

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет дошкільної і технологічної освіти
Кафедра педагогіки та методики технологічної освіти

«Допущено до захисту»
 Завідувач кафедри
 _____ Савченко Л.О
 «__» _____ 2023 р.

Реєстраційний № _____
 «__» _____ 2023р.

**ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ НА УРОКАХ
 ТЕХНОЛОГІЇ ПРИ СТВОРЕНІ ФІРМОВОГО СТИЛЮ**

Кваліфікаційна робота студентки
 групи ТНІм–22
 ступінь вищої освіти «магістр»
 014.10 Середня освіта (Трудове
 навчання та технології)
 Мозги Оксани Юріївни

Керівник: доктор пед.наук, професор
 Савченко Л.О.

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS __ Кількість балів _____

Голова ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

_____ (підпис) (прізвище, ініціали)

_____ (підпис) (прізвище, ініціали)

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Мозга Оксана Юріївна, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомена. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.



ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ НА УРОКАХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	7
1.1. Методи формування дизайнерської компетентності на уроках технологій.....	7
1.2. Роль вчителя у формуванні дизайнерської компетентності.....	13
1.3. Застосування інтерактивних методів навчання.....	16
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ДИЗАЙНУ.....	24
2.1. Технологія створення фірмового стилю.....	24
2.2. Використання програмного забезпечення для створення дизайну.....	30
2.3. Використання фірмового стилю в різних медіа просторах.....	34
Висновки до розділу 2.....	40
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ КАФЕДРИ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ.....	43
3.1. Пошук аналогів та їх аналіз.....	43
3.2. Концепція та основні етапи розробки фірмового стилю.....	46
3.3. Розрахунки собівартості продукції.....	57
Висновки до розділу 3.....	59
ВИСНОВКИ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
ДОДАТОК.....	69
Додаток А.....	69
Додаток Б.....	70
Додаток В.....	71

ВСТУП

Актуальність. На уроках технологій можна не лише досліджувати основи дизайну та розвивати технічні навички, але також вивчати технології створення фірмового стилю, розробку логотипу, вибір кольорів та шрифтів, обробку фотографій та інші аспекти дизайну, які необхідні для створення ефективного фірмового стилю.

Однак, для того, щоб створити ефективний фірмовий стиль, потрібні фахівці з дизайну, які мають повний комплекс знань, умінь та навичок для створення візуального образу бренду. Тому важливо формувати дизайнерську компетентність у молоді, щоб вони могли стати фахівцями в цій галузі, забезпечити розвиток бізнесу та створення якісного продукту на ринку.

Тема "Формування дизайнерської компетентності учнів на уроках технологій при створенні фірмового стилю" є актуальною через зростання ролі дизайну як складової ефективної комунікації брендів та підприємств.

В дослідженні даної теми взяли участь такі науковці, як Палагнюк О.М., Гаврилюк Х.А., Кінах В.М., Марусяк Р.Ю. та інші. Вони досліджували питання формування дизайнерської культури, розвитку креативності учнів, використання інноваційних методів навчання на уроках технологій.

Відповідно до їх досліджень, вивчення дизайну та формування дизайнерської компетентності учнів є важливою складовою розвитку особистості учня, що залежить від рівня володіння знаннями та практичними навичками з цієї галузі. Дослідження даних науковців вказують на актуальність питання формування дизайнерської компетентності учнів на уроках технологій при створенні фірмового стилю.

Створення фірмового стилю є складним процесом, в основі якого лежать дизайнерські рішення, які мають допомогти компанії відразу ж виділитися на ринку. Однак, для реалізації ідеї фірмового стилю необхідно

мати не тільки вміння розробити концепцію, а й компетентно володіти знаннями в області дизайну.

Одним зі шляхів формування дизайнерської компетентності учнів може стати включення освітньої технології навчання фірмовому стилю в контексті уроків технологій. Дослідження цього процесу та визначення оптимальних методів формування дизайнерської компетентності учнів.

Таким чином, формування дизайнерської компетентності учнів на уроках технологій при створенні фірмового стилю є важливим елементом їх освіти та допомагає створити фахівців з дизайну, які зможуть створити ефективний фірмовий стиль та забезпечити розвиток бізнесу. В сучасних умовах, які характеризуються швидким темпом розвитку технологій та постійною зміною потреб і смаків споживачів, компанії мають роздумувати про створення фірмового стилю, який би дозволяв їм не тільки залучати нових клієнтів, але й зберігати здобуті раніше позиції.

Мета дослідження - теоретично обґрунтувати та практично перевірити формування дизайнерської компетентності на уроках технологій при створенні фірмового стилю та розроблення рекомендацій для оптимізації процесу. Відповідно до мети дослідження були поставлені такі **завдання**:

- Вивчення поняття «дизайнерська компетентність».
- Структура, компоненти, показники сформованості дизайнерської компетентності учнів на уроках технологій.
- Обґрунтування та впровадження комп'ютерних технологій при створенні фірмового стилю.
- Розробити дизайн-проект «Фірмовий стиль кафедри технологічної та професійної освіти».

Об'єкт дослідження - навчальний процес в сучасній школі.

Предметом дослідження - формування дизайнерської компетентності учнів на уроках технологій при створенні фірмового стилю.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження були використані такі методи: аналітично-системний підхід, збір та аналіз

наукової літератури, педагогічне спостереження, самоспостереження, експертне оцінювання, самооцінювання, метод комбінування, порівняльний аналіз, метод вимірювання, метод синтезу.

Апробацію результатів роботи проведено у ході оприлюднення теоретичних і практичних висновків та узагальнень під час виступів на таких конференціях:

«Модернізація змісту освіти у підготовці майбутніх професійно-педагогічних фахівців»: матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції (м. Кривий Ріг, Криворізький державний педагогічний університет, 21 квітня 2023 р.); Всеукраїнська студентська науково-практична конференція «Актуальні проблеми професійної та технологічної освіти: погляд у майбутнє», Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини (дистанційно) 04 квітня 2023 року

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, висновків, списку використаних джерел, додатка. Обсяг основного тексту – 61, загальний обсяг роботи складає 71 сторінку.

РОЗДІЛ 1

ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ НА УРОКАХ ТЕХНОЛОГІЙ

1.1. **Методи формування дизайнерської компетентності на уроках технологій**

Дизайнерська компетентність - це здатність створювати оригінальні й привабливі дизайни, використовуючи різні інструменти та техніки, а також розуміти та виконувати задачі, пов'язані з дизайном. Ця компетентність є необхідною у багатьох професіях, особливо в області мистецтва та дизайну, і може бути розвинена на уроках технологій [13].

Один з найбільш ефективних методів формування дизайнерської компетентності включає в собі використання технік візуалізації й пропорцій, вивчення кольорової гами та графічних елементів, а також розуміння основного дизайну.

Завдання до уроку технологій можуть включати створення власного логотипу, плакату, дизайну фірмових карток, та інших графічних проектів. Учні можуть бути натхненними відомими роботами або об'єктами й більш реалістично виконати ідеї за допомогою вчительських настанов.

