

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ІНСТИТУТ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ, ДИЗАЙНУ
ТА ТРАНСПОРТУ
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОЄКТУВАННЯ
ТА ДИЗАЙНУ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання курсової роботи
«Айдентика міських об'єктів: дизайн та інтеграція у середовище»
з дисципліни «Графіка та анімація в середовищі»
для студентів 2 курсу
Інституту цифрових технологій, дизайну та транспорту
за освітньо-професійною програмою «Дизайн середовища»
для очної та заочної форм освіти

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність – В2 ДИЗАЙН
Спеціалізація – В2.03 ДИЗАЙН СЕРЕДОВИЩА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ІНСТИТУТ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ, ДИЗАЙНУ
ТА ТРАНСПОРТУ
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОЄКТУВАННЯ
ТА ДИЗАЙНУ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання курсової роботи
«Айдентика міських об'єктів: дизайн та інтеграція у середовище»
з дисципліни «Графіка та анімація в середовищі»
для студентів 2 курсу
Інституту цифрових технологій, дизайну та транспорту
за освітньо-професійною програмою «Дизайн середовища»
для очної та заочної форм освіти

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність – В2 ДИЗАЙН
Спеціалізація – В2.03 ДИЗАЙН СЕРЕДОВИЩА

Затверджено на засіданні
кафедри інформаційних технологій
проєктування та дизайну
Протокол № 1 від 27.08.2025 р.

Методичні вказівки до виконання курсової роботи «Айдентика міських об'єктів: дизайн та інтеграція у середовище» з дисципліни «Графіка та анімація в середовищі» для студентів першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю В2 Дизайн, спеціалізація В2.03 Дизайн середовища за освітньо-професійною програмою «Дизайн середовища» для очної та заочної форм навчання / Укл.: В.М. Тонконогий, А.В. Торопенко – Одеса : ОНПУ, 2025. – 13 с.

Укладачі:

Тонконогий В.М., докт. техн. наук, проф.
Торопенко А.В., канд. техн. наук, доц.

Методичні рекомендації спрямовані на набуття знань та практичних навичок у сфері графічного дизайну через виконання курсової роботи. Курсова робота присвячена розробці візуальної айдентики для об'єкта міського середовища, яка спрямована на формування унікального стилю та підвищення впізнаваності об'єкта. У дослідженні висвітлено принципи створення айдентики, її роль у покращенні функціональності та естетичної привабливості міського простору. Робота має практичне значення, оскільки запропонована айдентика може бути використана для реального об'єкта міського середовища, сприяючи його популяризації, зручності використання та формуванню естетично привабливого міського простору.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
КОРОТКІ ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ	6
ВАРІАНТИ ЗАВДАНЬ КУРСОВОЇ РОБОТИ	10
ЕТАПИ ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ	10
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ ЕТАПІВ	12
РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ	12
ЛІТЕРАТУРА	13

ВСТУП

При підготовці здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Дизайн» освітньо-професійної програми «Дизайн середовища» одним із видів навчальної та науково-дослідної роботи виступає курсова робота. Курсова робота з дисципліни «Графіка та анімація в середовищі» охоплює перелік основних завдань дизайн-діяльності, є дієвим засобом закріплення та узагальнення теоретичних знань, набутих студентом під час навчання, застосування їх для вирішення конкретних практичних завдань та при нарощуванні їх ключових компетенцій. Курсова робота допомагає студенту систематизувати отримані теоретичні знання з дисципліни «Графічний дизайн» і одночасно оволодіти навичками проведення наукових досліджень, демонструє здатність студента до формулювання наукової проблеми, самостійного осмислення цієї проблеми; сприяє спроможності творчо, об'єктивно дослідити проблему; демонструє вміння зібрати, проаналізувати та упорядкувати виявлені та відібрані матеріали, а також узагальнити та підсумувати результати дослідження, розробити комплексні проектно-графічні рішення, формулювати висновки та пропозиції щодо удосконалення предмета дослідження.

