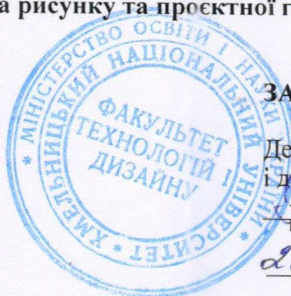


ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет технологій і дизайну
Кафедра рисунку та проєктної графіки



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету технологій і дизайну

Тетяна ІВАНІШЕНА

Підпис

22 08 2024

СІЛАБУС

Навчальна дисципліна **Естетика товарів та дизайн**

Освітні програми різних спеціальностей

Рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**

Форма здобуття освіти **денна/заочна**

Загальна інформація

Позиція	Зміст інформації
Викладач(і)	Петрашук Світлана Анатоліївна
Профайл викладача	https://rpg.khmnu.edu.ua/
Е-mail викладача(ів)	petrashchuksv@khmnu.edu.ua
Контактний телефон	0682034804
Сторінка дисципліни в ІСУ	https://msn.khmnu.edu.ua/course/view.php?id=6888
Консультації	Очні: за необхідністю та попередньою домовленістю; онлайн: за необхідністю та попередньою домовленістю

Загальна характеристика дисципліни

Статус дисципліни	Форма здобуття освіти	Обсяг дисципліни		Кількість годин							Форма семестрового контролю		
				Аудиторні заняття					Самостійна робота, у т.ч. ІРС	Курсовий проєкт			Курсова робота
		Кредити ЄКТС	Години	Разом	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття	Семінарські заняття					
В	Д	4,0	120	51	17	34	-	-	69	-	-	+	-

Анотація дисципліни

Навчальна дисципліна «Естетика товарів та дизайн» є вибірковою дисципліною і займає важливе місце у підготовці здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, які навчаються за різними освітніми програмами. Естетика товарів і дизайн відіграють важливу роль у сучасному світі, де велика увага приділяється не лише функціональності продуктів, але й їх зовнішньому вигляду та відчуттю, яке вони викликають у споживачів. Естетика та дизайн сприяють створенню привабливого та цікавого зовнішнього вигляду продукту, який може бути ключовим фактором при виборі споживачів.

Мета і завдання дисципліни

Мета дисципліни. Формування теоретичних знань та практичних навичок з вирішення типових та складних завдань створення візуального представлення бренду у сфері маркетингової діяльності і візуальної комунікації.

Завдання дисципліни. Формування практичних навичок з оцінювання естетичних властивостей товарів та відповідності зразків товарів сучасним модним тенденціям, з визначення стильової приналежності товарів, з прогнозування попиту на продукцію за результатами оцінки її естетичних властивостей, з розробки дизайну товарів із урахуванням принципів та законів композиції.

Очікувані результати навчання

Після вивчення дисципліни студент повинен: володіти методами і засобами об'єктивної оцінки товарів; орієнтуватися в розмаїтті художніх стилів світової культури та художнього проектування товарів; здійснювати ергономічний аналіз товарів та аналіз відповідності товарних зразків законам композиції; виявляти у товарі найважливіші показники, що визначають естетичний рівень продукції, ступінь привабливості товару для споживача та відповідність товару модним (сучасним) тенденціям; використовувати знання і навички естетичної оцінки товарів та їх стильової приналежності; визначати вплив дизайнерської основи на створення конкурентної продукції; представляти результати роботи у вигляді графічної- та відеопрезентації готової продукції.

