



**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА
ТЕХНОЛОГІЙ
ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПРАВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ І ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**




**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ФІРМОВИЙ СТИЛЬ**

Затверджено:

Протокол засідання кафедри дизайну
№ 5 від 20 лютого 2025 р.

Завідувач кафедри дизайну

Є.А. Антонович

Викладач	ПЕТРУШЕВСЬКИЙ Андрій Олександрович Кандидат технічних наук, доцент	
E-mail	zmodeller@gmail.com	
Факультет, кафедра	Факультет Управління і технологій, Кафедра дизайну м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 500 телефон: +38044 591-51-08	
Консультації	м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 500 або за Zoom посиланням	
Офіційна назва освітньої програми	Облік і оподаткування	
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)	
Галузь знань, спеціальність	07 «Управління та адміністрування» 071«Облік і оподаткування»	
Статус дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Цикл дисциплін загальної підготовки, вибіркова	
Курс / Семестр викладання	2/4	
Обсяг дисципліни	4 кредити ECTS / 120 загальна кількість годин	
Види та кількість аудиторних занять, денна/ заочна	Лекції – 24 годин / 8 годин Практичні заняття – 20 годин / 4 години	
Форма контролю	Залік	
Локація та матеріально- технічне забезпечення	Аудиторія згідно з розкладом. Мультимедійний проектор, мережа Internet.	
Мова викладання	Англійська	
Мета вивчення	Мета курсу – навчити студентів професійно та ефективно створювати та	

дисципліни	реалізовувати фірмовий стиль для певної компанії чи бренду. Освоєння методів впровадження фірмового стилю в різноманітні аспекти бізнесу, такі як маркетингові матеріали, веб-сайти, упаковка продуктів та інше; усвідомлення основних принципів та засобів створення тривимірного зображення.
Загальні компетентності	ЗК 01. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями ЗК 02. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ЗК 03. Здатність працювати в команді ЗК 04. Здатність працювати автономно ЗК 05. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності ЗК 12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо ЗК 13. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні
Спеціальні (фахові) компетентності	-
Програмні результати навчання	ПР 13. Володіти загальнонауковими та спеціальними методами дослідження соціально-економічних явищ і господарських процесів на підприємстві; ПР 15. Вміти працювати як самостійно, так і в команді, проявляти лідерські якості та відповідальність у роботі, дотримуватися етичних принципів, поважати індивідуальне та культурне різноманіття; ПР 17. Дотримуватися здорового способу життя, безпеки життєдіяльності співробітників та здійснювати заходи щодо збереження навколишнього середовища.

ЧИМ ЦІКАВИЙ КУРС:

Курс дає можливість розширити світогляд та професійні компетенції, поглибивши знання які можуть бути корисними для тих, хто планує працювати в галузі маркетингу, дизайну або бренд-менеджменту, отримавши сучасну і цікаву інформацію та приклади практичного застосування про:

- роль і значення фірмового стилю в сучасних економічних умовах;
- практичні навички в створенні фірмового стилю для різних типів бізнесів;
- комунікаційні стратегії брендів, включаючи рекламу, паблік рілейшнз, маркетингові кампанії та взаємодію зі споживачами через соціальні медіа.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ

Змістовий модуль 1

Тема 1. Вступ до фірмового стилю

Поняття та сутність фірмового стилю. Функції та завдання фірмового стилю. Історія розвитку фірмового стилю. Елементи фірмового стилю (логотип, фірмовий знак, слоган, кольорова гама, шрифти тощо). Приклади успішних фірмових стилів. Роль фірмового стилю у формуванні іміджу та позиціонуванні бренду. Історія фірмового стилю та його еволюція. Приклади вдалих та невдалих фірмових стилів.

Ключові слова: історія фірмового стилю, елементи фірмового стилю, логотип, слоган, кольорова гама, позиціонуванні бренду.

Topic 1. Introduction to corporate style

Concept and essence of corporate style. Functions and tasks of corporate style. The history of corporate style development. Corporate style elements (logo, trademark, slogan, color scheme, fonts, etc.). Examples of successful corporate styles. The role of corporate style in image formation and brand positioning. The history of corporate style and its evolution. Examples of successful and unsuccessful corporate styles.

Keywords: history of corporate style, elements of corporate style, logo, slogan, color scheme, brand positioning.

Тема 2. Брендинг та фірмовий стиль

Взаємозв'язок брендингу та фірмового стилю. Розробка бренд-стратегії. Позиціонування бренду. Візуальна комунікація бренду. Архітектура бренду. Розробка фірмового знаку (логотипу). Принципи та етапи розробки логотипу. Семіотика у дизайні логотипів. Типографіка та її роль у створенні логотипу. колірна гама та її значення для логотипу. Тенденції та тренди у дизайні логотипів.

Ключові слова: взаємозв'язок брендингу, бренд-стратегія, позиціонування бренду, візуальна комунікація, фірмовий знак, семіотика, колірна гама, дизайн логотипів.

Topic 2. Branding and corporate style

Interrelationship of branding and corporate style. Development of a brand strategy. Brand positioning. Visual brand communication. Brand architecture. Development of a brand (logo). Principles and stages of logo development. Semiotics in logo design. Typography and its role in creating a logo. color scheme and its meaning for the logo. Trends and trends in logo design.