Мета курсової роботи – формування здатності розв'язувати складні спеціалізовані задачі в галузі дизайну, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов та передбачають застосування певних теорій та методів дизайну; вдосконалення володіння технологією художньо-творчої, проектної діяльності, розвиток умінь працювати в команді, креативності, сприйняття графічного дизайну як невід'ємного елемента інформаційно-просторового середовища, засобу візуальної комунікації; формування навичок використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій.

Завдання курсової роботи – поглибити теоретичні та практичні знання, отримані за час вивчення курсу «Графіка та анімація в середовищі», навички застосування сучасних засобів комп'ютерного проектування в роботі дизайнера, а також:

- розширити науково-теоретичний кругозір;
 - удосконалити навички самостійного вивчення та аналізу джерельної бази з обраної тематики;
 - набути навички самостійного аналізу візуального матеріалу з обраної тематики;
 - удосконалити техніки виконання проектних завдань із використанням композиційних і формотворчих засобів, а також виражальних можливостей графічних програм векторної і растрової графіки;
 - практично застосовувати методику наукового дослідження для впровадження інноваційних образів архітектури засобами комп'ютерних технологій;
 - розробити власні концепції презентації модних інновацій засобами комп'ютерних технологій;
 - оволодіти навичками оформлення текстової, зображувальної літератури;
 - набути навички прилюдного захисту власних творчих розробок.
- При виконанні проекту студент зобов'язаний:
- показати рівень самостійності проектного мислення в галузі графічного дизайну і ступінь адаптації до умов дизайнерської практики в реальних умовах нашого часу;
 - виявити творчі здатності, вміння критично аналізувати аналогічні рішення і існуючі прототипи для побудови цілісної авторської концепції проектно-графічного рішення;
 - продемонструвати оригінальність і професійний рівень пропонованих проектно-графічних і художньо-пластичних рішень запропонованої авторської концепції, елементи новизни в реалізації об'єктів;
 - продемонструвати володіння технічними можливостями і знання сучасних технологічних можливостей виробництва;
 - показати проектну й гуманітарну ерудицію, володіння методологією, виявити готовність до самостійної роботи.

Тема курсової роботи підбирається індивідуально студентом і узгоджується викладачем (керівником курсової роботи) у рамках тематики курсових робіт. Завдання курсової роботи: зробити оригінальну авторську розробку айдентики об'єкту міського середовища та яскравий візуальний образ даного графічного комплексу. Курсовий проєкт повинен сприяти найбільш повному розкриттю здібностей студента у презентації комплексу знань і навичок отриманих під час навчання. Тема курсового завдання показує здатність роботи студента зі складними об'єктами.

Студент повинен пропонувати й аргументувати тему курсової роботи. Аргументувати її актуальність у відповідності з особистими авторськими прихильностями. Остаточна тема і формулювання проєктного завдання формується викладачем по узгодженню зі студентом.

Тематика курсових робіт – айдентика міських об'єктів: дизайн та інтеграція у середовище.

КОРОТКІ ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ

Графіка та анімація в середовищі – це галузь професійної діяльності та навчальна дисципліна, яка займається створенням візуальних комунікацій для передачі повідомлень певним соціальним групам з конкретною метою. На відміну від мистецтва, яке орієнтоване на споглядання, графічний дизайн дотримується принципу «форма слідує за функцією».

Графічний дизайн середовища можна вважати міждисциплінарною галуззю, яка базується на аналізі проблем та цілей для прийняття рішень через використання креативності, інновацій та нестандартного мислення. Це дозволяє створювати ефективні візуальні комунікації. Цей напрямок також відомий як дизайн візуальної комунікації, візуальний або редакційний дизайн.

