

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
Географічний факультет
Кафедра готельно-ресторанної справи та харчових технологій

Затверджено
На засіданні кафедри
готельно-ресторанної справи та харчових технологій
Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол № 8 від 13 січня 2026 р.)

Завідувач кафедри  доц. Ігор Пандяк

СИЛАБУС
з навчальної дисципліни
«Дизайн бренду та візуальні комунікації»
що викладається в межах
першого (бакалаврського) освітнього рівня вищої освіти.

Дисципліна вільного вибору студента
(загально університетський вибір)
на 2026/2027 н.р.

Назва дисципліни	Дизайн бренду та візуальні комунікації
Адреса викладання дисципліни	м. Львів, вул. Лесі Українки, 39
Факультет/ кафедра, за якою закріплена дисципліна	Географічний факультет / кафедра готельно-ресторанної справи та харчових технологій
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	Загальноуніверситетська вибіркова дисципліна
Викладачі курсу	Паук Оксана Євгенівна к.е.н., доцент кафедри готельно-ресторанної справи та харчових технологій
Контактна інформація викладачів	oksana.pauk@lnu.edu.ua https://geography.lnu.edu.ua/employee/pauk-o-ye
Консультації по курсу відбуваються	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять. Для погодження часу консультацій у дні, коли заняття з дисципліни не проводяться слід писати на електронну пошту викладача.
Сторінка курсу	
Інформація про курс	Дисципліна «Дизайн бренду та візуальні комунікації» є загальноуніверситетською вибірковою дисципліною, яка викладається в п'ятому семестрі в обсязі 3 кредити ECTS.
Коротка анотація курсу	Студенти під час проходження курсу «Дизайн бренду та візуальні комунікації» ознайомляться з базовою теорією дизайну бренду, зокрема з правилами композиції, колористики та оформлення друкованого тексту. Окрему увагу в цьому курсі приділено тематиці дослідження потреб споживачів, маркетингових завдань бізнесу та їхнього взаємозв'язку з особливостями візуальних комунікацій. Практичні заняття націлені на розвиток навичок створення фірмового стилю бренду.
Мета та цілі курсу	Метою викладання навчальної дисципліни «Дизайн бренду та візуальні комунікації» є: засвоєння студентами теоретичних знань щодо візуальних комунікацій бренду, формування вмінь розробки концепцій візуальної айдентики бренду та створення її елементів. Основними цілями дисципліни є: - опанування теоретичних знань про візуальні комунікації бренду; - розвиток креативного мислення, аналітичних навичок пошуку та генерації вдалих дизайнерських рішень; - формування навичок створення елементів візуальної айдентики.
Література для вивчення дисципліни	Основна: 1. Геллер С., Кваст С. Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів /

пер. з англ. Журавльова О., Пінчук Д. Київ : ArtHuss, 2019. 296 с.

2. Єжинська Т. Бренд-комунікація українських книжкових видавництв. Київ : Київ. столич. ун-т ім. Б. Грінченка, 2024. 356 с.
3. Кассія Сен-Клер. Потаємне життя барв / пер. з англ. Ксенія Сокульська. Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2022. 296 с.
4. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник / за ред. проф. Є. А. Антоновича. вид. третє, перероб. і доповн. Київ : Кондор-Видавництво, 2015. 544 с.
5. Лаптон Е., Філліпс Дж. К. Графічний дизайн: нові основи. Друге видання, змінене і доповнене / пер. з англ. І. Михайлишена. Київ : ArtHuss, 2020. 264 с.
6. Прокопович Т.А. Основи кольорознавства : навч. посіб. Друге видання, доповнене, перероблене. Луцьк: Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2022. 124 с.
7. Рюбен Патер. Політика дизайну. (Не зовсім) глобальний довідник із візуальної комунікації. / пер. Беницький А. Київ : ArtHuss, 2021. 192 с.
8. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навч. посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с.
9. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчя. Київ : ArtHuss, 2023. 204 с.
10. Чайка І.М., Дністрянська Н.І. Позиціонування та фірмовий стиль кав'ярень Львова. Економіка і суспільство. 2024. Вип. 64. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-157>
11. Чайка І.М., Дністрянська Н.І. Фірмовий стиль та побудова іміджу підприємств готельної індустрії міста Львова. *Економіка та суспільство*. 2023. № 51. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2514> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-60>

Інформаційні ресурси Інтернет-мережі:

1. Як насправді працює бренд. Марафон Креативної Практики. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Zf2q6e8TIBg>
2. Психологія для дизайнерів продуктів. Марафон Креативної Практики. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FNaGKMR8S8c>
3. Вимоги до друку. Як правильно підготувати макет для друку? Марафон Креативної Практики. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=W3KxWj7YCPY&t=773s>
4. Ілюстрація як візуальна комунікація. Марафон Креативної Практики. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bsckfrlJzGE>
5. Брендбук та з чого він складається. Марафон Креативної Практики. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=j24XOImuOW4>

Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Окрім рекомендованих, студенти можуть використовувати також й інші літературні джерела, у яких висвітлені певні навчальні питання.

