

# КОМП'ЮТЕРНИЙ ДИЗАЙН ФІРМОВОГО СТИЛЮ

Кафедра інженерії харчового виробництва

Біолого-технологічний факультет

<i>Семестр</i>	7
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Форма контролю</i>	Залік

## Загальний опис дисципліни

**Мета** дисципліни: сформувані основи розуміння фірмового стилю, створення якого засобами графічного дизайну віддзеркалює неповторну сутність суб'єкту промислової діяльності.

**Завдання:** Знання та розуміння важелів розбудови фірмового стилю, визначив особливість комерційної діяльності як основу позиціонування та просування товарів підприємства на ринку збуту.

Уміння та практичні навички виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації щодо вираженого відбору ознак графічної розробки носіїв фірмового стилю підприємства на основі розуміння культурних традицій та сучасних тенденцій розвитку спільноти.

Здатність до оцінки виробів дизайну щодо їх системної взаємодії в єдиному пакеті складових фірмового стилю, визначив параметри та характеристики графічних елементів разом з можливостями їх трансформації та системної розбудови у часі.

**Компетентності.** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня для донесення до фахівців і нефахівців інформації та власного досвіду розбудови фірмового стилю підприємства.

Усвідомлення теоретичних основ графічного дизайну та здатність їх застосувати при визначенні параметрів та характеристик технічного завдання по створенню (розбудові) носіїв фірмового стилю.

### Програмні результати навчання:

Знати основні засади формування та розбудови носіїв фірмового стилю, встановлюючи ознаки провідних елементів, які містять знакову сутність, неповторність дизайн виробу.

Знати теоретичні основи розробки елементів графічного дизайну, виділив особливості доповнюваності семантичної змістовності та художньої виразності знаку, логотипу, слогану підприємства.

Виявляти, аналізувати та оцінювати потреби і вимоги клієнтів і партнерів щодо формування фірмового стилю з урахуванням цілей, ресурсних обмежень, соціальних, етичних та законодавчих аспектів.

Застосовувати ВІМ технології у формуванні завдання на графічну розробку елементів фірмового стилю, усвідомлюючи комерційні наслідки розвитку підприємства.

Демонструвати розуміння рекламних стратегій підприємства, просуваючи у творчому співробітництві з різними фахівцями можливість створення виробів самоокупного дизайну, розробка яких передбачає багаторівневу організацію носіїв стилю, віддзеркалюючи системну роботу підприємства.

### Зміст за темами:

Тема 1. Основні види графічного дизайну. Впливові ознаки та змістовні характеристики носіїв фірмового стилю

Тема 2. Засоби та інструменти створення носіїв фірмового стилю підприємства.

Тема 3. Стилістичні різновиди графічних рішень елементів фірмового стилю.

Тема 4. Фірмовий стиль як Р – інструмент просування підприємства. Принципи відбору матеріалу.

Тема 5. Семантична змістовність та композиційна виразність складових елементів фірмового стилю.

Тема 6. Колористична гама, типографіка елементів фірмового стилю