Айдентика – це система візуальних, графічних та комунікаційних елементів, які формують унікальний стиль і впізнаваність певного об'єкта або простору. У міському середовищі айдентика відіграє важливу роль у створенні гармонійного та функціонального простору, який задовольняє естетичні й практичні потреби мешканців і гостей міста.

Основна роль айдентики полягає у посиленні впізнаваності об'єкта, створенні його унікального образу та забезпеченні зв'язку між об'єктом і користувачами. Вона робить міський простір привабливішим, сприяє формуванню локальної ідентичності та культурного розвитку.

До елементів айдентики об'єктів міського середовища належать:

- логотип або символ об'єкта;
- кольорова палітра, що відображає стиль і атмосферу простору;
- типографіка, яка використовується на вивісках, інформаційних табличках чи рекламних матеріалах;
- графічні елементи та патерни, що створюють цілісність дизайну;
- інформаційні системи (знаки, навігація).

У процесі створення айдентики необхідно враховувати гармонію з навколишнім середовищем, адаптацію до архітектурного стилю та історичного контексту. Дизайн повинен бути функціональним і зручним для сприйняття, естетично привабливим, універсальним для використання у різних форматах і матеріалах. Також важливо забезпечити стійкість візуальних елементів в умовах зовнішнього середовища.

Об'єкти міського середовища, які найчастіше мають свою айдентіку, включають малі архітектурні форми (лави, павільйони, зупинки), інформаційні об'єкти (вказівники, мапи), громадські простори (площі, парки) і культурні чи туристичні об'єкти (музеї, монументи).

Сучасний підхід до дизайну айдентики враховує інтеграцію цифрових технологій, таких як QR-коди чи інтерактивні екрани, екологічність через використання вторинних

матеріалів і енергоефективність, а також інклюзивність, що забезпечує доступність інформації для людей з різними потребами.

Якісна айдентика міських об'єктів сприяє покращенню їхньої функціональності, привабливості та гармонійності, забезпечуючи комфорт і естетичне задоволення для користувачів.

Логотип є одним із ключових елементів візуальної айдентики. У контексті міського середовища він виконує роль символу, що відображає сутність об'єкта, його функціональність, стиль і зв'язок із середовищем. Логотип забезпечує впізнаваність об'єкта, його виділення серед інших елементів міста та формування естетичної привабливості.

Логотип виконує декілька важливих функцій. По-перше, це ідентифікація, тобто створення чіткого образу, який дозволяє легко впізнавати об'єкт серед інших. По-друге, логотип допомагає комунікувати призначення та характер об'єкта. Наприклад, логотип для міського парку може містити елементи природи, тоді як логотип культурного центру може підкреслювати зв'язок із мистецтвом чи історією. По-третє, логотип формує емоційний зв'язок із користувачами, викликаючи позитивні асоціації через продуманий дизайн.

Логотипи можуть мати різні форми залежно від призначення та цільової аудиторії об'єкта.

Текстові логотипи: складаються виключно з назви об'єкта, виконаної у певному стилі. Такий підхід підходить для об'єктів, де основним акцентом є ім'я, наприклад, «Музей сучасного мистецтва».

Графічні логотипи: створені у вигляді символу чи піктограми, яка відображає основну ідею об'єкта. Наприклад, стилізований листок для екологічного парку.

Комбіновані логотипи: поєднують текстову і графічну складові, що підвищує їх гнучкість і дозволяє використовувати різні версії залежно від контексту.

Логотип має бути простим, щоб його легко сприймали та запам'ятовували. Простота також забезпечує гнучкість використання логотипа на різних носіях. Важливо, щоб логотип був зрозумілим для широкої аудиторії, включаючи мешканців міста, туристів і гостей. Оригінальність є критичною для виділення об'єкта серед інших у міському просторі. Крім того, логотип має бути естетично привабливим, відображати стиль та атмосферу міського середовища.