Keywords: branding relationship, brand strategy, brand positioning, visual communication, trademark, semiotics, color scheme, logo design.

Тема 3. Розробка фірмового стилю

Етапи розробки фірмового стилю. Аналітичний етап. Дослідження конкурентів. Цільова аудиторія. Розробка концепції фірмового стилю. Візуальна ідентифікація бренду. Втілення фірмового стилю в рекламних та маркетингових цілях. Структура та зміст брендбуку. Керівництво з використання фірмового стилю. Стандарти та правила застосування фірмового стилю. Адаптація фірмового стилю для різних носіїв та каналів комунікації.

Ключові слова: аналітичний етап, цільова аудиторія, концепція фірмового стилю, візуальна ідентифікація.

Topic 3. Development of corporate style

Stages of corporate style development. Analytical stage. Competitor research. Target audience. Development of the corporate style concept. Visual brand identification. Implementation of corporate style for advertising and marketing purposes. Structure and content of the brand book. Guide to the use of corporate style. Standards and rules of corporate style application. Adaptation of corporate style for different media and communication channels.

Keywords: analytical stage, target audience, corporate style concept, visual identification.

Тема 4. Композиція та дизайн елементів фірмового стилю

Закони композиції. Ритм, контраст, динаміка, статика. Кольорознавство. Психологія кольору. Типографія. Вибір шрифтів. Фірмовий знак: дизайн та функції.

Ключові слова: закони композиції, ритм, динаміка, кольорознавство, психологія кольору, дизайн та функції.

Topic 4. Composition and design of corporate style elements

Laws of composition. Rhythm, contrast, dynamics, statics. Color science. Color psychology. Typography. Selection of fonts. Trademark: design and function.

Keywords: composition laws, rhythm, dynamics, color science, color psychology, design and functions.

Тема 5. Фірмовий стиль у друкованій рекламі

Застосування фірмового стилю в рекламних макетах. Розробка рекламних брошур, буклетів, каталогів. Фірмовий стиль в упаковці. Психологія кольору та її значення для брендингу. Принципи підбору кольорової палітри. Колірні моделі та їх застосування. Кольорові тренди та їх вплив на фірмовий стиль.

Ключові слова: кольорова палітра, колірні моделі, кольорові тренди, психологія кольору, рекламні макети.

Topic 5. Corporate style in print advertising

Application of corporate style in advertising layouts. Development of advertising brochures, booklets, catalogs. Corporate style in packaging. The psychology of color and its significance for branding. Principles of color palette selection. Color models and their application. Color trends and their influence on corporate style.

Keywords: color palette, color models, color trends, color psychology, advertising layouts.

Тема 6. Фірмовий стиль в діджитал-середовищі

Розробка веб-сайту з урахуванням фірмового стилю. Фірмовий стиль в соціальних мережах. Анімація та інтерактивні елементи фірмового стилю. Єдність фірмового стилю в різних каналах комунікації.

Ключові слова: розробка веб-сайту, соціальні мережі, єдність фірмового стилю, канали комунікації.

Topic 6. Corporate style in the digital environment

Website development with corporate style in mind. Corporate style in social networks. Animation and interactive elements of corporate style. Unity of corporate style in different communication channels.

Keywords: website development, social networks, unity of corporate style, communication channels.

Тема 7. Еволюція фірмового стилю

Редизайн та оновлення фірмового стилю. Зміна цільової аудиторії. Зміна ринкових умов. Збереження впізнаваності бренду при оновленні фірмового стилю.

Ключові слова: редизайн та оновлення, цільова аудиторія, впізнаваність бренду, оновлення фірмового стилю.

Topic 7. Evolution of corporate style

Redesign and renewal of corporate style. Changing the target audience. Change in market conditions. Preservation of brand recognition while updating corporate style.

Key words: redesign and renewal, target audience, brand recognition, renewal of corporate style.

Тема 8. Управління фірмовим стилем та його імплементація

Огляд сучасних трендів у дизайні фірмового стилю. Дослідження та аналіз вдалих прикладів фірмових стилів. Процес впровадження фірмового стилю в організації. Контроль за дотриманням стандартів фірмового стилю. Оновлення та адаптація фірмового стилю. Кейси успішного управління фірмовим стилем.

Ключові слова: дослідження та аналіз, сучасні тренди, статті форм фінансової звітності, суб'єкти господарювання.

Topic 8. Corporate style management and its implementation

Overview of modern trends in corporate style design. Research and analysis of successful examples of corporate styles. The process of introducing a corporate style in the organization. Control over compliance with corporate style standards. Update and adaptation of corporate style. Cases of successful corporate style management.

Keywords: research and analysis, modern trends, articles of financial reporting forms, business entities.

Практичні заняття курсу передбачають виконання графічних, тестових, розрахункових та інших завдань, опитування та дискусії за темами, короткі виступи та презентації з тематики дисципліни.

Тематика практичних занять:

Тема №1. Функції та завдання фірмового стилю.

