006. – 492с. Сьомка С. В. Основи дизайну архітектурного середовища : підручник. Київ : Видав-ництво Ліра-К, 2020. 480 с. ISBN 978-617-7844-04-3
11. Куленко М.Я. Основи графічного дизайну: Підручник. К.: Кондор, 2006. 492 с.
12. Безклубенко С. Д. Мистецтво: терміни та поняття: енцикл. вид.: у 2 т.: А–Л; М–Я. Київ, 2008–2010. 494 с.
13. Гладун О. Глобалізаційний і національний вектори розвитку графічного

дизайну України. Українське мистецтвознавство : матеріали, дослідження, рецензії : зб. наук. пр. Київ : ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України, 2007. Вип. 7. С. 45–49.

14. Гладун О. До проблеми візуальної мови графічного дизайну України. Вісник Харківської державної академії дизайну та мистецтва. 2009. № 5. С. 42–46.

15. Даниленко В. Майбутнє європейського дизайну: Чехія, Польща, Україна. Харків : Колорит, 2007. 197 с.

16. Даниленко В. Я. Дизайн. Харків : ХДАДМ, 2003. 320 с.

17. ДСТУ 3899-99. Дизайн і ергономіка. Терміни та визначення. Видання офіційне. Київ : Держстандарт України, 1999. 33 с.

18. Дубневич М. Кваліметричний аналіз поліграфічного оформлення книжкових видань для дітей. Поліграфія і видавнича справа. 2016. № 2 (72). С. 154–161.

19. Історія українського мистецтва : у 5 т. / НАН України ; ІМФЕ ім. М. Т. Рильського ; гол. ред. Г. Скрипник; наук. ред. Т. Кара-Васильєва. Київ, 2007. Т. 5. С. 510–578.

20. Ламонова О. Київська книжкова графіка кінця 50-х – початку 70-х років XX століття. Тенденції розвитку, стилістика, майстри : автореф. дисертації ... канд. мистецтвозн.: 17.00.05. Київ, 2006. 18 с.

21. Мельник О. Комп'ютерна графіка у сучасній книжковій ілюстрації: проблеми техніки та стилю. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Мистецтвознавство. 2015. № 1. С. 157–161.

22. Олійник В. Основні тенденції розвитку книжкової графіки в Україні (80–90-ті рр. XX ст.). Мистецтвознавчі записки : зб. наук. пр. Київ : НАККиМ, 2012. Вип. 22. С. 225–231.

23. Олійник В. Принципи використання етностилістичних художніх засобів в українській книжковій графіці. Мистецтвознавчі записки : зб. наук. пр. Київ : НАККиМ, 2016. Вип. 30. С. 193–202.

24. Рижова І. Методи, принципи, підходи до аналізу дизайнерської культури як умови гармонізації відносин людини, природи, суспільства. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип. 66. С. 192–205.

25. Сафонова Т. В. Багатогранність мистецтва екслібриса. Молодий вчений. 2016. № 4. С. 678–681.

26. Сбітнєва Н. Ф. Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності. Вісник ХДАДМ. 2015. № 4. С. 60–66.
27. Хмельовський О. М. Графічний дизайн. Луцьк : Терен, 2008. 160 с.
28. Яремчук О. Художні засади синтезу проектних і виробничих процесів дизайну акциденції. Українська академія мистецтв. Дослідницькі та науково-методичні праці. 2006. №13. С. 237–246.
29. Ілюстрація. Цифрове мистецтво. Сучасна реклама та фірмовий стиль: напрямки, стилі, тренди. URL: http://urokinform123.blogspot.com/p/blogpage_76.html
30. Фотошоп. Фотообробка. Інструменти ретуші // Andrey Ko. – 2013. URL: <http://profoto.lviv.ua/ua/foto-obrobka/ps-vosstan-kist.php>
31. Що таке графіка? URL: <https://sites.google.com/site/chemistry10bch/so-takegrafika>
32. Що таке інфографіка? Приклади, шаблони та поради з дизайнування інфографіки. URL: <https://ua.venngage.com/blog/what-is-an-infographic/>
33. Яблука. URL: <https://infoindustria.com.ua>
34. Чуприна Н. В. Принципи проведення предпроектного аналізу в індустрії моди / Н. В. Чуприна // SCIENTIFIC ACHIEVEMENTS 2015. – Vienna, 2015. – Vol. 1. – С. 149–150.
35. Єременко І. І. Джерело натхнення в дизайні одягу: аспекти вивчення і використання в творчому процесі [Електронний ресурс] / І. І. Єременко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура. – 2007. – № 9. – С. 41–48. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2007_9_5.
36. Створення покадрової анімації // ADOBE CREATIVE CLOUD. URL: <https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/using/creating-frame-animations.html>.
37. Тигр. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/img/cmn/2015/08/27/008.jpg>
38. Тюльпан. URL: <https://www.pristatomegeles.lt/parduotuve/page/2/>
39. Посібник користувача Photoshop.Шари // ADOBE. – 2017. URL: https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/using/maskinglayers.html#adjust_mask_opacity
40. Растровий графічний редактор // Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Растровий_графічний_редактор

