

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОМУНІКАТИВНИЙ ДИЗАЙН»



Ступінь освіти	бакалавр
Освітня програма	Для усіх спеціальностей
Тривалість викладання	5 семестр
Заняття:	
лекції:	2 година
практичні заняття:	2 години
Мова викладання	українська

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=1421>

Кафедра, що викладає Конструювання, технічної естетики і дизайну



Мацюк Ірина Миколаївна

Доцент, доцент кафедри конструювання, технічної естетики і дизайну, канд. техн. наук

Персональна сторінка

<https://okmm.nmu.org.ua/ua/matsyuk.php#.X2z1UPkza00>

E-mail: matsiuk.i.m@nmu.one



Тведохліб Олександр Михайлович

Старший викладач кафедри конструювання, технічної естетики і дизайну

Персональна сторінка

<https://okmm.nmu.org.ua/ua/tverdohleb.php>

E-mail: tverdokhlib.o.m@nmu.one

1. Анотація до курсу

Комунікативний дизайн – це дисципліна яка розвиває soft skills, а саме - комунікативну складову яка представлена засобами digital technology. В рамках дисципліни закладаються принципи формування візуального середовища розраховані для обраної цільової аудиторії. Під час вивчення дисципліни здобувачі

мають змогу практичного використання набутих навичок через створення візуального комунікативного середовища також і в соціальних мережах.

2. Мета та завдання курсу

Мета дисципліни – надання знань, умінь та навичок необхідних для пошуку та рішення проблем, генерування гіпотез щодо створення привабливого візуального об'єкту, розвиток та використання інноваційних підходів і творчого мислення під час виконання професійних обов'язків.

Завдання курсу:

- розробляти візуальні матеріали за допомогою яких можливо зрозуміло і недвозначно доносити власні знання, висновки та пояснення до фахівців і нефахівців;
- складати звітну документацію за результатами робіт з виконання професійних (науково-технічних) задач, підготовки доповідей та презентацій.

3. Результати навчання

Уміння створювати візуальні об'єкти різного призначення які використовуються різних носіях інформації, за допомогою цих об'єктів зрозуміло і недвозначно доносити власні знання, висновки та пояснення до фахівців і нефахівців. Складати звітну документацію за результатами робіт з виконання професійних (науково-технічних) задач, підготовки доповідей та презентацій.

4. Структура курсу

ЛЕКЦІЇ

Комунікативні процеси і засоби їх здійснення

Об'єкти-носії, їх класифікація

Історія комунікативних теорій

Глобальна комунікація

Переваги та складності.

Засоби масової комунікації

Листування, соціальні мережі, поліграфічна продукція

Брендінг

Основні види елементів фірмового стилю і вимоги до їх створення. Формування і заповнення брифу

Формати контенту

Типи візуальних складових

Правила подачі візуальної інформації

Композиція і компоновка документів

Інфографіка

Алфавіти і фірмові знаки в промисловій графіці

Кольорові моделі

Специфіка проектування кольорографічного тексту

Кольорові профілі графічних документів.

Цільова аудиторія. Особливості сприйняття кольору

Шрифтові алфавіти

Умови читання при виборі шрифту. Умова доречності шрифту

Умова акценту

Психологія сприйняття форми

Алфавіт зображень

Умови, доречності, акценти, необхідність використання зображень

Створення електронної презентації

Принципи оформлення слайдів електронної презентації, встановлення елементів керування та ефектів

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

Символіка об'єктів. Створення символів за тематикою

Кольорознавство. Прикладне призначення

Формоутворення. Прикладне призначення

Шрифтоутворення. Прикладне призначення

Робота з асоціативним рядом

Аналіз продукції візуальної продукції

Створення проекту української едентичності

Створення проекту що підтримує цілі сталого розвитку

Підготовка звіту і презентація виконаних робіт

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На лекційних заняттях мати з собою гаджети зі стільниковим інтернетом.

Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365.

6. Система оцінювання та вимоги

6.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
75...89	добре / Good
60...74	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати **підсумкову оцінку** з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Оцінювання з практичної роботи складається як середньозважена оцінка за кожну практичну роботу.

Теоретична частина оцінюється за результатами захисту роботи, що представляє собою – створення візуального матеріалу, публікація матеріалів в соціальних мережах, презентація.

Підсумкова оцінка складається як середньозважена за результатами теоретичної і практичної роботи.

6.3. Критерії оцінювання роботи – експертна оцінка

7. Політика курсу

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується положенням "Положення про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті "Дніпровська політехніка". http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/System_of_prevention_and_detection_of_plagiarism.pdf.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікативна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту або на дистанційну платформу НТУ «ДП».

7.3. Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4 Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його здобутих результатів навчання він може опротестувати виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.5. Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, академічна мобільність, які необхідно підтверджувати документами, форс-мажорні обставини. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту.

За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна мобільність) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням з керівником курсу.

8 Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Комунікативний дизайн [Електронний ресурс] : методичні вказівки до виконання практичної роботи з дисципліни «Комунікативний дизайн» для здобувачів

ступеня бакалавра спеціальності 132 Матеріалознавство / уклад.: І. М. Мацюк, І. В. Вернер, О. М. Твердохліб ; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро : НТУ «ДП», 2025 – 53 с.

2. Федоряченко, С., Зіборов, К., Луценко, І., Мацюк, І., & Сазанішвілі, З. (2025). Принципи промислового дизайну для забезпечення якості електроенергетичної продукції. Електротехнічні Системи, 108. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17746935>

3. Fedoriachenko, S., Ziborov, K., Tverdohlib, O., Sazanishvili, Z., & Matsiuk, I. (2025). Ai-ready mathematical approach for industrial products design and ergonomics evaluation. Збірник Наукових Праць НГУ, 86. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17746992>

4. Fedoriachenko, S., Ziborov, K., Tverdohlib, O., Sazanishvili, Z., Matsiuk, I., & Dovhal, D. (2025). Algorithmic approach to generative design with intelligent control for enhancing the ergonomic qualities of products. Збірник Наукових Праць НГУ, 87. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17747039>

5. Sazanishvili, Z., Matsyuk, I., & Кононенко, А. (2025). Роль дизайн-мислення в процесі ребрендингу для здобувачів вищої освіти інженерних спеціальностей. В Вісник ХНАДУ. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17748259>

6. Sazanishvili, Z., Matsiuk, I., Oleynikova, Y., Povaliaeva, V., & Rott, N. (2025). Інноваційна розробка та модернізація роботизованого пирососа на основі принципів дизайн-мислення. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17748959>

7. Попова Н. В. Основи реклами : навчальний посібник / Н. В. Попова. – Х. : Видавництво «ВДЕЛЕ», 2016. – 145 с.

8. Лосєва В. О. Розробка дизайн-проекту графічного оформлення навчального посібника «Графічний дизайн та реклама» : дипломний проект магістра : 022 Дизайн / В. О. Лосєва ; Хмельниц. нац. ун-т. – Хмельницький, 2021. – 104 с.

9. Вдовченко В.В. Художнє проектування : навчальний посібник [Електронне видання]. Київ: КОНВІ ПРІНТ, 2021. - 141 с.

10. Графічний дизайн: мистецтво шрифту : навчальний посібник / Куленко М. Я. ; за ред. проф.: Антоновича Є. А., Книга друга ; К. : Альтерпрес, 2018. – 155 с.

11. Прищенко С. В. Теорія та методологія дизайну : навч.метод. посібн. / С. В. Прищенко / За ред. проф. Є. А. Антоновича. – К. : Альтерпрес, 2010. – 208 с.

12. Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 384 с.

13. Колір як природна сутність: навчальний посібник / Романенко Н.Г. - Черкаси : ЧДТУ, 2022. - 200 с.