Крім того, педагоги можуть проводити дискусії про зразковий дизайн під час уроків технологій, щоб зняти блокування та надати імпульс учнівської творчості. Студенти, в свою чергу, повинні бути зобов'язані досліджувати й обговорювати відомий дизайн, визначаючи його елементи й суть.

У результаті, розуміння та практика графічного дизайну зростає, а учні дізнаються про способи використання різних технік та інструментів при створенні дизайнерських проектів. Крім вищезгаданих методів, існують й інші методи формування дизайнерської компетентності на уроках технологій.

Проектне навчання – це метод навчання, який дає можливість учням самостійно вирішувати питання та задачі, створювати проекти, досліджувати та розробляти рішення відповідно до своїх інтересів та потреб. Учні мають можливість встановлювати мету свого навчання, планувати та контролювати процес їх виконання, використовуючи для цього різноманітні методи та інструменти [17].

Проектне навчання може бути застосовано в різних галузях навчання, включаючи технологію. Використання проектного навчання на уроках технологій дозволяє учням розробляти дизайн проектів від концепції до втілення в життя. Це допомагає студентам у розвитку креативності та інноваційного мислення, яке є важливим аспектом для розвитку дизайнерської компетентності.

Проектне навчання дозволяє учням розвивати такі навички, як планування та організація своєї роботи, аналіз та інтерпретація інформації, творчий підхід до розв'язання завдань, ефективна комунікація та співпраця з іншими.

Одним із головних переваг проектного навчання є те, що учні мають можливість розробити індивідуальний підхід до навчання, що відповідає їхнім потребам та особливостям. Також він дозволяє підвищити інтерес учнів до навчання, стимулює самостійне навчання та розвиток творчої активності учнів.

У підсумку, проектне навчання є ефективним методом для формування дизайнерської компетентності на уроках технологій, оскільки дозволяє учням розвивати творчі здібності та практичні навички, розширювати свої знання, практикувати самостійність та творчу думку.

Цільове моделювання - це метод створення моделей, які дають змогу передбачити результати процесу або діяльності, та визначити вплив різних факторів на ці результати. У технологічному навчанні цільове моделювання може застосовуватися для розробки та впровадження дизайн-проектів [24].

Цільове моделювання дозволяє створювати моделі, які допомагають визначити потребу в ресурсах для виробництва продукту, зрозуміти складні процеси виготовлення продукту та застосувати цю інформацію для відповідного проектування та виробництва.

Одним з головних переваг цільового моделювання є те, що воно дозволяє передбачити результати процесу, перед тим, як його розпочати, тим самим зменшуючи кількість помилок. Крім того, цей метод дозволяє визначити, які фактори мають найбільший вплив на результат та змінювати їх залежно від потреб виробництва. Це допомагає зменшити витрати нарощування продуктивності, збільшення якості та інші параметри.

В цілому, цільове моделювання є важливим інструментом при розробці та реалізації дизайн-проектів на уроках технологій. Воно дозволяє учням реалізувати свої ідеї та проекти з максимальної ефективністю та досить точно зрозуміти, які наслідки будуть визначальними в конкретних ситуаціях.

Діалоговий підхід та відкрите спілкування - це методи навчання, які максимально задіяні у процесі реалізації компетентнісного підходу та виховання учнів у дусі демократії та поваги до інших [15].

Діалоговий підхід у навчанні дає можливість учням активно взаємодіяти з вчителем та один з одним, обмінюватися своїми думками та ідеями, висловлювати свої погляди на різні питання. Взаємодія з учителем на основі діалогу допомагає учням краще розуміти навчальний матеріал, розробляти критичне мислення та вирішення проблем, а також розвивати свої комунікативні навички.

Відкрите спілкування є дуже важливим елементом діалогового підходу, оскільки воно стимулює учнів вільно і відкрито висловлювати свої думки та ідеї, взаємодіяти зі своїми однолітками та з учителем. Відкрите спілкування допомагає учням розвивати свою соціальну компетентність, розвивати позитивне ставлення до інших та виховувати в них повагу до думок інших людей.

Одним із головних переваг діалогового підходу та відкритого спілкування є те, що вони допомагають учням у розвитку своєї особистості засобами живого спілкування. Крім того, ці методи сприяють вихованню в учнів відповідальності, самостійності та лідерських якостей.

У навчальних процесах, особливо на уроках технологій, діалоговий підхід та відкрите спілкування є ефективними інструментами, які дозволяють учням створювати нові ідеї та взаємодіяти для досягнення спільних цілей. Вони також допомагають у розвитку командної роботи та практикуванні взаємодії в колективі [10].

Дизайнерська компетентність має важливе значення для розвитку творчої особистості та успішної професійної діяльності в сучасному світі. Для формування цієї компетентності вчителі мають використовувати різноманітні методи, які дозволяють розвивати творчі та технічні навички учнів. Основні методи формування дизайнерської компетентності:

Креативність - це здатність мислити нестандартно та знаходити непередбачувані рішення. Для розвитку цієї здатності, вчителі можуть використовувати різноманітні методи, такі як: вправи на розвиток мислення, логіки та перспективного мислення, імпровізаційні вправи тощо [16].

Рисунок є ключовою складовою дизайну, який дозволяє передати образи та відображати світ довкола нас. Вчителі можуть використовувати вправи на розвиток малюнка, складання композицій у малюнку та навчання мистецької грамотності, щоб учні могли створювати естетично привабливі дизайн-проекти.

Графічні редактори є важливим інструментом в роботі з дизайном. Вчителі можуть навчити учнів працювати з інтерфейсом цих редакторів та вміння використовувати їхні функції та можливості. Це дає можливість учням створювати привабливі та ефективні дизайн-проекти.

Розвиток інфографічних та дизайнерських навичок. Інфографіка - це складний графічний образ, що стисло передає інформацію або дає змогу

побачити її в новому світлі [11]. Вчителі можуть навчити учнів розуміти, як функціонують інфографіки та розвивати їх дизайнерські навички.

Створення проєктів з реальними бізнес-моделями. Проєкти з реальними бізнес-моделями дають учням можливість створювати дизайн-проєкти, що відповідають потребам бізнесу, у той же час розвивається творчість та дизайнерські навички.

Взаємодія та комунікація з експертами. Взаємодія з експертами може допомогти учням стати більш професійними та досвідченими в дизайні. Вчителі можуть заохочувати учнів зв'язуватися з експертами і проводити з ними зустрічі та інтерв'ю, щоб навчитися від них.

Усі ці методи можуть бути використані вчителями під час процесу вивчення дизайну, щоб допомогти учням стати більш кваліфікованими та досвідченими в цій сфері. Основні методи формування дизайнерської компетентності на уроках технологій:

Під час уроків технологій вчителі можуть включати в програму вивчення основних принципів та історії дизайну, включаючи приклади відомих творів. Це дозволяє учням бачити точку зору в формуванні дизайну та використовувати знання у своїх передачах.