- Тема №2. Розробка бренд-стратегії.
 Тема №3. Розробка концепції фірмового стилю.
 Тема №4. Вибір шрифтів.
 Тема № 5. Розробка рекламних брошур.
 Тема №6. Розробка веб-сайту з урахуванням фірмового стилю.
 Тема №7. Редизайн та оновлення фірмового стилю.
 Тема №8. Оновлення та адаптація фірмового стилю.

Індивідуальні завдання
 Не передбачено.

ОЦІНЮВАННЯ

Форми поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль – 100 балів
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	
Підсумкові бали з навчальної дисципліни визначаються як сума балів, отриманих здобувачем протягом семестру та під час заліку.	

Відвідування лекцій:

За відвідування кожної лекції нараховується 1 бал. Максимальна сума становить 12 балів.

Практичні заняття:

Оцінюються за активністю здобувачів освіти на заняттях, їх відповідями, доповідями та ступенем залученості у дискусії (до 8 балів).

Максимальна сума становить 8 балів за кожне заняття, 80 балів - максимальна сума.

Самостійна робота

Написання та захист реферату (тематика погоджується із викладачем курсу) у вигляді доповіді та/або презентації оцінюються у 10 балів.

Підсумковий контроль - Залік

Здобувач отримує підсумкову оцінку за результатами поточного контролю шляхом накопичення балів. Максимальна кількість балів, яку може отримати здобувач, становить 100.

Якщо протягом семестру здобувачем за поточним контролем набрано більше 100 балів, то вони прирівнюються до 100.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни та пройшовши процедуру визнання згідно [Положення про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS			
Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно («зараховано»)	A	«Відмінно» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні в повному обсязі, відмінна робота без помилок або з однією незначною помилкою.
82-89	Добре («зараховано»)	B	«Дуже добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального, робота з двома – трьома незначними помилками
75-81		C	«Добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, практичні навички

			роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками, робота з декількома незначними помилками, або з однією – двома значними помилками
64-74	Задовільно («зараховано»)	D	«Задовільно» - теоретичний зміст курсу освоєний не повністю, але прогалини не носять істотного характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань, містять помилки, робота з трьома значними помилками
60-63		E	«Достатньо» - теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані, або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального, робота, що задовольняє мінімум критеріїв оцінки
35-59	Незадовільно («не зараховано»)	FX	«Умовно незадовільно» теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання, навчальних завдань не виконано, або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання), робота що потребує доробки
1-34		F	«Безумовно незадовільно» теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні практичні навички роботи не сформовані, всі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до значимого підвищення якості виконання навчальних завдань, робота, що потребує повної переробки

ІНФОРМАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Список рекомендованої літератури

Базова:

1. The Role of Visual Identity in Building Brand Equity" by David Aaker & Kevin Keller (2016) (Journal of Marketing) - Published by the American Marketing Association (AMA).
2. Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands by Alina Wheeler (2012), Published by Laurence King Publishing 272 p.
3. Simple and Memorable: The Design Secrets Behind the World's Most Remembered Brand by Martin Lindstrom (2010) - Published by John Wiley & Sons 320 p.
4. Strategic Design Management: A Holistic Approach to Leading Design Innovation" by Patrick Batey & Nigel Morgan (2014) - Published by John Wiley & Sons (Approx. 336 pages).
5. The Design of Business: Why Design Thinking Works by Roger Martin (2009) (Harvard Business Review Article) - Published by Harvard Business School Publishing.
6. Creating a Brand Identity: A Guide for Designers and Business Owners" by Alina Wheeler (2012) - Laurence King Publishing, 272 p.
7. МакКарті, Т. Фірмовий стиль: стратегія і техніка його застосування. Нью-Йорк: МакГроХілл, 2005. 312 с.
8. Сміт, Дж. Р. Фірмовий стиль у маркетингу: підходи та інструменти. Лондон: Пітман, 2018. 180 с.

Допоміжна

1. Каплан, Р. Створення фірмового стилю: практичні поради та приклади. Сан-Франциско: Джон Вайлі & Сіни, 2016. 200 с.

Додаткова інформація

Детальнішу інформацію щодо методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи та повного списку літератури наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.

ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ

Щодо академічної доброчесності

Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів ДУІТ:

[Кодекс академічної доброчесності Державного університету інфраструктури та технологій](#)
[Положення про систему забезпечення академічної доброчесності у Державному університеті та технологій](#)

[Положення про Комісію з академічної доброчесності у ДУІТ та Комісію з етики та управління конфліктами у сфері академічної доброчесності у ДУІТ](#)

Порушення [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#) є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним.

Списування під час контрольних заходів заборонені.

Усі письмові роботи, виконані в електронному вигляді (реферати), перевіряються на наявність плагіату згідно з [Положенням про порядок перевірки навчальних, кваліфікаційних, науково-методичних наукових та інших робіт на наявність ознак академічного плагіату у ДУІТ](#). У випадках виявлення порушення – реагування відповідно до [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#).

Щодо відвідування

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний графік) навчання може відбуватися в онлайн (або змішаній) формі за погодженням із деканом факультету.

Неформальна освіта

Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «[Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#)».