Кольори в логотипі відіграють важливу роль у створенні емоційного зв'язку. Для об'єктів міського середовища можуть використовуватись нейтральні кольори, які гармоніюють із архітектурним стилем, або яскраві відтінки для акцентів, що привертають увагу. Кольорова гама також залежить від типу об'єкта: для парків це можуть бути зелені та коричневі відтінки, для культурних центрів – яскраві та насичені кольори.

Логотип використовується на інформаційних табличках, вивісках, стендах, рекламних матеріалах, а також у цифровому просторі (сайти, соціальні мережі). Він має бути універсальним, щоб добре виглядати як у великих форматах, так і в малих (наприклад, значки чи іконки).

Логотип формує впізнаваність об'єкта, додає йому естетичної цінності та підкреслює зв'язок із міським середовищем. Продуманий і якісний логотип підсилює ідентичність об'єкта, сприяє формуванню позитивного враження та гармонійно вписується в загальну концепцію міста.

Типографіка є важливим інструментом у створенні айдентики об'єкта міського середовища. Вона охоплює вибір і застосування шрифтів, їх розмірів, стилів, інтервалів та інших характеристик, які формують візуальне сприйняття текстових елементів. Правильно обрана типографіка допомагає передати атмосферу та функціональність об'єкта, а також забезпечує зручність і зрозумілість інформації.

Типографіка виконує кілька ключових функцій. Вона забезпечує інформаційну складову айдентики, допомагаючи донести текстову інформацію до користувачів у зручному для сприйняття вигляді. Крім того, типографіка формує емоційний і візуальний

зв'язок із аудиторією, підкреслюючи стиль і характер об'єкта. Важливим аспектом є функціональність типографіки: текстові елементи мають бути добре читабельними на різних носіях, від інформаційних табличок до цифрових екранів.

У процесі вибору типографіки слід враховувати кілька аспектів. Шрифт має відповідати функції об'єкта. Наприклад, для культурних чи історичних об'єктів можна використовувати класичні шрифти, які підкреслюють традиційність, тоді як для сучасних громадських просторів підійдуть мінімалістичні й сучасні шрифти. Читабельність є критично важливою, особливо для тексту, що розміщується на інформаційних стендах чи навігаційних знаках. Важливо враховувати розмір шрифту, міжрядковий інтервал та інші параметри, які забезпечують легкість читання. Контраст між текстом і фоном має бути достатньо високим, щоб текст залишався помітним у різних умовах освітлення.

Стиль типографіки повинен гармоніювати із загальним дизайном айдентики. Використання декоративних шрифтів має бути обмеженим і доцільним, щоб уникнути перевантаження композиції. Для інформаційних елементів краще обирати шрифти з простими формами (наприклад, без засічок), тоді як заголовки можуть використовувати більш акцентні стилі.

Вибір шрифтів залежить від характеру об'єкта. Для сучасних громадських просторів або транспортної інфраструктури використовуються геометричні шрифти без засічок (наприклад, Helvetica, Futura), які підкреслюють мінімалізм і універсальність. Для історичних або культурних об'єктів актуальними є шрифти із засічками (наприклад, Times New Roman, Garamond), які створюють відчуття класичності та елегантності. У випадках, коли об'єкт потребує унікальності, може бути розроблений індивідуальний шрифт або адаптований існуючий.

Кольорова палітра тексту має відповідати загальній айдентичі об'єкта. Основний текст зазвичай виконується у нейтральних кольорах (чорний, білий, сірий), які забезпечують високу читабельність. Заголовки та акцентні елементи можуть використовувати кольори, які привертають увагу, але при цьому гармонують із загальним стилем.

Створення ієрархії текстових елементів допомагає акцентувати увагу користувачів на ключовій інформації. Наприклад, заголовки повинні мати більший розмір і більш виразний стиль, ніж основний текст. Підзаголовки, списки або інші другорядні елементи можуть бути оформлені менш акцентовано, але так, щоб їх легко сприймали в контексті основної інформації. Особливу роль типографіка відіграє в навігаційних системах міського середовища. Текстові елементи на таких носіях мають бути видимими здалеку, швидко зчитуватись і мати універсальність для різних груп користувачів. Шрифти повинні бути адаптовані до умов зовнішнього середовища, враховуючи можливість відблисків, затемнень чи інших обставин.