Креслення та малювання є ключовими навичками у дизайні, що дозволяють створювати точні та геометричні форми. Вчителі можуть тренувати учнів на принципах креслення, використовуючи різноманітні інструменти та техніки.

У сучасному світі основним інструментом у дизайні є графічний редактор. Цей інструмент дозволяє створювати привабливі чи технічно грамотні дизайн-проєкти. Вводити графічні редактори до процесу навчання може допомогти учням дізнатися про функції та можливості цього важливого інструменту.

Управління проєктами допомагає учням крок за кроком навчитися працювати над власними дизайн-проєктами, щоб досягти кінцевої мети. Це

може допомогти студентам зберігати керівництво над своїм проектом, вони можуть навчитися планувати час та управляти ресурсами.

Дизайнери часто працюють у командах, тому навчитися працювати у подібних командах - це важлива частина розвитку дизайнерської компетентності. Викладачі можуть навчити учнів працювати як команда, керуючись основними принципами співпраці та сумісної роботи, що дозволяє створювати якісні дизайн-проекти.

Учні можуть навчитися взаємодіяти з іншими професіоналами (наприклад, майстернями, різними компаніями чи підприємствами), допомагаючи розробляти свої навички дизайну та вести діалог з сучасними професіоналами у межах даної сфери.

Разом, ці методи можуть бути використані у вивченні дизайну на уроках технологій, щоб допомогти учням отримати практичні навички, які будуть потрібні в майбутньому. Усі ці методи можуть відіграти визначальну роль у формуванні дизайнерської компетентності на уроках технологій і дозволяють учням навчитися, як створювати привабливі, практичні та ефективні дизайн-проекти, застосовуючи різноманітні інструменти та техніки.

Таким чином дизайнерська компетентність – це здатність і вміння дизайнера творчо розв'язувати завдання з використанням своїх знань, навичок і досвіду в галузі дизайну. Вона включає у себе розуміння основних принципів дизайну, знання про технічні можливості і обмеження, вміння працювати з різними дизайн-інструментами і програмними засобами, вміння спілкуватися і працювати в команді, а також постійне професійне самовдосконалення.

Компетентний дизайнер може належним чином вирішувати завдання з розробки дизайн-концепцій, створювати зручні і красиві веб-сайти, рекламні матеріали, логотипи, ілюстрації, упаковку тощо. Він може ефективно працювати з клієнтами, збирати від них вимоги і розробляти правильну дизайн-стратегію. Крім того, компетентний дизайнер може аналізувати

конкурентні середовища і ринкові тенденції, враховувати потреби і побажання цільової аудиторії та вміло взаємодіяти свої ідеї й рішення.

1.2. Роль вчителя у формуванні дизайнерської компетентності

Роль вчителя в формуванні дизайнерської компетентності учнів полягає в тому, щоб забезпечити оптимальні умови для розвитку творчих та технічних навичок студентів в цій галузі. Вчителю необхідно мати достатній досвід та знання в області дизайну та можливості використовувати різні методи, які дозволяють формувати компетентності учнів.

Обґрунтування навчальних цілей та завдань. Вчителі повинні зрозуміти свою роль у формуванні дизайнерської компетентності та обґрунтувати наукові цілі та завдання у відповідності з рівнем підготовки учнів та актуальними вимогами ринку праці.

Визначення методів та засобів, які використовуються для формування дизайнерської компетентності. Вчителі повинні розуміти методи, необхідні для формування компетентності, та засоби, які використовуються у процесі навчання, включаючи різноманітні підходи, які розвивають творчі чи технічні навички [4].

Підготовка та розроблення плану навчальних занять. Вчителям потрібно ретельно підготуватися до кожного заняття, включаючи планування активності, керівництво креативними проектами та обробку етапів роботи учнів.

Виховання креативної особистості студентів. Від вчителів залежить, щоб учні розуміли та розвивали свій творчий потенціал, прагнули до нового і незвичайного, та були здатні до праці, аналізу та критичного мислення.

Проведення теоретичних та практичних занять. Вчителі повинні визначити послідовність навчання, з урахуванням вікових, індивідуальних та соціально-економічних факторів. Вони повинні проводити різні типи занять, особливо практичні заняття, що дозволяють розвивати практичні навички.

Розроблення методів оцінки. Вчителі мають розробити методики оцінки компетентності учнів з дизайну, що включають як теоретичну, так і практичну частину .

Таким чином, вчителі мають визнати важливість своєї ролі у формуванні дизайнерської компетентності своїх учнів. Вони повинні мати достатні знання та досвід, які дають змогу розвивати творчі та технічні навички та забезпечувати умови для розвитку креативності і технологій у навчанні.

Роль вчителя у формуванні дизайнерської компетентності. Роль вчителя у формуванні дизайнерської компетентності в учнів полягає в тому, щоб допомогти учням розвинути творчу мислення та розуміння дизайну як процесу та продукту [8]. Вчителі повинні викладати базові концепції та техніки дизайну, давати можливості для експериментування та вдосконалення проектів, а також спонукати учнів до пошуку та прояву власної творчості.

Крім того, вчителі повинні допомагати учням знаходити та аналізувати зразки дизайну, включаючи інформацію про тенденції та історію дизайну. Вчителі можуть також призначати завдання, які вимагають використання різноманітних дизайнерських методів та інструментів, щоб допомогти учням розвивати практичні навички та здатність до реалізації проектів.

Важливо, щоб вчителі виявляли індивідуальні потреби та інтереси учнів у дизайні, та спрямовували їхні зусилля на їхніх унікальних можливостях та перевагах. Вчителі повинні також підтримувати позитивний ставлення до подальшого навчання та вдосконалення, що є необхідним для досягнення успіху в галузі дизайну.

Вчителі у галузі дизайну мають велику роль у формуванні дизайнерської компетентності учнів. Основна мета вчителя - допомогти учням розвинути творче мислення та розуміння дизайну як процесу та продукту [1].

Для досягнення цієї мети, вчителі повинні викладати базові концепції і техніки дизайну. Інші моменти, на які вчителі мають звернути увагу, є: вдосконалення проектів через можливості для експерименту, спонукання до творчого пошуку та показу власної творчості, знаходження та аналізу зразків дизайну з фокусом на модних тенденціях та історії дизайну, надання учням завдань, що вимагають використання різних дизайнерських методів та інструментів.

Вчителі, які викладають дизайн, повинні мати високий рівень досвіду і знань у цій галузі. Вони мають бути активними партнерами у процесі навчання своїх учнів, обмінюватися досвідом і знаннями з іншими вчителями, студентами і фахівцями в галузі дизайну.

Вчителі повинні допомагати учням знаходити власну творчість і розділяти їхні інтереси в цій області. Вони повинні підтримувати учнів в розвитку їхнього візуального мислення і технічних навичок використовуючи різні технічні інструменти, програми і методики навчання.

Також відігравати роль наставників, допомагаючи учням зрозуміти, що дизайн - це процес, а не просто результат, і що найкращі результати можуть бути досягнуті, перебуваючи в постійному пошуку нових ідей та експериментів [42]. Вони мають наставляти учнів, щоб вони знаходили і досліджували різні техніки, стилі та напрямки дизайну, а також навчати їх критично оцінювати свої творчі результати та знаходити шляхи їх покращення.