14. Петренко Д. В. Теорія візуальної культури: навчально-методичний посібник для студентів соціологічного факультету. – Х.: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2010. – 73 с.

15. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляції / Жан Бодріяр ; [пер. з фр. В. Ховхун]. – К: Основи, 2004 – 230 с.

16. Бодрі Ж.-Л. Ідеологічні ефекти базисного кінематографічного апарату / Жан Луї-Бодрі ; [пер. з фр.] // Кіно-Театр . – 2004. - №5. – С. 19 – 24.

Додаткові

17. Пискун Оксана Розробка дизайну поліграфічної рекламної інформаційної продукції для абітурієнтів / Пискун Оксана, Волочок Юлія, Носовець Наталія / Тенденції розвитку вищої освіти та педагогічної науки 2022 с. 87–92 Режим доступу: [Pyskun,+Volochock+and+Nosovets.pdf]

18. Зіборов К.А. Професія майбутнього: прагматичний підхід / К.А.Зіборов, Т.О. Письменкова, І.В.Вернер // Сборник научных трудов международной конференции «Современные инновационные технологии подготовки инженерных кадров для горной промышленности и транспорта 2018». – Д.: НГУ, 2018. – с. 399-405
19. Письменкова Т.О. Комунікативний дизайн як інструмент формування soft skills / Письменкова Т.О., Зіборов К.А. // Збірник наукових праць міжнародної конференції «Сучасні інноваційні технології підготовки інженерних кадрів для гірничої промисловості і транспорту 2019». – Д.: НГУ, 2020. – с. 395-401
20. Єжижанська Т. Візуальна комунікація. // Інформація, комунікація, суспільство : матеріали I Міжнародної наукової конференції ІКС-2012, 25–28 квітня 2012 року. Національний університет "Львівська політехніка". Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012.
21. Макаручук Л. Візуальна комунікація: ключові поняття та вектори аналізу. // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Випуск 44. С. 167-170.
22. Панєвіна Н. Колір як один з основних засобів художньої виразності на web-сайті. // Вісник ХДАДМ. 2014. № 4-5. С. 17-20 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.visnik.org/pdf/v2014-04-05-03-panevina.pdf>.
23. Психофізичний вплив кольору / Академія кольору [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.koloristika.in.ua/t_pvk.php.
24. http://nbuv.gov.ua/UJRN/ped_in_2014_2_16.

Інтернет ресурси

25. Adobe Color. (n.d.). Color wheel and color theory. <https://color.adobe.com/>
26. Interaction Design Foundation. (n.d.). Color psychology in UX design. <https://www.interaction-design.org/>
27. YouTube. (2019). How to make an effective presentation [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=oqHrNJ_vr6M
28. Adobe Color. Кольорові моделі та гармонія кольорів [<https://color.adobe.com/>]
29. Google Fonts. Бібліотека шрифтів для дизайну [<https://fonts.google.com/>]
30. HubSpot Blog. 29 інструментів для створення візуального контенту [<https://blog.hubspot.com/marketing/free-visual-content-tools-list>]
31. Lemarbet. Як створити інфографіку: поради та інструменти [<https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/10-sovetov-po-sozdaniyu-infografiki-ipodborka-instrumentov/>]
32. Interaction Design Foundation. Психологія кольору у дизайні [<https://www.interaction-design.org/>]
33. Microsoft Support. Поради для створення презентацій у PowerPoint [<https://support.microsoft.com/en-us/powerpoint>]
34. Wodo Digital. Типографіка та кольори у веб-дизайні [<https://wodo.digital/insights/typography-in-websites-font-color-guide/>]
35. Blue Sky Graphics. Візуальна комунікація та колір у графічному дизайні [<https://blueskygraphics.co.uk/>]

36. Upclues. Роль типографіки та кольору у брендингу [<https://upclues.com/the-role-of-typography-and-color-theory-in-effective-branding/>]