Сьогодні у графічному дизайні міських просторів все частіше використовуються адаптивні шрифти, які добре виглядають як у друкованих, так і цифрових матеріалах. Мінімалізм залишається ключовою тенденцією, з акцентом на прості форми шрифтів і продуману типографічну ієрархію. Важливим є також інтегрування типографіки з іншими елементами дизайну, такими як іконографіка чи патерни, для створення гармонійної композиції.

Типографіка створює не лише функціональну, але й естетичну складову об'єкта. Вона допомагає забезпечити зрозумілість, гармонійність та інтеграцію текстових елементів у міський простір. Правильний вибір типографіки сприяє формуванню позитивного враження та підкреслює унікальність об'єкта в міському середовищі.

Інформаційні системи є невід'ємною складовою айдентики об'єкта міського середовища. Вони виконують ключову роль у навігації, комунікації та презентації інформації для мешканців і гостей міста. Ефективно спроектовані інформаційні системи забезпечують зручність користування, естетичну привабливість і єдність з візуальним стилем простору.

Інформаційні системи виконують кілька основних функцій. Перш за все, вони забезпечують навігацію, допомагаючи користувачам орієнтуватися у просторі (зупинки, вказівники, карти). Також інформаційні системи є важливим інструментом для передачі інформації про об'єкт (розклад подій, історія, правила користування). Крім цього, вони підсилюють візуальну айдентику об'єкта, об'єднуючи текстові, графічні та кольорові елементи.

Інформаційна система об'єкта міського середовища може складатися з таких елементів:

Навігаційні вказівники. Допомагають зорієнтуватися у просторі, вказують напрямок до основних зон або об'єктів.

Інформаційні стенди та таблички. Містять детальну інформацію про об'єкт, його історію, призначення, правила користування.

Мапи. Зазвичай показують план території із зазначенням ключових об'єктів і зон.

Цифрові екрани або інтерактивні системи. Відображають актуальну інформацію, розклади подій чи рекламу.

Піктограми та символи. Сприяють візуалізації інформації та забезпечують її зрозумілість навіть без тексту.

Інформаційні системи мають відповідати ряду принципів. **Функціональність** є основою: кожен елемент повинен виконувати свою роль і бути корисним для користувачів. Наприклад, текст має бути достатньо великим, щоб його можна було легко прочитати здалеку. Інформаційна система має бути **зрозумілою** для різних груп користувачів, включаючи туристів, які можуть не розуміти мову. Для цього використовуються піктограми, кольорові коди та спрощені графічні елементи. **Естетичність** також є важливою. Дизайн системи має гармоніювати із загальною айдентикою об'єкта та відповідати стилю міського середовища. Це стосується вибору кольорів, шрифтів, форми табличок і розташування елементів. Інформаційні системи мають бути **інклюзивними**: враховувати потреби людей із обмеженими можливостями. Наприклад, інформацію можна дублювати шрифтом Брайля або використовувати контрастні кольори для людей із порушеннями зору.

Навігаційні системи допомагають зорієнтуватися у просторі. Вони включають вказівники, напрямні стрілки, мапи та інші елементи, які полегшують переміщення території. Описові системи призначені для подання текстової або візуальної інформації про об'єкт. Це можуть бути історичні довідки, описи функцій об'єкта, інструкції чи правила користування. Цифрові системи все частіше використовуються у міському середовищі. Інтерактивні екрани або мобільні додатки дозволяють користувачам отримувати детальну інформацію, планувати маршрути чи переглядати актуальні події. Елементи інформаційних систем мають бути довговічними та витривалими до впливу погодних умов. Використання матеріалів із захистом від вологи, ультрафіолету чи механічних пошкоджень є обов'язковим.