Вчителі повинні бути постійно відкриті для нових тенденцій і напрямів у галузі дизайну, та працювати над покращенням і своїх власних знань і творчих навичок. Це дасть їм можливість бути ефективними учасниками у формуванні дизайнерської компетентності учнів і допомагати їм успішно адаптуватися до змін у цій галузі у майбутньому.

Роль вчителя ще полягає в пошуку і відкритті індивідуальних потреб та інтересів і передбачення різних шляхів їх розвитку в галузі дизайну. Вчителі повинні також допомагати виховання позитивного ставлення учнів до

подальшого навчання та вдосконалення, що є необхідним для успіху в галузі дизайну [42].

В цілому, роль вчителя у формуванні дизайнерської компетентності включає в себе ряд підходів і дій, спрямованих на стимулювання творчих здібностей і розвиток практичних навичок учнів. Вчителі повинні бути готові до співпраці та взаємодії з учнями, активно стимулювати їхні здібності та навчання та постійно оновлювати та поповнювати свої знання у цій галузі. Роль вчителя у формуванні дизайнерської компетентності на уроках дизайну полягає в пошуку та реалізації оптимальних підходів для стимулювання творчістю та розвитку практичних та технічних навичок учнів. Вчителі повинні вести учнів до розуміння дизайну як процесу, а також спонукати їх до здатності до узагальнення та проведення критичного аналізу дизайну.

1.3. Застосування інтерактивних методів навчання

Інтерактивні методи навчання - це ефективний підхід до навчання, який активно залучає студентів до процесу навчання та сприяє усвідомленню матеріалу. Основні переваги використання інтерактивних методів - це розвиток критичного мислення, підвищення мотивації до навчання і збільшення рівня засвоєння знань [41].

Декілька з основних інтерактивних методів навчання:

Групова робота - створює умови для спільної роботи студентів над проектом або задачею. Групова робота дозволяє учням навчатися взаємодії та комунікації, обмінюватися знаннями та поглядами, розвивати навички співпраці та вирішення проблем.

Круглий стіл - є відкритим обговоренням певного питання, на якому кожен учасник змагається за свою точку зору. Цей метод допомагає студентам розвинути навички слухання, висловлювання своїх позицій та спростування аргументів.

Мозковий штурм - це метод, який дозволяє генерувати якнайбільшу кількість ідей та рішень на певну проблему або задачу. Цей метод допомагає студентам розвивати критичне мислення та творчість, знаходити нові ідеї та рішення.

Рольова гра - це метод, який сприяє розвитку комунікативних навичок та спілкування, дозволяє студентам практикувати рольові знання та навички, спостерігати за іншими учасниками та використовувати нові знання в практиці.

Використання інтерактивних методів навчання дозволяє студентам бути активними учасниками в навчальному процесі та збільшує ефективність навчання. Вчителі, які використовують інтерактивні методи, можуть стимулювати студентів, розвивати їхні навички співпраці та ефективного взаємодії, а також допомогти їм глибше засвоїти ключові поняття та знання.

Використання інтерактивних технологій може бути дуже ефективним методом навчання. Такі технології дозволяють студентам бути більш активними учасниками у навчальному процесі та забезпечують більш інтерактивну та забавну навчальну атмосферу [18]. Ось декілька інтерактивних технологій, які можуть бути використані для покращення навчального процесу:

Віртуальна реальність. Ця технологія дозволяє створювати віртуальні середовища, де студенти можуть досліджувати та вивчати різні предмети. Наприклад, з використанням віртуальної реальності можна вивчати історію, математику, біологію тощо.

Віртуальна реальність - це технологія, яка дозволяє створювати імітацію реальних об'єктів та середовищ за допомогою комп'ютерних програм та спеціального обладнання. Вона дозволяє користувачу відчувати себе у віртуальному світі, де його дії та рухи взаємодіють з цим світом [30].

Віртуальна реальність є потужною технологією, яка може бути використана в різних галузях. Вона дозволяє створювати різні віртуальні середовища та імітації реальних об'єктів, що може бути корисним у багатьох

сферах людської діяльності. Інтерактивні дошки: такі дошки підключаються до комп'ютера та дозволяють студентам створювати та редагувати матеріал прямо на дошці. Це дозволяє більш ефективно презентувати матеріал та забезпечує більш інтерактивну навчальну обстановку.

Ігри та симулятори можуть бути використані для навчання різних предметів. Вони допомагають студентам не тільки засвоювати матеріал, але й розвивати навички, такі як креативність, логіка та співпрацю [5].

Ігри та симулятори є однією з основних галузей застосування віртуальної реальності. Вони створюють віртуальні світи, у яких користувач може зануритися та взаємодіяти з ними через спеціальний шолом VR або VR-окуляри.

Ігри віртуальної реальності дозволяють гравцеві бути в центрі подій, стати частиною віртуального світу та взаємодіяти з ним у реальному часі. Завдяки цьому, гравець може отримати більш реалістичне та енергійне враження від гри. Ігри VR зазвичай мають високу якість зображення та звуку, що дозволяє користувачу отримати максимально можливий досвід гри.

Симулятори віртуальної реальності також дуже популярні. Вони використовуються для тренування та навчання користувачів різних професійних навичок. Симулятори дозволяють відрізнити теорію від практики, тому що їх можна використовувати для тренування в різних сценаріях та умовах, що можуть бути складні або небезпечні для виконання в реальному житті.

Конструктори та маніпулятори. Такі технології дозволяють студентам створювати різні об'єкти та елементи у режимі реального часу. Вони можуть бути корисними для навчання фізики, інженерії, технології тощо.

Конструктори та маніпулятори - це ще один спосіб взаємодії з віртуальною реальністю. Вони складаються з контролерів, які користувачі можуть тримати в руках, та допомагають керувати об'єктами у віртуальному світі [25].

Конструктори віртуальної реальності дозволяють користувачам створювати власні моделі та об'єкти у віртуальному просторі. Вони зазвичай мають різні форми та розміри, що дозволяє користувачу створювати різноманітні конструкції та моделі. Деякі конструктори віртуальної реальності також мають можливість додавати фізику до моделей, що дозволяє взаємодіяти з ними у додатковий спосіб.

Маніпулятори віртуальної реальності дозволяють користувачам пересувати, масштабувати, обертати та взаємодіяти з об'єктами у віртуальному світі. Вони зазвичай мають датчики руху, що дозволяє користувачу взаємодіяти із зображенням у режимі реального часу. Маніпулятори дозволяють дуже точно та просто керувати об'єктами у віртуальному світі.

Конструктори та маніпулятори віртуальної реальності дозволяють користувачам маніпулювати об'єктами та створювати їх у віртуальному просторі. Вони забезпечують більш ефективну та легку взаємодію з віртуальним світом та сприяють розвитку та впровадженню новітніх технологій у різних галузях.

