

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Концепції брендового проєктування

Статус дисципліни – вільного вибору здобувачів вищої освіти.

Викладачі кафедри мистецтва і дизайну костюма: Чупріна Н.В., д. мист., проф., Кротова Т.Ф., д. мист., проф.

Рекомендовано – перший (бакалаврський) рівень вищої освіти.

Необхідні передумови: базові знання з дизайн-проєктування.

1. Анотація:

Обсяг модуля: загальна кількість годин – 120; кількість кредитів ЄКТС – 4.

Мета дисципліни – оволодіння компетентностями щодо основ створення, концептуального спрямування і функціонування бренду на ринку (українському, світовому), формування здатності проєктування компанії з врахуванням маркетингових, рекламних, юридичних, економічних аспектів.

Результати навчання дисципліни:

знати: основні брендингові концепції відповідно до асортиментних та сегментних ринкових груп, ознаки та унікальні атрибути бренду, характеристики актуальних тенденцій моди, стилі одягу, базові позиції маркетингових, рекламних, правових, психологічних складових у створенні та функціонуванні бренду; основні етапи життєвого циклу бренду;

вміти: визначати цільову аудиторію та позиціонування бренду на ринку, аналізувати продукцію, способи виробництва, рекламну та маркетингову стратегію компаній на ринку, визначати провідні тенденції щодо формування позитивної репутації та довіри споживача; *здатен продемонструвати:* володіння професійною термінологією, розуміння бренду як системи цінностей торгівельної марки та позиції у свідомості споживача, знання у розмаїтті способів виробництва, просування товарів на ринку та їх реалізації в сучасних умовах; готовність до організації та виконання комплексу завдань щодо проєктування бренду; дослідження способів просування продукту на ринку;

володіти навичками: виконання системного аналізу діяльності компаній за позиціями: позиціонування, назва, місія, цільова аудиторія, історія діяльності компанії, конкуренція, продукція та специфіка виробництва, рекламно-маркетингова стратегія, способи реалізації продукції);

самостійно вирішувати: питання проєктування бренду у послідовності: концепція функціонування, позиціонування, система ідентифікації, стратегія виробництва, рекламно-маркетингова стратегія, форми взаємодії зі споживачем на календарний рік відповідно до сезонних особливостей.

Зміст дисципліни: **Тема 1. Бренд: ознаки та унікальні атрибути.** Бренд як система цінностей торгівельної марки та позиція у свідомості споживача. Унікальні атрибути бренду: назва, логотип, слоган, корпоративний стиль та інші візуальні елементи. Позиціонування на ринку. Цільова аудиторія бренду. **Тема 2. Брендингові концепції відповідно до асортиментних та сегментних ринкових груп.** Образ, імідж, репутація компанії, продукту або послуги на ринку, серед партнерів і конкурентів. Місія, стратегія компанії. Правові, маркетингові, економічні, рекламні, психологічні аспекти формування і функціонування бренду. Ціноутворення. Параметри визначення цільової аудиторії. **Тема 3. Життєвий цикл бренду.** Етапи розробки нового товару. Основні етапи життєвого циклу товарів: впровадження товару на ринок; зростання обсягу продаж; стадія зрілості; насичення ринку; спад обсягу продажів або безперервний розвиток. **Тема 4. Основи брендового проєктування.** Позиціонування компанії на ринку. Виробництво продукції. Підходи до створення назви, логотипу, слогану, фірмового стилю. Визначення цільової аудиторії. Обладнання і технології. **Тема 5. Засоби формування у споживача привабливого образу модної продукції.** Методи просування компанії на ринку. Рекламна компанія. Засоби масової інформації професійної галузі. Форми презентації компанії та її

продукції (послуг). **Тема 6. Реалізація продукції компанії.** Показники ефективних продаж. Марчендайзинг. Інструменти і технології маркетингу. Споживач модної продукції: форми взаємодії.

Форма підсумкового контролю: залік.

Засоби діагностики успішності навчання: індивідуальні завдання (презентації), питання для поточного та модульного контролю, тести для підсумкового контролю.

Мова навчання: українська.