Кольорова гама інформаційної системи повинна бути гармонійною, але достатньо контрастною, щоб забезпечити легкість сприйняття. Наприклад, на темному фоні зазвичай використовують світлий текст.

Шрифти мають бути простими, без зайвих декоративних елементів, щоб текст залишався читабельним. Для заголовків можна використовувати великі розміри шрифтів, а для детальної інформації — менші, але добре розрізнявані.

Сьогодні активно використовуються інтерактивні та цифрові технології, які дозволяють адаптувати інформацію під потреби користувачів у реальному часі. Наприклад, інтерактивні карти можуть автоматично підлаштовуватись під мову користувача. Також зростає популярність екологічних рішень: інформаційні стенди та таблички виконуються з перероблених матеріалів або таких, що піддаються вторинній переробці.

Інформаційні системи стали частиною айдентики міста, що дозволяє створювати цілісний образ території та покращувати взаємодію користувачів із міським середовищем.

Інформаційні системи є критично важливими для об'єктів міського середовища, оскільки вони забезпечують доступ до інформації, полегшують орієнтацію у просторі та підсилюють візуальну єдність айдентики. Вони підвищують комфорт і зручність користувачів, водночас сприяючи позитивному сприйняттю міського простору.

ВАРІАНТИ ЗАВДАНЬ КУРСОВОЇ РОБОТИ

1. Розробка візуальної айдентики для культурного об'єкта міського середовища

Завдання: створити логотип, кольорову палітру, інформаційні таблички та дизайн афіш для музею, театру чи виставкового центру.

2. Дизайн айдентики громадського простору (парк, площа)

Завдання: створити візуальну ідентичність для міського парку або площі. Розробити логотип, патерни для лавок чи урн, інформаційні стенди з картою та піктограмами.

3. Інформаційно-навчальний стенд для туристичної локації

Завдання: створити графічний дизайн інформаційного стенду для туристичної пам'ятки. Включити карту, короткий опис об'єкта, логотип і піктограми.

4. Айдентика міського ринку або ярмарку

Завдання: створити логотип і візуальну стилістику для оформлення міського ринку. Розробити таблички, навігаційні покажчики та брендovanі елементи (торгові зони, афіші).

5. Дизайн інформаційних систем для освітнього об'єкта

Завдання: створити айдентичну систему для навчального закладу або бібліотеки. Розробити навігацію, таблички, інформаційні панелі та логотип закладу.

6. Айдентика для екологічного об'єкта (зона рекреації, ботанічний сад)

Завдання: створити візуальну айдентичну систему для природоохоронного або екологічного об'єкта. Додати логотип, кольорову палітру, інформаційні таблички та дизайн постерів.

7. Дизайн зовнішньої реклами для об'єкта міського середовища

Завдання: розробити афіші, банери чи білборди, які просувають міський простір або подію. Включити логотип і графічні елементи.

8. Айдентика фестивалю чи міського заходу

Завдання: створити візуальну концепцію для фестивалю або міського заходу. Розробити логотип, афіші, програму подій і навігацію на території заходу.

9. Візуальна айдентика для спортивного об'єкта

Завдання: розробити логотип і графічний стиль для стадіону, спортивного майданчика або велодоріжки. Включити інформаційні знаки та таблички.

ЕТАПИ ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Визначення основних етапів виконання курсової роботи дозволяє студентові найбільш оптимально організувати самостійну роботу, визначити черговість розв'язуваних завдань і вибудувати робочий графік усього процесу курсового

проектування, включаючи необхідний передпроектний і проектний аналіз результатів роботи зі змістів окремих етапів курсової роботи.