Інтерактивні веб-сайти, такі сайти містять різноманітні інтерактивні елементи, такі як відео, анімації, тести тощо, що допомагає студентам зрозуміти матеріал більш ефективно [19].

Інтерактивні веб-сайти - це сторінки в Інтернеті, на яких використовуються різноманітні технології, щоб забезпечити більш ефективну та цікаву взаємодію користувачів з контентом. Вони можуть містити елементи, які спілкуються з користувачем у режимі реального часу, відповідають на дії користувача або забезпечують інтерактивний досвід.

Інтерактивні веб-сайти можуть містити різні елементи, які забезпечують більш ефективну взаємодію з користувачами. До прикладів таких елементів можна віднести:

- Анімації та відео, які можуть відобразитися на сторінці та змінювати своє положення або форму в залежності від дій користувача.

- Інтерактивні форми, які дозволяють користувачам змінювати та введення різноманітних даних на сторінку.
- Інтерактивні графіки, які включають керування курсором, повертанням чи збільшенням-зменшенням масштабу.
- Інтерактивні картки, які дозволяють переглядати та змінювати вміст на картах.
- Музейні та виставкові сайти, де відвідувачі можуть вивчати експозиції віртуально.
- Інтерактивні книги, які дозволяють читачам взаємодіяти з вмістом та діяти в сюжеті.

Інтерактивні веб-сайти забезпечують нові можливості перегляду та взаємодії з контентом, наповнюють інтернет новим містом та можуть допомагати у популяризації різноманітних галузей та промисловості.

Використання інтерактивних технологій може бути надзвичайно ефективним методом навчання. Ці технології допомагають викликати зацікавлення у студентів та забезпечують більш інтерактивну та ефективну навчальну обстановку. Використання інтерактивних методів навчання дозволяє студентам бути активними учасниками в навчальному процесі та збільшує ефективність навчання. Вчителі, які використовують інтерактивні методи, можуть стимулювати студентів, розвивати їхні навички співпраці та ефективного взаємодії, а також допомогти їм глибше засвоїти ключові поняття та знання.

Висновки до розділу 1

Отже, застосування різноманітних методів та інтерактивних методів навчання є ефективними для формування дизайнерської компетентності на уроках технологій, оскільки дозволяють учням розвивати свої творчі та

проблемно-мислительні здібності, співпрацювати з однокласниками та отримувати зворотний зв'язок від вчителя і співучнів.

Однак, успіх у формуванні дизайнерської компетентності на уроках технологій залежить не тільки від використовуваних методів, але й від ролі вчителя у цьому процесі. Вчителі повинні бути експертами у своїй галузі та демонструвати власні дизайнерські навички, щоб надихати учнів на розвиток своєї творчості та створення власних проектів. Також вчителі повинні створювати сприятливі умови для творчості та самовираження учнів, давати можливість для вільного експериментування і прояву їхньої індивідуальності.

Одним з ефективних методів формування дизайнерської компетентності на уроках технологій є застосування інтерактивних методів навчання. Вони дозволяють учням активно залучатись до навчального процесу, співпрацювати з однокласниками, обмінюватись ідеями, ставити питання та розв'язувати завдання в команді.

Таким чином, формування дизайнерської компетентності на уроках технологій є важливою проблемою для сучасної освіти. Використання різноманітних методів та інтерактивних методів навчання може допомогти учням розвивати свої творчі здібності та практичні навички, що в свою чергу сприятиме їхньому майбутньому успіху в професійній сфері.

Формування дизайнерської компетентності учнів на уроках технологій використання сучасних технологій на уроках технологій може позитивно впливати на розвиток дизайнерської компетентності учнів. Важливо передбачати можливості для розвитку творчості та самовираження учнів, для чого потрібно створювати сприятливу атмосферу та давати можливість для вільного експериментування і прояву індивідуальності.

Застосування таких методів, як проектна діяльність, цільове моделювання, дефектологічний підхід та діалог учителя з учнем, дає можливість забезпечити розвиток творчих здібностей та виявити потенційні обдарування в учнів.

Метод проектного навчання дозволяє учням застосовувати свої знання та навички на практиці шляхом самостійного створення дизайн-проекту. Цільове моделювання дозволяє створювати моделі та прототипи продукту, що дає можливість учням проявити свої творчі та проблемно-мислительні здібності. Діалоговий підхід та відкрите спілкування дають можливість учням взаємодіяти один з одним, обмінюватись своїми ідеями та отримувати зворотний зв'язок, що допомагає вдосконалювати їх дизайнерські рішення.

Крім цього, використання інтерактивних методів навчання, таких як робота в групах, рольові ігри, дебати, може сприяти розвитку креативності та співпраці учнів.

Дизайнерська компетентність - це сукупність знань та навичок, необхідних для розробки ефективних та привабливих дизайнів. Це включає в себе розуміння принципів дизайну, вміння використовувати графічні програми, знання та розуміння процесів створення дизайну та його реалізації.

Дизайнерська компетентність також включає в себе здатність аналізувати та оцінювати дизайн, щоб забезпечити його ефективність та придатність для використання. Крім того, дизайнер повинен бути здатним працювати в команді, спілкуватися з клієнтами та розуміти їх потреби та вимоги.

Наприклад, дизайнер, який має високу компетентність, зможе створити ефективний та привабливий дизайн для сайту, який не тільки виглядає гарно, але й допомагає залучати клієнтів. Крім того, він зможе розробити дизайн для продукту, який буде функціональним, зручним у використанні та привабливим для споживачів.

Отже, використання сучасних технологій на уроках технологій є дієвим способом для розвитку дизайнерської компетентності учнів, що може позитивно впливати на їхній майбутній професійний розвиток та успіх у житті. Дизайнерська компетентність є важливою для успішної кар'єри в галузі дизайну та для створення ефективних та привабливих дизайнів.

Формування дизайнерської компетентності учнів на уроках технологій є надзвичайно важливою задачею для сучасної освіти. Застосування різноманітних методів та сучасних технологій дозволяє розвивати творчі здібності та практичні навички учнів, що сприяє їхньому майбутньому успіху в професійній сфері.

РОЗДІЛ 2.

ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ДИЗАЙНУ

2.1. Технологія створення фірмового стилю

Технологія створення фірмового стилю - це процес розробки і впровадження унікального вигляду, образу та комунікативної стратегії певної компанії, що допомагає такій організації побудувати пізнаваність та відокремитись від конкурентів [39].

Технологія створення фірмового стилю у учнів на уроках трудового навчання може включати такі етапи:

По-перше, ознайомлення з поняттям "фірмовий стиль" і його основними компонентами, такими як логотип, кольорова гама, шрифти, графічні елементи тощо. Пояснення значення фірмового стилю для підприємства або бренду.

Фірмовий стиль - це сукупність візуальних елементів, які використовуються компанією для побудови її бренду і створення пізнаваності серед аудиторії. Основними компонентами фірмового стилю є логотип, кольорова гама, шрифти та графічні елементи [27].