41. Методи реклами // ADOBE CREATIVE CLOUD. URL:
https://vlasnifinansy.info/psychology_reklama_metody.html
42. Основні відомості про шари // ADOBE PHOTOSHOP.
URL:[ttps://helpx.adobe.com/ua/pho-toshop/using/layer-basics.html](https://helpx.adobe.com/ua/pho-toshop/using/layer-basics.html)
43. Portalebambini. URL:
<https://portalebambini.blogspot.com/2019/05/pipistrelliimmagini-per-bambini.html>
44. Behance. URL: <https://www.behance.net/gallery/37957325/Infogra-fake>
45. Oliynyk V. Book Design in Ukraine in the Late 20th Century. Eureka: Social and Humanities. Tallinn, 2017. Vol. 6. P. 52–58.
46. Photoshop Tutorial How to creative Clock Animation in Photoshop cc //Karan Buha. – 2017. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=1M2EtI2L_w

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Зразок титульного аркушу

СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Факультет інженерії

Кафедра дизайну та індустрії моди

КУРСОВИЙ ПРОЄКТ З ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДИЗАЙНЕРА

Спеціальності:	022 ДИЗАЙН
Освітня програма:	Графічний дизайн та фешн індустрія
Рівень підготовки	Другий (магістерський)
Виконав здобувач ВО	Ім'я ПРІЗВИЩЕ
Групи	ГрД-24дм
Перевірів	Ім'я ПРІЗВИЩЕ
Дата захисту	дд.мм.рр
Оцінка	

Київ, 2025

ДОДАТОК Б

Рекомендовані теми курсового проєкту з проєктної діяльності графічного дизайнера

1. Розробка фірмового стилю для стартапу: логотип, айдентика, брендбук, рекламні матеріали.
2. Створення дизайну упаковки для нового продукту: аналіз ринку, концепція, візуальна комунікація, матеріали.
3. Проєктування багатосторінкового видання (журнал, книга, каталог): верстка, типографіка, макетування, підготовка до друку.
4. Дизайн рекламної кампанії для бренду: банери, постери, digital-реклама, соцмережі.
5. Розробка UX/UI-дизайну мобільного додатку або вебсайту: прототипування, wireframes, адаптивний дизайн.
6. Створення анімаційного ролика або моушн-дизайн проєкту: розкадровка, монтаж, спецефекти, динамічний контент.
7. Дизайн інтерактивної презентації або digital-публікації: адаптація для веб, мультимедійний контент.
8. Проєктування графічної айдентики для події або фестивалю: постери, квитки, мерчандайзинг, соціальні мережі.
9. Розробка 3D-графіки для реклами або продуктового дизайну: моделювання, текстурування, рендеринг.
10. Дизайн концепції для метавсесвіту або AR/VR-проєкту: інтерактивні середовища, доповнена реальність, віртуальні об'єкти.

ДОДАТОК В

Приклад оформлення висновків до розділів курсового проєкту

1. У результаті розробки творчої концепції для графічного проєкту було успішно визначено основні візуальні елементи та стиль, який відповідає цільовій аудиторії.
2. Вибір концептуальних джерел, таких як стиль мінімалізм і натхнення від сучасної графіки, допоміг створити лаконічний і водночас ефективний дизайн.
3. Застосування сучасних типографічних рішень та вдала кольорова палітра дозволяють досягти бажаного емоційного ефекту, зберігаючи функціональність і простоту сприйняття.
4. Подальший розвиток концепції передбачає адаптацію елементів для різних форматів та носіїв, що дозволить розширити межі застосування проєкту.

ДОДАТОК Г

Приклад формулювання загальних висновків

1. В результаті виконання курсового проєкту було проведено аналіз сучасних тенденцій у графічному дизайні та розроблено [назва проєкту]. У ході роботи здійснено дослідження аналогів, сформовано творчу концепцію, створено ескізи та фінальні макети.
2. Основною метою проєкту було [вказати мету], що успішно реалізовано завдяки [перелік ключових рішень].
3. У ході виконання роботи виникли певні труднощі, зокрема [коротко про проблеми], які були вирішені шляхом [способи вирішення].
4. Проєкт може бути вдосконалений шляхом [можливі покращення]. Подальший розвиток включає [перспективи роботи над проєктом].
5. Виконана робота дозволила набути практичних навичок у [перелік навичок] та розширити знання у сфері графічного дизайну.

Навчальне видання

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання курсового проєкту

КУРСОВИЙ ПРОЄКТ З ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДИЗАЙНЕРА

(для здобувачів вищої освіти спеціальності 022 «Дизайн»)

Укладач: Ріпка Г.А.