1. Вибір об'єкта та формування концепції (10 балів)

На першому етапі студент обирає конкретний об'єкт міського середовища для розробки айдентики. Це може бути парк, площа, зупинка громадського транспорту, туристична локація, культурний об'єкт тощо. Важливо дослідити функції об'єкта, його цільову аудиторію та контекст (історичний, соціальний, архітектурний). Результатом цього етапу є формулювання концепції: яку ідею має передавати айдентика, які візуальні та графічні рішення будуть використовуватися.

2. Аналіз аналогів та джерел натхнення (10 балів)

На цьому етапі проводиться дослідження подібних проектів: аналіз уже існуючих прикладів айдентики для об'єктів міського середовища. Це допоможе зрозуміти, які дизайнерські прийоми ефективні, а які недоцільні. Створюється мудборд із прикладами шрифтів, кольорових палітр, графічних елементів, логотипів і загальної стилістики.

3. Розробка основних елементів айдентики (10 балів)

На цьому етапі створюються базові елементи візуальної айдентики.

Логотип: розробка ескізів, вибір форми, стилю, кольору, фіналізація дизайну.

Кольорова палітра: визначення основних і додаткових кольорів, які гармонійно поєднуються з об'єктом і передають його характер.

Шрифти: вибір типографіки, що відповідає концепції об'єкта, розробка текстових елементів (заголовки, описова інформація).

Піктограми та патерни: створення унікальних графічних елементів, які можуть бути використані для інформаційних табличок чи декору.

4. Проектування інформаційних систем (10 балів)

Виконується розробка інформаційних елементів, таких як навігаційні вказівники, таблички, мапи, стенди. Важливо врахувати принципи читабельності, зручності сприйняття та функціональності. Інформаційні системи адаптуються до специфіки об'єкта: наприклад, у парку це можуть бути схеми доріжок, у музеї — таблички з описами експонатів.

5. Адаптація айдентики до носіїв (10 балів)

На цьому етапі відбувається тестування візуальних елементів на реальних носіях. Айдентика має гармонійно виглядати на різних форматах:

Друковані носії (таблички, буклети, афіші).

Декоративні елементи (оздоблення лавок, урн, фасадів).

Цифрові носії (веб-сайти, мобільні додатки, соціальні мережі). Проводиться перевірка адаптивності дизайну до великих і малих масштабів.

6. Створення фінального проекту (10 балів)

На основі розроблених елементів виконується інтеграція айдентики в єдиний проект. Розробляється презентація роботи, яка включає:

- концепцію айдентики;
- візуалізації логотипа, кольорової палітри, шрифтів;
- приклади інформаційних систем у реальному середовищі (макети табличок, стендів);
- інші елементи дизайну, які доповнюють загальний стиль об'єкта.

7. Захист роботи (40 балів)

Останнім етапом є підготовка до презентації проекту. Студент готує звіт і демонстраційні матеріали у друкованому або цифровому форматі. На захисті пояснюється концепція айдентики, дизайнерські рішення, функціональність і відповідність проекту поставленим задачам.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ ЕТАПІВ

Інтегральна оцінка кожного етапу роботи базується на визначенні відповідності оцінюваної роботи наступним основоположним критеріям:

- технічна якість виконання;
- композиційна гармонія;
- типографіка;
- кольорова гармонія;
- інноваційність та креативність;
- функціональність;
- візуальна естетика;
- відповідність технічному завданню.

Бездоганне виконання оцінюється у 60 балів. Захист роботи – 40 балів.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ

Курсова робота повинна бути структурованою, акуратно оформленою та відповідати стандартам навчального закладу. Усі елементи роботи мають бути логічно пов'язані між собою, а графічна частина – виконана якісно та зрозуміло.

Формат роботи зазвичай подається на аркушах формату А4. Загальний стиль оформлення повинен бути єдиним, із чітким дотриманням шрифтових і кольорних рішень. Основний текст виконується шрифтом Times New Roman, розміром 14, із міжрядковим інтервалом 1.0. Заголовки можуть бути більшими за розміром і жирними. Поля документа встановлюються так: праве, верхнє та нижнє – 20 мм, лівє – 25 мм. Нумерація сторінок розміщується в правому нижньому куті.