Тематичний і календарний план вивчення дисципліни

№ тижня	Тема лекції	Тема лабораторного заняття	Самостійна робота студентів		
			Зміст	Год.	Література
1	2	3	4	5	6
1	Основи естетики та естетична оцінка товарів.	ЛР 1 Основи естетики та естетична оцінка товарів	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 1). Підготовка до виконання ЛР 1.	4	[1, с. 139–155; 2, с. 5–26]
2	-	-	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 1), доопрацювання ЛР 1	4	[1, с. 139–155; 2, с. 5–26]
3	Основи естетики та естетична оцінка товарів.	ЛР 1 Основи естетики та естетична оцінка товарів	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 1), доопрацювання ЛР 1.	4	[1, с. 156–164; 2, с. 5–26]
4	-	-	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 1), підготовка до захисту ЛР 1	4	[1, с. 139–164; 2, с. 5–26]
5	Основи композиції товарів	ЛР 2 Принципи та засоби композиції	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 2), підготовка до виконання ЛР 2.	4	[2, с. 25–40; 3, с. 12–32]
6	-	-	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 2), підготовка до захисту ЛР 2	4	[2, с. 26–55; 3, с. 45–54]
7	Дизайн упаковки як інструмент маркетингу	ЛР 3 Дизайн упаковки як інструмент маркетингу	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 3), підготовка до виконання ЛР 3	4	[2, с. 57–70; 3, с. 61–77; 4, с. 101–112]
8	-	-	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 3), підготовка до захисту ЛР 3.	4	[2, с. 70–81; 3, с. 61–77; 4, с. 112–123]
9	Колір як засіб створення художньої виразності товарів	ЛР 4 Колір як засіб створення художньої виразності товарів	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 4), підготовка до виконання ЛР 4. Підготовка до тестового контролю (лек. 1-4)	4	[2, с. 83–95; 3, с. 113–121; 4, с. 76–94]
10	-	-	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 4), підготовка до захисту ЛР 4. Підготовка до тестового контролю (лек. 1-4)	4	[2, с. 83–95; 3, с. 113–121; 4, с. 76–94]
11	Зорові ілюзії та їх роль при створенні дизайну товарів	ЛР 5 Зорові ілюзії та їх роль при створенні дизайну товарів	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 5), підготовка до виконання ЛР 5	4	[2, с. 96–108; 3, с. 153–169]
12	-	-	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 5), підготовка до захисту ЛР 5.	4	[2, с. 96–108; 3, с. 53–69; 4, с. 175–194]
13	Характерні риси художніх стилів світової культури. Стили античності	ЛР 6 Античні стилі світової культури	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 6), підготовка до виконання ЛР 6	4	[1, с. 205–220; 4, с. 35–52; 5, с. 11–30]
14	-	-	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 6), підготовка до захисту ЛР 6.	4	[1, с. 205–220; 4, с. 35–52; 5, с. 122–42]
15	Характерні риси художніх стилів	ЛР 7 Художні стилі Середньовіччя. Сучасні	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 7), підготовка до	4	[4, с. 124–141; 5, с. 32–86]

	Середньовіччя. Сучасні стилі	стилі	виконання ЛР 7		
16	-	-	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 7), підготовка до виконання ЛР 7. Підготовка до тестового контролю (лек. 4-7)	5	[4, с. 124–141; 5, с. 90–142]
17	Характерні риси художніх стилів Середньовіччя. Сучасні стилі	ЛР 7 Художні стилі Середньовіччя. Сучасні стилі	Опрацювання теоретичного матеріалу (лек. 7). Підготовка до виконання та до захисту ЛР 7. Підготовка до тестового контролю (лек. 4-7)	4	[4, с. 142–157; 5, с. 182–250]

Примітка. *Лекції плануються по 2 год. раз на два тижні. Якщо у навчальному плані в непарних семестрах запланована 1 год. аудиторних занять на тиждень, то фактична кількість годин становитиме 18 – по чисельнику, 16 – по знаменнику.

Політика дисципліни

Організація освітнього процесу з дисципліни відповідає вимогам положень про організаційне і навчально-методичне забезпечення освітнього процесу, освітній програмі та навчальному плану. Студент зобов'язаний відвідувати лабораторні заняття згідно з розкладом, не запізнюватися на заняття, домашні завдання виконувати відповідно до графіка. Пропущене лабораторне заняття студент зобов'язаний опрацювати самостійно у повному обсязі і відвітати перед викладачем не пізніше, ніж за тиждень до чергової атестації. До лабораторних занять студент має підготуватися за відповідною темою і проявляти активність. Набутті особою знання з дисципліни або її окремих розділів у неформальній освіті зараховуються відповідно до Положення про порядок перезарахування результатів навчання у ХНУ (вебсайт Університету (<https://khmnu.edu.ua/>): розділ «Нормативні документи», рубрика – «Положення», сторінка – «Положення про організацію освітньої діяльності».).