2. Оцінювання:

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне оцінювання та самостійна робота						МК (тестовий)	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6		
10	10	15	15	15	15	20	100

Розподіл балів за видами робіт

Види робіт, що оцінюються в балах	T1	T2	T3	T4	T5	T6	Усього
Виконання і захист практичної роботи	5	5	10	10	10	10	50
Презентації	5	5	5	5	5	5	30
Модульний контроль					20		20
Всього з дисципліни							100

Критерії оцінювання практичних робіт

	Пояснення
9-10	Здобувачем вищої освіти представлено практичну роботу, що виконана своєчасно, в повному обсязі, на високому аналітичному рівні. Здобувач володіє матеріалом та термінологією з теми, виконує завдання стандартним або оригінальним способом, використовуючи обов'язкову та додаткову літературу, здійснює аналіз, наводить приклади і характеристики та робить висновки.
7-8	Здобувачем вищої освіти своєчасно представлено достатньо повне виконання практичної роботи на хорошому аналітичному рівні. Здобувач вільно викладає вивчений матеріал, використовуючи різноманітні джерела, здійснює аналіз, наводить приклади і характеристики та робить висновки, допускаючи при цьому окремі неістотні неточності на незначні помилки.
5-6	Здобувачем вищої освіти представлено неповну або незавершену практичну роботу, що виконана на достатньому аналітичному рівні із неточностями та помилками, без належного аналізу, характеристик та висновків.
1-4	Здобувачем вищої освіти представлено фрагментарне виконання практичної роботи, або завдання виконано з істотними неточностями та грубими помилками, без належного аналізу, характеристик та висновків.

Оцінювання підготовки та презентації інформації за темами дисципліни оцінюється за 5-бальною шкалою в межах кожної теми:

4 – 5 балів отримують здобувачі вищої освіти за підготовку презентації і доповіді в аудиторії, яка повністю висвітлює завдання за темою дисципліни на високому аналітичному рівні. Здобувач демонструє глибокі знання з теми дисципліни, супроводжує свою доповідь візуальними прикладами, характеристиками і порівняннями, які відповідає поставленим завданням і повністю розкривають тему практичного заняття. Презентацію оформлено охайно, слайди мають заголовки, а рисунки мають підписи з наведенням інформації про зображення.

1 – 3 бали отримують здобувачі вищої освіти за підготовку презентації і доповіді в аудиторії, які не повною мірою висвітлюють завдання за темою дисципліни. Здобувач має

поверхневі знання з теми, використовує їх не достатньо обґрунтовано, з обмеженою кількістю візуальних прикладів. Представлені презентація і доповідь не у повному обсязі розкривають інформацію щодо поставленого завдання; оформлення презентації виконано з недоліками. Усне повідомлення здобувача вищої освіти в аудиторії не розкриває практичне завдання.

Критерії оцінювання модульного контролю

Модульний контроль проводиться у тестовій формі. Здобувач вищої освіти дає відповідь на 20 запитань. Результати складання модульного контролю оцінюються за десятибальною шкалою автоматизовано відповідно до кількості правильно наданих відповідей. Кожне питання оцінюється в 0,5 балів.

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Оцінка за національною шкалою для екзамену, КП, КР/заліку	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно/зараховано	90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре/зараховано	82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
	74-81	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно/зараховано	64-73	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-63	E	Достатньо (виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно/не зараховано	35-59	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

3. Політика:

3.1 Обов'язкове дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

3.2. Допускається визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих у неформальній (інформальній) освіті.

3.3. Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів за кожен вид роботи, що оцінюються в балах, і всі види контролю.

3.4. Перенесення терміну здачі робіт:

- з поважних причин можливе без зниження максимального балу за роботи за умови завчасного повідомлення про причину затримки та строки перенесення здачі роботи викладача особисто або через старосту групи;
- без поважних причин зі зниженням максимального балу за роботи.

3.5. При виявленні плагіату робота підлягає переробці зі зниженням максимального балу.

3.6. Пропущені без поважних причин заняття підлягають відпрацюванню за індивідуальним графіком, погодженим з викладачем.

3.7. Допускається перезарахування робіт, виконаних під час академічної мобільності здобувача вищої освіти.

4. Література

1. Jian DeLeon. The Incomplete Vol. 2: Highsnobiety Guide to Creative Collaborations. Berlin: Gestalten. 2025. 280 p.
2. Fashionpedia: The Visual Dictionary of Fashion Design. London: Fashionary International Limited. 2016. 336 p.
3. Agnis T. The End of Fashion: The Mass Marketing of the Clothing Business Forever. New York: Harper Collins books. 2021. 581 p.
4. . Чупріна Н., Хоменко В., Григоревська О. Проєктні практики екодизайну в розробці одягу та текстильних виробів. *Актуальні проблеми гуманітарних наук*. 2024. №77. Т.3. С. 132-142
5. Скасків О., Чупріна Н. Мода як візуальна мова культурної ідентичності: вплив сакрального мистецтва. *Актуальні проблеми гуманітарних наук*. 2024. №78. Т.2. С. 116-123
6. Чупріна Н.В., Слітюк О.О., Васильєва О.С., Лаврусенко С.П. Художньо-комунікативні властивості сучасної ілюстрації в контексті історичного розвитку української графіки. *Теорія і практика дизайну*. 2024. Вип. 34. С. 479-487