Логотип - це графічний символ або знак, що представляє компанію і відображає її цінності та ідентичність. Він може містити букви, символи або комбінацію обох. Логотип є важливим елементом фірмового стилю, оскільки він служить як головна візуальна ідентифікація компанії [28].

Кольорова гама - це палітра кольорів, яка визначається для компанії та використовується в усіх її матеріалах і комунікаціях. Корпоративні кольори можуть відрізнятися від інших конкурентів і мати символічне значення, що в деяких випадках співпадає зі змістом бренду [14].

Шрифти - певні шрифти або типографічні рішення використовуються для створення текстової частини фірмового стилю. Вони можуть використовуватися для заголовків, підзаголовків, основного тексту тощо [9].

Вибір шрифтів повинен відповідати стилістиці компанії і загальному образу бренду.

Графічні елементи - це ілюстрації, малюнки, геометричні фігури, текстури або будь-які інші графічні елементи, які використовуються для пізнаваності бренду. Вони можуть бути використані у рекламних матеріалах, веб-сайтах, упаковці тощо. Графічні елементи доповнюють логотип і кольорову гаму, створюючи єдиний ідентичний стиль [20].

Усі ці компоненти фірмового стилю взаємодіють між собою, створюючи єдиний і консистентний образ компанії. Вони допомагають встановити візуальну ідентифікацію бренду, забезпечують легку розпізнаваність і відрізняють компанію від конкурентів.

По-друге, аналіз прикладів фірмового стилю різних компаній. Учні можуть вивчати логотипи, кольорові схеми, шрифти тощо і аналізувати, яку інформацію вони відображають про компанію та який настрій вони створюють.

Аналіз фірмового стилю різних компаній може бути цікавим завданням для учнів, адже воно дозволяє розглянути візуальні елементи, які використовуються компаніями для відображення свого образу та цілей.

Один з очевидних елементів фірмового стилю - це логотип. Учні можуть вивчати різні логотипи, їх форму, кольорову гаму, символіку, шрифти та композицію. Важливо аналізувати, чи відповідає логотип цілям компанії та її цільовій аудиторії. Наприклад, компанія, яка працює у галузі дитячих іграшок, може мати яскравий, веселий та графічний логотип, щоб привернути увагу дітей і їх батьків.

Кольорові схеми також мають значення в фірмовому стилі компанії. Різні кольори можуть викликати різні емоції і асоціації. Наприклад, компанія, що пропонує послуги у галузі екології та сталого розвитку, може використовувати зелений колір, який символізує природу та сприяє асоціаціям з екологічністю.

Шрифти - це ще один елемент фірмового стилю, який можна проаналізувати. Різні шрифти мають свої характеристики і можуть передавати різний настрій. Наприклад, компанія у сфері технологій та інновацій може використовувати сучасний та стильний шрифт, щоб відображати свій прогресивний характер [9].

Аналізуючи всі ці елементи, учні можуть розглянути, яку інформацію вони відображають про компанію. Наприклад, логотип може передавати її основну сферу діяльності або її цінності. Кольори та шрифти можуть створювати певний настрій, що передається компанією.

Всі ці аналізи можуть допомогти учням краще розуміти важливість фірмового стилю та як візуальні елементи можуть впливати на сприйняття компанії кількістю та якістю своїх клієнтів.

По-третє, вибір теми для створення фірмового стилю. Учні можуть вирішити, що вони хочуть представити своїми стилями, наприклад, компанія з випуску рукоділля або ресторан зі свіжими сільськими продуктами.

Учні можуть створити свої логотипи, використовуючи папір і олівці, або скористатися графічними програмами. Існує багато програм для створення логотипів, таких як Adobe Illustrator, CorelDRAW, Canva, Logo Maker, і багато інших. Можна використовувати різні кольори, форми і шрифти, щоб створити унікальний і виразний логотип. Після створення логотипу його можна зберегти у цифровому форматі і використовувати на різних матеріалах, таких як веб-сайти, візитки, афіші тощо. Вони повинні враховувати тему компанії та використовувати елементи, які допомагають відрізнити їх бренд від інших [31].

Також учні повинні вибрати кольори, які відповідають їх темі та створюють певний настрій. Вони можуть провести дослідження кольорів і їх впливу на настрій людей. Підібрати шрифти, які відображають настрій їх компанії та легко та додати графічні елементи, які підкреслюють їх тему та стиль.

По-четверте, підготувати презентацію, в якій представлять свій фірмовий стиль, пояснивши вибір кольорів, шрифтів і графічних елементів, а також розкажуть про значення їх фірмового стилю для їх компанії. Провести презентацію свого фірмового стилю. Учні можуть провести презентацію перед класом, демонструючи свій фірмовий стиль і пояснюючи свої рішення.

В подальшому роздрукувати та використовувати свої логотипи та інші графічні елементи у своїх проектах, наприклад, при створенні пакетів рукоділля або меню для ресторану.

Ці етапи можуть бути призначені для проведення кількох уроків трудового навчання, де учні будуть активно працювати над створенням свого фірмового стилю і представляти його перед класом.

Фірмовий стиль потребує постійної підтримки та розвитку. Він повинен адаптуватися до змін у ринкових умовах та технологіях. Забезпечуйте постійну контроль за використанням фірмового стилю і оновлюйте його при необхідності [29].

Підтримка фірмового стилю включає в себе:

- Дотримання стандартів.
- Апаратні засоби та програмне забезпечення: Розробники повинні мати доступ до необхідного програмного забезпечення та інструментів для створення та редагування елементів фірмового стилю.
- Систему управління, де компанія може використовувати систему управління фірмовим стилем для зберігання та організації всіх елементів фірмового стилю, таких як логотипи, шаблони документів, фотографії тощо.
- Актуалізацію та розвиток Фірмових стилів. Це може включати зміну логотипу, апдейт кольорової палітри, вибір нових шрифтів тощо.
- Навчання і тренінги, що допомагає забезпечити єдність та професіоналізм у всіх аспектах взаємодії з клієнтами та громадськістю [21].

Постійна підтримка та розвиток фірмового стилю - це ключовий аспект побудови сильного бренду та створення позитивного враження про компанію у межах своєї аудиторії [26].

Крім цього, важливо пам'ятати, що створення фірмового стилю - це креативний процес, який вимагає здатності бачити велику картину, а також розуміння цілей. Створення фірмового стилю - це важливий етап у створенні ідентичності компанії та будівництві її бренду. Візуальні елементи, такі як логотип, кольорова схема і шрифти, допомагають компанії відрізнитися від конкурентів та створювати пізнаваність серед споживачів.

Аналізуючи різні компанії та їх фірмовий стиль, ми можемо побачити, як вони використовують візуальні елементи для передачі своїх цілей, цінностей та повідомлень [22]. Наприклад, компанія, яка працює у сфері технологій, може використовувати сучасний та мінімалістичний стиль, щоб показати свою інноваційність та передати повідомлення про актуальність своїх продуктів. У той же час, компанія, що працює у галузі дитячих товарів, може використовувати яскраві кольори та графічні елементи, щоб привернути увагу дітей та їх батьків.