Обсяг курсу

Аудиторні години:	32 з них:
лекції	16 годин
практичні заняття	16 годин
Самостійна робота:	58 годин

Очікувані результати навчання	Після завершення цього курсу студент буде: а) знати - теоретичні основи бренд-менеджменту в контексті візуальних комунікацій; - етапи дизайн-процесу; - психологічні аспекти сприйняття візуальної інформації; б) вміти - розробляти візуальне позиціонування бренду; - генерувати вдалі дизайнерські рішення для брендів; - розробляти елементи візуальної айдентики; - аналізувати сучасні тенденції короткострокові тренди дизайну айдентики брендів та на ринку України та світу.	
Ключові слова	Бренд, дизайн, візуальна комунікація, айдентика бренду, логотип	
Формат курсу	Очний Проведення лекцій, семінарських/практичних занять, консультацій.	
Теми	Подано у схемі курсу	
Підсумковий контроль, форма	Залік	
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань загальної навчальної компетентності, які отримують в результаті завершення першого та другого курсу бакалаврського рівня вищої освіти	
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Лекції: навчальна лекція, пояснення, евристична бесіда, дискусія, демонстрація, ілюстрування. Практичні заняття: інструктаж, інтерактивні методи (робота в малих групах, мозковий штурм), ілюстрування, демонстрування, дискусія, методи контролю і самоконтролю.	
Необхідне обладнання	Комп'ютер, проектор, підключення до мережі інтернет.	
Критерії оцінювання	Критерії оцінювання знань студентів	Максимальна кількість балів
	1. Бали поточної успішності за участь у практичних заняттях	
	Критерії оцінювання	10 балів
	студент правильно виконує усі завдання практичної роботи, в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.	10
	студент виконує усі завдання практичної роботи, але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. При цьому достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обгрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу.	9-7
	студент виконує більше половини завдань практичної роботи, в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обгрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.	6-4
	студент виконує половину завдань практичної роботи не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обгрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.	3-1
	студент не виконав завдань практичної роботи та не володіє матеріалом	0

2. Самостійна робота студентів (СРС)

Критерії оцінювання

Самостійна робота (тестування за результатами виконаних самостійних робіт)
Самостійна робота студентів, яка передбачена в темі поряд з аудиторною роботою, оцінюється під час поточного контролю теми на відповідному практичному занятті. Засвоєння тем, які виносяться лише на самостійну роботу контролюється при підсумковому семестровому контролі (виконанні залікового модулю, на іспиті).

3. Модульний контроль

Критерії оцінювання

15 балів

Всього 2 модулі по 15 балів. Модуль передбачає відповіді описові питання. Форма містить по 3 описові питання, правильна розгорнута відповідь оцінюється 5-ма балами.

Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Протягом семестру студент може набрати 100 балів, з яких: 70 балів – виконання практичних робіт; 30 балів – написання модулів. Нижче подано детальний розподіл балів за практичні та модульні роботи.

Приклад розподілу балів, які отримують студенти (для заліку)

Поточне тестування та самостійна робота					Підсумковий тест (залік)				Сума
Модуль 1			Модуль 2						
П1	П2	П3	П4	М1	П5	П6	П7	М2	
10	10	10	10	15	10	10	10	15	100

M1, M2 – модульні контрольні роботи по тематиці кожного змістового модуля.

П1, П2, П3... – номери практичних робіт

M1 студент пише після прослуховування лекційних тем 1-4

M2 студент пише після прослуховування лекційних тем 5-7

Шкала оцінювання: вузу, національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
81-89	B	добре	
71-80	C		
61-70	D		
51-60	E	задовільно	не зараховано
21-50	FX	незадовільно	
0-20	F	незадовільно (без права перездачі)	не зараховано (без права перездачі)

