



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «ДИЗАЙН В МАРКЕТИНГУ»

Компонент освітньої програми - вибірковий (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	D5 Маркетинг
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Павлюк Марія Іванівна, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
Контактний тел.	+38050 906 3224
E-mail:	m.pavliuk@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua
Консультації	вівторок, з 14:00 до 16:00

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Характеристика навчальної дисципліни (спрямованість, роль навчальної дисципліни, її місце в структурі професійної підготовки майбутніх фахівців).

Спрямованість дисципліни. Навчальна дисципліна «Дизайн в маркетингу» спрямована на формування в здобувачів вищої освіти цілісного розуміння ролі дизайну та візуальної комунікації в маркетинговій діяльності. Освітній компонент розкриває основи графічного дизайну, композиції, кольору й типографіки, принципи побудови візуальної айдентики бренду та логіку дизайн-мислення як інструмента розв'язання маркетингових задач. Дисципліна вчить сприймати дизайн не як оздоблення, а як функціональний елемент комунікації, що прямо впливає на впізнаваність бренду, довіру аудиторії та ефективність маркетингових повідомлень.

Роль навчальної дисципліни. Дисципліна виконує інструментально-практичну роль: вона формує в майбутніх маркетологів здатність оцінювати якість візуальних рішень, працювати з візуальним контентом у різних каналах, грамотно ставити завдання дизайнерам (бриф, технічне завдання) та обґрунтовувати дизайн-рішення з погляду маркетингових цілей.

Місце дисципліни в структурі професійної підготовки. Дисципліна є вибірковим компонентом освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Вона закладає візуально-комунікаційне підґрунтя для подальшого вивчення фахових дисциплін - брендингу, маркетингових комунікацій, реклами та цифрового маркетингу -

і сприяє формуванню в здобувачів навичок крос-функціональної співпраці з дизайнерами та іншими фахівцями творчих напрямів.

Метою навчальної дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти знань про принципи дизайну та візуальної комунікації в маркетингу, розуміння основ композиції, кольору, типографіки та побудови бренд-айдентики, засвоєння логіки дизайн-процесу й дизайн-мислення, а також формування практичних навичок створення й оцінювання простого візуального контенту, підготовки брифу для дизайнера, обґрунтування та захисту дизайн-рішень відповідно до маркетингових цілей і роботи в команді над візуальними проєктами.

Максимальна кількість студентів, які можуть записати на курс – 15 осіб.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Змістовий модуль 1. ОСНОВИ ДИЗАЙНУ ТА ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В МАРКЕТИНГУ
Тема 1. Дизайн у системі маркетингу: роль, функції та види дизайну
Тема 2. Візуальна комунікація та сприйняття: як працює візуальне повідомлення
Тема 3. Основи композиції та візуальної ієрархії
Тема 4. Колір у маркетингу
Тема 5. Типографіка та робота зі шрифтами
Тема 6. Основи графічного дизайну: макет, модульні сітки, формати та носії
Змістовий модуль 2. ДИЗАЙН БРЕНДУ ТА ПРАКТИКА ВЗАЄМОДІЇ
Тема 7. Бренд-айдентика: логотип, фірмовий стиль, гайдлайни (brandbook)
Тема 8. Дизайн-мислення (design thinking) у розв'язанні маркетингових задач
Тема 9. Дизайн у цифрових каналах: соцмережі, веб-сайт, реклама, упаковка
Тема 10. Взаємодія маркетолога з дизайнером: бриф, технічне завдання, оцінювання й обґрунтування дизайн-рішень

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

Форми навчання: лекції; практичні заняття; консультації для поглиблення теоретичних знань; самостійна робота для виконання індивідуальних завдань; індивідуальні та командні проєктні завдання (мудборди, візуальні концепції, макети); участь у майстер-класах і воркшопах від запрошених практиків (стейкхолдерів); аналіз та розбір реальних дизайн-кейсів; інші види індивідуальних і групових завдань.

Методи навчання: словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація); кейс-метод (розбір візуальних кейсів брендів, індивідуальний або командний); методи візуалізації (мудборди, інфографіка, приклади робіт) для представлення матеріалу та результатів завдань; практичні методи (створення простих макетів, добір кольору й шрифтів, підготовка брифу); робота з навчально-методичною, фаховою літературою та онлайн-ресурсами;

порівняльний аналіз вітчизняних і міжнародних дизайн-практик та їх адаптація до локального контексту.

Освітні технології навчання: інтерактивні технології навчання (мозковий штурм, розбір ситуацій, групова критика робіт); робота з базовими онлайн-інструментами дизайну (напр. Canva, Figma) для виконання навчальних завдань; неформальна освіта (участь в онлайн-курсах, вебінарах, самостійне вивчення актуальних дизайн-трендів); використання системи електронного навчання Moodle для розміщення матеріалів, виконання й перевірки завдань і забезпечення зворотного зв'язку.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль:

- презентація результатів самостійних і практичних завдань;
- оцінювання результатів аналізу дизайн-кейсів, включаючи обґрунтування візуальних рішень;
- оцінка практичних робіт (мудбордів, макетів, простих візуальних матеріалів, брифів для дизайнера);
- оцінювання командних проєктів (візуальна концепція / елементи айдентики);
- оцінка письмових робіт (аналітичних оглядів, есе);
- зарахування результатів неформальної освіти — сертифікатів онлайн-курсів, участі у вебінарах чи інших формах навчання, пов'язаних із дизайном і візуальними комунікаціями.

Підсумковий контроль – залік.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

- «Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-ta-etyky-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yurii-fedkovycha/>
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia->

pro-vyivlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriia-fedkovycha/

- «Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polityka-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-v-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriia-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzhenymy-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yuriia-fedkovycha/>

Використання здобувачами освіти інструментів штучного інтелекту (ШІ) під час виконання навчальних завдань:

- допускається за умови дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);
- не допускається використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;
- додаткові обмеження чи вимоги щодо використання ШІ можуть визначатися викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей дисципліни.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Adobe Color (<https://color.adobe.com/>) - онлайн-інструмент для побудови й аналізу кольорових палітр.
2. Awwwards (<https://www.awwwards.com/>) - премія та база найкращих прикладів вебдизайну.
3. Behance (<https://www.behance.net/>) - міжнародна платформа портфоліо та дизайн-проектів.
4. Canva Design School (<https://www.canva.com/learn/>) - навчальні матеріали з основ дизайну та візуального контенту.
5. Cases.media (<https://cases.media/>) - кейси українських та міжнародних дизайн- і маркетингових проектів.
6. Google Fonts (<https://fonts.google.com/>) - бібліотека шрифтів і матеріали з типографіки.
7. Logo Design Love (<https://www.logodesignlove.com/>) - ресурс про логотипи та бренд-айдентіку.
8. MMR (Marketing Media Review) (<https://mmr.ua/>) - українське онлайн-видання про маркетинг, рекламу та креатив.
9. Smashing Magazine (<https://www.smashingmagazine.com/>) - авторитетне видання про дизайн, UX і типографіку.
10. Telegraf.Design (<https://telegraf.design/>) - українське медіа про дизайн, айдентіку та візуальну культуру.

Покликання на робочу програму освітнього компонента

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1PP8nsVIBUsOxZa3iAZ5Y15NaV_4RgTeg