При виконанні лабораторних робіт з дисципліни студент має дотримуватися політики доброчесності. У разі виявлення плагіату він отримує незадовільну оцінку і має виконати лабораторну роботу за новою темою.

Критерії оцінювання результатів навчання

Кожний вид роботи з дисципліни оцінюється за інституційною чотирибальною шкалою і виставляється в електронному журналі обліку успішності. Семестрова підсумкова оцінка визначається як середньозважена з усіх видів навчальної роботи, виконаних і зданих студентом позитивно, з урахуванням коефіцієнта вагомості і розраховується в автоматизованому режимі за відповідною програмою.

Оцінка, яка виставляється за лабораторне заняття, складається з таких елементів: знання теоретичного матеріалу з теми роботи; якість графічної частини лабораторних робіт; вільне володіння студентом спеціальною термінологією і уміння професійно обґрунтувати прийняті рішення; своєчасний захист лабораторної роботи.

Структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання студентів денної форми здобуття освіти у семестрі за ваговими коефіцієнтами

Аудиторна робота							Контрольні заходи		Семестровий контроль, залік
Лабораторні роботи №:							Тестовий контроль		За рейтингом
1	2	3	4	5	6	7	Т 1-4	Т 5-7	
ВК*:							0,7		0

Умовні позначення: Т – тема дисципліни; ВК – ваговий коефіцієнт

Оцінювання тестових завдань

Тематичний тест для кожного студента складається з тридцяти тестових завдань, кожне з яких оцінюється одним балом. Максимальна сума балів, яку може набрати студент, складає 30.

Оцінювання здійснюється за **чотирибальною** шкалою.

Відповідність набраних балів за тестове завдання оцінці, що виставляється студенту:

Сума балів за тестові завдання	1–17	18–22	23–27	28–30
Оцінка за 4-бальною шкалою	2	3	4	5

На тестування відводиться 20 хвилин. Правильні відповіді студент записує у талоні відповідей. Студент може також пройти тестування і в он-лайн режимі у Модульному середовищі для навчання.

При отриманні негативної оцінки тест слід перездати до терміну наступного контролю.

Підсумкова семестрова оцінка за інституційною шкалою і шкалою ЄКТС встановлюється в автоматизованому режимі після внесення викладачем усіх оцінок до електронного журналу. Співвідношення вітчизняної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС наведені у таблиці.

Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Інституційна інтервальна шкала балів	Інституційна оцінка, критерії оцінювання
A	4,75–5,00	Зараховано
B	4,25–4,74	
C	3,75–4,24	
D	3,25–3,74	
E	3,00–3,24	
FX	2,00–2,99	Незараховано
F	0,00–1,99	