Фірмовий стиль також допомагає створити єдність та послідовність у всіх комунікаціях компанії. Від веб-сайту та соціальних медіа до рекламних матеріалів та упаковки продуктів, всі ці елементи повинні мати спільний вигляд та передавати однакові повідомлення. Це допомагає підсилити бренд компанії і покращувати пізнаваність серед споживачів.

Фірмовий стиль також може сприяти побудові довіри та позитивного сприйняття компанії. Якщо візуальний образ компанії відповідає її цілям та цінностям, споживачі будуть більш нахильні до співпраці з нею. Естетика та якість фірмового стилю також можуть впливати на сприйняття якості продуктів чи послуг компанії.

Отже, створення фірмового стилю - це незамінний елемент успішної маркетингової стратегії. Візуальні елементи, що входять до його складу,

мають великий потенціал впливати на сприйняття компанії та побудову взаємовідносин зі споживачами.

Фірмовий стиль включає в себе логотип, кольори, шрифти, графічні елементи та інші візуальні атрибути компанії. Ці елементи допомагають створити унікальний образ компанії, який відрізняє її від конкурентів і сприяє пізнаваності бренду [2].

Логотип є важливою складовою фірмового стилю, оскільки він є головним елементом брендуння. Візуальний образ, який передається логотипом, повинен відповідати цілям і цінностям компанії та залишатися в пам'яті клієнтів.

Кольори також відіграють важливу роль у фірмовому стилі. Вони можуть викликати різні емоції і асоціації, тому вибір кольорів повинен бути узгодженим з повідомленням, яке компанія хоче передати. Наприклад, багато брендів використовують червоний колір, що сигналізує про енергію та пристрась.

Шрифти також відіграють не менш важливу роль у фірмовому стилі. Вони передають характер компанії і можуть мати різний вплив на сприйняття бренду. Наприклад, серифні шрифти часто використовуються компаніями, що мають класичний і елегантний стиль.

Графічні елементи, такі як фотографії, іконки та ілюстрації, також можуть бути важливими складовими фірмового стилю. Вони можуть допомагати створити специфічний образ компанії і виразити її цінності.

Всі ці візуальні елементи мають вплив на сприйняття компанії та формування взаємовідносин зі споживачами. Чим сильніше і цільніше фірмовий стиль, тим впевненіше і цілеспрямованіше компанія представлятиме себе клієнтам і конкурентам. Тому створення і розвиток фірмового стилю є важливою стратегічною задачею для будь-якої компанії[3].

2.1. Використання програмного забезпечення для створення дизайну.

Використання програмного забезпечення для створення дизайну є важливим етапом у розвитку фірмового стилю. Існує безліч програм, які можуть бути використані для створення різних візуальних елементів компанії, таких як логотипи, графічні елементи, презентації та інші матеріали.

Одним із найпопулярніших програмних засобів для створення дизайну є Adobe Creative Suite, що є набором професійних програм для створення дизайну, редагування зображень, створення векторної графіки та макетів. Включає в себе такі програми, як:

Adobe Photoshop - потужний редактор зображень, який дозволяє обробляти, ретушувати, маніпулювати і створювати зображення з нуля. Використовується для редагування фотографій, створення графічних ефектів і дизайну веб-сторінок [40].

Adobe Illustrator - векторний графічний редактор, який дозволяє створювати складні векторні зображення, логотипи, ілюстрації та інші графічні елементи. Цей інструмент дозволяє створювати масштабовані та кристалічно чисті графічні об'єкти [40].

Adobe InDesign - програма для створення макетів і публікацій, таких як журнали, книги, брошури та інші друковані матеріали. Індивідуальний дизайн дозволяє створювати багатосторінкові документи, надає інструменти для розміщення тексту, зображень та інших елементів дизайну [40].

Adobe Premiere Pro - програма для відеоредакції, яка дозволяє змонтувати і обробляти відео матеріали. Програма має повний набір інструментів для редагування, обрізання, обробки та візуальних ефектів відео [40].

Adobe After Effects - програма для створення спеціальних ефектів та анімації відео. Вона використовується для створення ефектів руху, візуальних ефектів і налаштування анімації [6].

Adobe Creative Suite є широко використовуваним інструментарієм серед дизайнерів, маркетологів та креативних професіоналів, оскільки надає безліч можливостей для творчого та професійного дизайну [6].

Photoshop використовується для редагування і обробки зображень, Illustrator - для створення векторної графіки, а InDesign - для створення макетів і друкованих матеріалів [6].

Існують також безкоштовні альтернативи для Adobe Creative Suite, такі як GIMP (аналог Photoshop), Inkscape (аналог Illustrator) та Scribus (аналог InDesign). Ці програми мають подібні функції і можуть бути використані для створення професійного дизайну за допомогою безкоштовного програмного забезпечення.

CorelDRAW – це програма для графічного дизайну, розроблена компанією Corel. Вона дозволяє створювати та редагувати векторну графіку, виконувати макетування та верстку, працювати з фотографіями та зображеннями, створювати ілюстрації, логотипи, банери, листівки, упаковки та інші елементи дизайну. CorelDRAW пропонує широкі можливості для творчості, включаючи набори інструментів для малювання, векторизації, трансформації, роботи з кольором, створення ефектів та фільтрів. Ця програма широко використовується професіоналами в галузі графічного дизайну, реклами, дизайну інтерфейсів, веб-дизайну, друкарні та інших суміжних галузей[12].

У деяких випадках для створення дизайну можна використовувати онлайн-сервіси, такі як Canva або Piktochart, які надають шаблони і інструменти для створення різних видів дизайну, включаючи соціальні медіа пости, презентації та інші матеріали.

Canva та Piktochart є онлайн-інструментами для створення графічних дизайнів та інфографік. Обидва інструменти мають інтуїтивний інтерфейс та

багатошарову структуру, що дозволяє користувачам створювати професійно виглядаючи графічні матеріали без необхідності великих навичок у дизайні [23].

Особливості Canva включають:

- Безліч готових шаблонів, які можна використовувати для створення соціальних медіа-пости, банерів, презентацій, брошур та ін.
- Можливість редагування тексту, додавання зображень та інші графічні елементи.
- Інтегровані інструменти для редагування колірної гами, налаштування кернінгу та інших типографських параметрів.
- Можливість спільної роботи над проектами та обміну матеріалами з іншими користувачами.

Пікточарт надає такі можливості:

- Більше шаблонів та варіантів дизайну для створення інфографік та презентацій.
- Можливість додавати анімацію та інтерактивні елементи до створених проектів.
- Інтегровані графічні елементи, які можна використовувати для створення соціальних медіа-пости, звітів та ін.
- Можливість імпортувати дані та створювати діаграми та графіки на основі цих даних.

Обидва інструменти є дуже зручними для користувачів без спеціальних навичок у графічному дизайні, оскільки надають багато варіантів готового дизайну та легко користуються. Вибір між Canva та Piktchart залежить від індивідуальних потреб і вимог користувачів [32].