	<p>Політика щодо академічної доброчесності: списування під час модульних робіт. Практичні роботи повинні виконуватись студентом самостійно через застосування відповідних наукових методів. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p>Політика щодо відвідування: Відвідування занять (лекцій, практичних, семінарських занять курсу) є обов'язковим. Студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.</p> <p>Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p>
<p>Питання для модульного контролю</p>	<p><i>Змістовий модуль 1. Основи брендингу та візуальних комунікацій</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підходи до розуміння поняття «бренд». 2. Візуальна айдентика та її місце в ідентичності бренду. 3. Роль дизайну в комунікаціях бренду. 4. Елементи бренд-стратегії. 5. Позиціонування та ідентичність бренду. 6. Принципи створення концепції візуальної комунікації. 7. Психологічні аспекти сприйняття кольору 8. Культурні відмінності сприйняття кольорів. 9. Поняття архетипу бренду. 10. Архетип та візуальна комунікація. 11. Етапи дизайн-процесу. 12. Поняття та складові брендбуку. 13. Ієрархія в айдентиці. 14. Логотип як основний елемент візуальної айдентики. 15. Колір та типографіка в айдентиці. Дизайн пакування. <p><i>Змістовий модуль 2. Детальніше про функціональні можливості бренд-дизайну</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Візуальне позиціонування у рекламі бренду. 2. Ілюстрація як візуальна комунікація бренду. 3. Персонажі відомих брендів. 4. Візуальна комунікація у соціальних мережах. 5. Основи інфографіки та візуального сторітелінгу. 6. Інформаційний дизайн у цифровому просторі. 7. Культурологічний аспект візуального сприйняття. 8. Найвпізнаваніші логотипи світу та їхня історична трансформація. 9. Історичний контекст мистецтва візуальних комунікацій. 10. Тенденції у дизайні національних брендів.
<p>Опитування</p>	<p>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.</p>

СХЕМА КУРСУ

Тиждень	Тема	Форма заняття/ години	Література. Ресурси в Інтернеті.	Завдання	Термін виконання
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1. Основи брендингу та візуальних комунікацій					
1/2	Тема 1. Поняття бренду та візуальної айдентики. Підходи до розуміння поняття «бренд». Візуальна айдентика та її місце в ідентичності бренду. Роль дизайну в комунікаціях бренду.	Лекція/ практична	<ol style="list-style-type: none"> Єжинська Т. Бренд-комунікація українських книжкових видавництв. Київ : Київ. столич. ун-т ім. Б. Грінченка, 2024. 356 с. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник / за ред. проф. Є. А. Антоновича. вид. третє, перероб. і доповн. Київ : Кондор-Видавництво, 2015. 544 с. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навч. посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с. Як насправді працює бренд. Марафон Креативної Практики. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Zf2q6e8TIBg 	Виконання завдань ПР№1 2 год./2 год.	2 тиждень
3/4	Тема 2. Бренд-стратегія та візуальна ідентичність. Елементи бренд-стратегії. Позиціонування та ідентичність бренду. Створення концепції візуальної комунікації.	Лекція/ практична	<ol style="list-style-type: none"> Єжинська Т. Бренд-комунікація українських книжкових видавництв. Київ : Київ. столич. ун-т ім. Б. Грінченка, 2024. 356 с. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник / за ред. проф. Є. А. Антоновича. вид. третє, перероб. і доповн. Київ : Кондор-Видавництво, 2015. 544 с. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навч. посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с. Чайка І.М., Дністрянська Н.І. Позиціонування та фірмовий стиль кав'ярень Львова. Економіка і суспільство. 2024. Вип. 64. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-157 Чайка І.М., Дністрянська Н.І. Фірмовий стиль та побудова іміджу підприємств готельної індустрії міста Львова. <i>Економіка та суспільство</i>. 2023. № 51. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/articl 	Виконання завдань ПР№2 2 год./2 год.	4 тиждень

			e/view/2514 DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-60 6. Як насправді працює бренд. Марафон Креативної Практики. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Zf2q6e8TIBg		
5/6	Тема 3. Психологічні аспекти візуального сприйняття. Кольори очима глядача. Колір і культура. Логотипи й архетипи.	Лекція/ практична	1. Геллер С., Кваст С. Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів / пер. з англ. Журавльова О., Пінчук Д. Київ : ArtHuss, 2019. 296 с. 2. Кассія Сен-Клер. Потаємне життя барв / пер. з англ. Ксенія Сокульська. Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2022. 296 с. 3. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник / за ред. проф. Є. А. Антоновича. вид. третє, перероб. і доповн. Київ : Кондор- Видавництво, 2015. 544 с. 4. Прокопович Т.А. Основи кольорознавства : навч. посіб. Друге видання, доповнене, перероблене. Луцьк: Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2022. 124 с. 5. Рюбен Патер. Політика дизайну. (Не зовсім) глобальний довідник із візуальної комунікації. / пер. Беницький А. Київ : ArtHuss, 2021. 192 с. 6. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навч. посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с. 7. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчя. Київ : ArtHuss, 2023. 204 с. 8. Як насправді працює бренд. Марафон Креативної Практики. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Zf2q6e8TIBg 9. Психологія для дизайнерів продуктів. Марафон Креативної Практики. URL: https://www.youtube.com/watch?v=FNaGKMR8S8c	Виконання завдань ПРН№3 2 год./2 год.	6 тиждень
7/10	Тема 4. Ключові елементи візуальної ідентичності та робота з ними.	Лекція/ практична	1. Кассія Сен-Клер. Потаємне життя барв / пер. з англ. Ксенія Сокульська. Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2022. 296 с. 2. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну :	Виконання завдань ПРН№4 2 год./2 год.	10 тиждень