Питання для самостійного контролю результатів навчання

1. У чому різниця між науками естетика та естетика товарів?
2. Охарактеризуйте предмет естетики?
3. Що складає категорії естетики?
4. Що означає процес естетичного освоєння дійсності?
5. Що загального та в чому відмінність між поняттями «естетичне сприйняття та естетична оцінка»?
6. Яке місце займають естетичні потреби серед інших потреб споживачів?
7. Естетичні властивості товарів: сутність та значення.
8. Які показники споживчих властивостей відносять до комплексних?
9. Класифікація естетичних властивостей.
10. Методи та принципи естетичної оцінки товарів.
11. Що включає показник інформаційної виразності?
12. Які одиничні показники поєднує показник цілісності композиції?
13. Що виражає комплексний показник досконалості виробничого виконання та стабільності товарного вигляду?
14. Яка загальна модель оцінки естетичних властивостей?
15. Чим відрізняються поняття естетичної міри: «загальної», «реальної» та «повної»?
16. Які методи естетичної оцінки Вам відомі?
17. Яка типова процедура проведення естетичної оцінки?
18. Які показники виділяють для проведення естетичної оцінки?
19. Які методи використовують для проведення естетичної оцінки?
20. Що таке дизайн?
21. Що є об'єктом дизайну?
22. Що таке графічний дизайн?
23. Які особливості дизайну середовища?
24. Чим відрізняються художня та технічна конструкції?
25. Що таке форма?
26. Що є основою форми дизайну?
27. У чому полягає відмінність елементарної форми від базової?
28. Що таке класична форма?
29. Які закономірності розвитку форми?
30. Що означає поняття «кольорова палітра»?
31. Загальні поняття і принципи створення композиції товарів
32. Основні види композиції.
33. Що є категоріями композиції?
34. Що означає гармонійна цілісність композиції?
35. Які існують види симетрії?
36. Які розрізняють засоби композиції?
37. Принципи та закони композиції.
38. Піраміда композиції.
39. Цілісність композиції.
40. Тектоніка в композиції.
41. Пропорція як засіб створення композиції.
42. Масштаб як засіб створення композиції.
43. Контраст як засіб створення композиції.
44. Нюанс як засіб створення композиції.
45. Симетрія як засіб створення композиції.

46. Асиметрія як засіб створення композиції.
47. Ритм як засіб створення композиції.
48. Метр як засіб створення композиції.
49. Колір як засіб створення художньої виразності товарів.
50. Орнамент та його роль у композиції.
51. Вплив кольору в дизайні на споживача.
52. Зорові ілюзії: різновиди та особливості використання.
53. Об'єкти, що обманюють сприйняття.
54. Використання зорових ілюзій в мистецтві.
55. Оптичні ілюзії в дизайні товарів: привертаємо увагу приємним обманом.
56. Сучасний оп-арт та його митці.
57. Дизайн упаковки як фактор впливу на вибір покупця.
58. Основні підходи до розроблення дизайну упаковки.
59. Маркування як важливий елемент дизайну упаковки.
60. Сучасні тренди у дизайні упаковки.
61. Терміни «стиль», «художній стиль».
62. Структура стилю художньої культури.
63. Основні художні стилі світової культури.
64. Особливості художнього стилю Стародавнього Єгипту.
65. Художній стиль Стародавньої Греції.
66. Художній стиль Стародавнього Риму.
67. Романський стиль.
68. Готичний стиль.
69. Стиль ренесанс.
70. Стиль епохи відродження
71. Стиль бароко.
72. Стиль рококо.
73. Стиль класицизм.
74. Стиль ампір.
75. Стиль модерн.
76. Особливості сучасного стилю.

Рекомендована література

Основна

1. Етика та естетика: навчальний посібник / За ред. В. Л. Петрушенко. – Львів: вид-во «Новий світ», 2020. – 304 с.
2. Кузнєцова Н. В. Естетика товарів і дизайн : навч. посіб. / Н. В. Кузнєцова, М. В. Нечипорук. – Харків: ХАІ, 2011. – 122 с.
3. Михайленко В.С. Основи композиції: навчальний посібник / В. С. Михайленко, М. І. Яковлев. – К.: Каравела, 2018. – 304 с.
4. Батаєва К. Візуальне від античності до постсучасності : навчальний посібник / К. В. Батаєва. – Київ : Кондор-Видавництво, 2017. – 242 с.
5. Липа К. Історія архітектурних стилів, великих і не дуже / Катерина Липа. – К. : Віхола, 2024. – 272 с..

Допоміжна

1. Зайцева В. І. Практика композиції навчальний посібник для студентів закладів вищої освіти / Зайцева В. І. – К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2021. – 116 с..
2. Бразелл Дерек. Як стати успішним ілюстратором / Дерек Бразелл, Джо Девіс ; пер. с англ. Л. Базь, Т. Кривов'яз – К. : ArtHuss, 2019. – 208 с.
3. Емброуз Гевін Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова / Гевін Емброуз, Найджел Оно-Біллсон ; пер. с англ. – К. : ArtHuss, 2019. – 192 с.