Структура роботи включає титульний аркуш, зміст, вступ, теоретичну та практичну частини, висновки, список використаних джерел та додатки (за необхідності). На титульному аркуші зазначається назва навчального закладу, тема роботи, ПІБ студента, група, рік виконання та ПІБ викладача.

У вступі пояснюється мета роботи, завдання, які ставляться перед студентом, та актуальність теми. Теоретична частина містить опис інструментів і методів, які використовуються для виконання роботи, а також розгляд відповідних аспектів тематики (наприклад, принципи створення логотипу, типографіка, кольорові моделі).

Практична частина детально пояснює процес виконання роботи, включаючи ілюстрації та скріншоти для демонстрації етапів. У цьому розділі також описуються використані дизайнерські рішення та застосовані інструменти. Графічна частина має містити чіткі, якісні елементи, такі як обкладинка, сторінки макету, інфографіка тощо.

Результати роботи повинні бути представлені у вигляді фінального макету, доповненого візуальними матеріалами. У висновках зазначається, чи досягнуто мети роботи, аналізуються результати та надаються пропозиції щодо можливого вдосконалення.

Список використаних джерел формується відповідно до вимог навчального закладу й включає літературу, статті, інтернет-ресурси, що були використані в роботі.

Підготовка до захисту включає створення короткої усної доповіді з поясненням ідей та технічних рішень, а також демонстрацію роботи у друкованому або цифровому форматі.

При захисті важливо бути готовим відповісти на питання стосовно дизайнерських рішень і використаних інструментів.

Дотримання цих рекомендацій дозволить студенту створити професійно оформлену та якісну курсову роботу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Клубкова М. Вступ до роботи з програмами Adobe: Photoshop, Illustrator, InDesign. – Харків: Фактор, 2021.
2. Гордон Б. Основи графічного дизайну. – Київ: Видавництво «Книга», 2020.
3. Айдендика. Посібник з комунікацій для органів державної влади / [В. Бартко, А. Волкова, М. Домбровська та ін.]. – Київ, 2020. – 55 с.
4. Вільямс Р. Дизайн для недизайнерів. – Львів: Видавництво Старого Лева, 2021.
5. Малевиц А. Сучасні інструменти графічного дизайну. – Київ: Дизайн-Медіа, 2019.
6. Adobe Systems Incorporated. Adobe Illustrator: Керівництво користувача. – Офіційна документація.
7. Пентак С., Лофті Д. Дизайн і композиція. – Київ: Рідна Мова, 2020.
8. Шаров В. Практика графічного дизайну: навчальний посібник. – Київ: Альпіна Паблішер, 2017.
9. Бартон Д. Візуальне мислення у дизайні. – Львів: Видавництво Старого Лева, 2019.
10. Крістоферсон Б. Графічний дизайн: основи для професіоналів. – Київ: Манн, Іванов і Фербер Україна, 2020.
11. Вілер А. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю / Аліна Вілер. – Київ: КМ-Букс, 2020 – 336 с.
12. Білодід Ю.М. Основи дизайну: навч. посіб. / Ю.М. Білодід, О.П. Поліщук. – Київ: ПАРАПАН, 2004. – 240 с.
13. The Business of Graphic Design: The RGD Professional Handbook – 3 – Toronto: 2015. – С. 12–15. – 264 с. – ISBN 978-0-9688734-5-8
14. Charlotte Fiell, Peter Fiell. Contemporary Graphic Design. – Taschen Publishers, 2008. – 559 с. – ISBN 978-3-8228-5269-9.
15. Wiedemann, Julius & Taborda, Felipe. Latin-American Graphic Design. – Taschen Publishers, 2008. – 544 с. – ISBN 978-3-8228-4035-1.