	Цикл дизайн-процесу. Брендбук. Ієрархія в айденциці. Логотип як базовий елемент візуальної айденцики. Колір та типографіка у фірмовому стилі бренду. Дизайн пакування.		підручник / за ред. проф. Є. А. Антоновича. вид. третє, перероб. і доповн. Київ : Кондор- Видавництво, 2015. 544 с. 3. Лаптон Е., Філіпс Дж. К. Графічний дизайн: нові основи. Друге видання, змінєне і доповненє / пер. з англ. І. Михайлишена. Київ : ArtHuss, 2020. 264 с. 4. Прокопович Т.А. Основи кольорознавства : навч. посіб. Друге видання, доповненє, переробленє. Луцьк: Волинський національний університет ім. Лєсі Українки, 2022. 124 с. 5. Вимоги до друку. Як правильно підготувати макет для друку? Марафон Креативної Практики. URL: https://www.youtube.com/watch?v=W3KxWj7YCPY&t=773s 6. Брендбук та з чого він складається. Марафон Креативної Практики. URL: https://www.youtube.com/watch?v=j24XOImuOW4		
10	Модульна контрольна робота 1			Підготувати питання по темах 1-4	10 тиждєнь
Змістовий модуль 2. Детальніше про функціональні можливості бренд-дизайну					
11/12	Тема 5. Дизайн у маркетингових комунікаціях. Візуальне позиціонування у рекламі бренду. Ілюстрація як візуальна комунікація. Персонаж бренду. Візуальна комунікація у соціальних мережах.	Лекція/ практична	1. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник / за ред. проф. Є. А. Антоновича. вид. третє, перероб. і доповн. Київ : Кондор- Видавництво, 2015. 544 с. 2. Лаптон Е., Філіпс Дж. К. Графічний дизайн: нові основи. Друге видання, змінєне і доповненє / пер. з англ. І. Михайлишена. Київ : ArtHuss, 2020. 264 с. 3. Чайка І.М., Дністрянська Н.І. Позиціонування та фірмовий стиль кав'ярєнь Львова. Економіка і суспільство. 2024. Вип. 64. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-157 4. Чайка І.М., Дністрянська Н.І. Фірмовий стиль та побудова іміджу підприємств готельної індустрії міста Львова. <i>Економіка та суспільство</i> . 2023. № 51. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/articl	Виконання завдань ПРН№5 2 год./2 год.	12 тиждєнь

			e/view/2514 DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-60 5. Ілюстрація як візуальна комунікація. Марафон Креативної Практики. URL: https://www.youtube.com/watch?v=bsckfrIzGE		
13/1 4	Тема 6. Інформаційний дизайн та візуальна грамотність. Основи інфографіки та візуального сторітелінгу. Інформаційний дизайн у цифровому просторі. Культурологічний аспект візуального сприйняття.	Лекція/ практична	1. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник / за ред. проф. Є. А. Антоновича. вид. третє, перероб. і доповн. Київ : Кондор- Видавництво, 2015. 544 с. 2. Лаптон Е., Філліпс Дж. К. Графічний дизайн: нові основи. Друге видання, змінене і доповнене / пер. з англ. І. Михайлишена. Київ : ArtHuss, 2020. 264 с. 3. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навч. посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с.	Виконання завдань ПРН№6 2 год./2 год.	14 тиждень
15/1 6	Тема 7. Тренди дизайну та візуальних комунікацій. Найвпізнаваніші логотипи світу та їхня історична трансформація. Історичний контекст мистецтва візуальних комунікацій. Дизайн національних брендів.	Лекція/ практична	1. Геллер С., Кваст С. Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів / пер. з англ. Журавльова О., Пінчук Д. Київ : ArtHuss, 2019. 296 с. 2. Лаптон Е., Філліпс Дж. К. Графічний дизайн: нові основи. Друге видання, змінене і доповнене / пер. з англ. І. Михайлишена. Київ : ArtHuss, 2020. 264 с. 3. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навч. посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с. 4. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчя. Київ : ArtHuss, 2023. 204 с.	Виконання завдань ПРН№7 2 год./2 год.	16 тиждень
16	Модульна контрольна робота 2			Підготувати питання по темах 5-7	16 тиждень

Примітка.

** позначені питання самостійного опрацювання.*