Використання програмного забезпечення для створення дизайну необхідно здійснювати з урахуванням потреб і можливостей учнів. Важливо обрати програму, яка найбільше відповідає потребам учнів і забезпечує

можливість створення професійного дизайну. Деякі фактори, які можна врахувати, включають:

- Складність використання. Слід обрати програми, які мають простий та інтуїтивний інтерфейс, щоб учні могли швидко зрозуміти, як користуватися ними без необхідності в додатковому навчанні.
- Наявність шаблонів. Важливо переконатися, що програма має готові шаблони, які учні можуть використовувати для старту. Шаблони допоможуть створити професійні проекти без потреби великих навичок у дизайні.
- Можливість спільної роботи. Потрібно обрати програми, що дозволяють учням спільно працювати над проектами, обмінюватися файлами та коментарями. Це збільшить співпрацю та взаємодію між учнями.
- Доступність. Впевнитися, що програма доступна на потрібних платформах - комп'ютерах, планшетах чи мобільних пристроях. Це зробить створення дизайнів більш зручним та доступним для учнів.
- Можливість експортування проектів: слід обрати програму, що дозволяє експортувати готові проекти у різних форматах, таких як PDF, зображення або відео. Це дозволить учням демонструвати та ділитися своїми роботами з іншими.

Загалом, варто звернути увагу на простоту використання, наявність шаблонів та можливості спільної роботи, щоб обрати програмне забезпечення, яке найкраще відповідає потребам та можливостям учнів [7].

Використання програмного забезпечення для створення дизайну є важливим і необхідним етапом у розвитку фірмового стилю. В сучасному світі, де візуальний контент грає велику роль у сприйнятті бренду, професійно розроблений дизайн виступає як ключовий фактор успіху компанії.

За допомогою програмного забезпечення для дизайну можна створити унікальні та привабливі логотипи, веб-сайти, рекламні матеріали, брошури, постери, упаковку та багато іншого. Це дозволяє бренду розробляти свій

власний виразний стиль, що допомагає виділятися серед конкурентів та залучати цільову аудиторію.

Завдяки великому вибору функцій і інструментів, програмне забезпечення надає компаніям можливість створювати повністю індивідуальні та професійні дизайни, адаптовані до специфіки їхнього бізнесу. Це дозволяє підкреслити унікальність компанії та відтворити її цінності та ідентичність в дизайні.

На сьогоднішній день існує безліч програмного забезпечення для створення дизайну, які відрізняються за функціональністю та складністю використання. Вибір певної програми залежатиме від потреб компанії, навичок дизайнерів та їх бюджету [33]. Проте незалежно від обраного програмного забезпечення, правильне використання його може значно покращити вигляд та вразливість бренду.

Отже, використання програмного забезпечення для створення дизайну є важливим етапом у розвитку фірмового стилю, що дозволяє брендам підкреслити свою унікальність, відтворити цінності та залучити цільову аудиторію.

2.3. Використання фірмового стилю в різних медіа просторах

Використання фірмового стилю в різних медіа просторах є важливим для створення єдиного та пізнаваного образу компанії. Фірмовий стиль повинен бути узгодженим та збалансованим на всіх комунікаційних платформах, залежно від їх характеристик та специфіки.

Один з найважливіших елементів фірмового стилю - це логотип компанії. Логотип - це графічне представлення компанії, яке ідентифікує її та відрізняє від інших. Він часто містить у собі назву компанії або її скорочену назву, а також унікальний дизайн, кольори та шрифти [36].

Логотип візуально передає цінності, цілі та імідж компанії. Він має бути легким для сприйняття та запам'ятовування, а також ефективно

привертати увагу цільової аудиторії. Чіткість та простота логотипу також дуже важливі, оскільки вони дозволяють швидко розпізнавати бренд.

Логотип може бути використаний на різних носіях, таких як веб-сайти, рекламні матеріали, продуктова упаковка та інше. Він допомагає будувати знайомство з брендом, створюючи візуальну сприйнятливність та розрізняючи компанію в конкурентному середовищі.

Добре розроблений логотип може мати значний вплив на успіх компанії. Він може стати силою, яка стимулює пізнаваність бренду і будує довіру серед клієнтів. Тому розробка унікального та ефективного логотипу є важливим етапом у побудові фірмового стилю компанії. Він має бути використаний на всіх медіа платформах, в тому числі на веб-сайті, соціальних мережах, рекламних банерах, упаковці продукції та корпоративних матеріалах. Логотип повинен бути чітким, читабельним та легко пізнаваним для використання на малих і великих форматах [38].

Типографіка - ще один важливий аспект фірмового стилю, який допомагає створити єдність і стійкий вигляд для компанії [36].

Вона визначає вибір та використання шрифтів, розмірів тексту, вирівнювання, інтервалів і інших елементів, що стосуються оформлення письмових матеріалів.

Вибір підходящих шрифтів допомагає викликати певні емоції, передати стиль і індивідуальність компанії. Наприклад, серифні шрифти можуть створювати ефект класичності та надійності, тоді як безсерифні шрифти - сучасність та інноваційність [34].

Використання однорідного шрифтового стилю в усіх матеріалах підсилює сприйняття бренду і створює єдність. Розміри та вирівнювання тексту також впливають на сприйняття повідомлення і можуть підкреслювати його важливість.

Збалансована і правильно організована типографіка допомагає покращити зручність читання та сприйняття інформації, а також покращує візуальну привабливість матеріалів компанії.

Однак, важливо пам'ятати, що типографіка повинна бути консистентна і відображати брендову ідентичність компанії. Використання надмірно складного чи неперевіреного шрифту може мати негативний вплив на сприйняття бренду і його позиціонування.

Вибір шрифтів, їх розмірів та використання в різних матеріалах повинен бути узгодженим. Наприклад, використання одного шрифту для заголовків та іншого для основного тексту може допомогти створити розпізнавану естетику окремих елементів [35].

Кольорова палітра також є важливою частиною фірмового стилю. Вибір правильних кольорів може суттєво вплинути на сприйняття бренду та його спілкування з аудиторією.

Колір може викликати емоції, асоціації та створювати настрій. Наприклад, яскраві та насичені кольори можуть залучати увагу та передавати енергію, тоді як приглушені та пастельні кольори можуть створювати відчуття спокою та надійності [35].

Кольорова палітра повинна бути консистентною та відповідати цінностям та цілям компанії. Наприклад, якщо компанія працює у сфері екології та ставить своїми цілями збереження довкілля, то використання зеленого кольору може бути відповідним.

Кольори також можна використовувати для визначення різних елементів брендингу компанії, таких як логотип, назва компанії, заголовки, кнопки тощо. Ефективне використання кольорів допомагає встановити розпізнаваність бренду та створити єдність в дизайні.

Нарешті, важливо враховувати психологію кольорів та їх вплив на цільову аудиторію. Кольори можуть мати різний вплив на людей залежно від їх вікової групи, статі, культурних особливостей тощо. Доцільно провести дослідження та зрозуміти, які кольори найкраще спілкуються з вашою аудиторією та підсилюють сприйняття бренду. Використання певних кольорів на всіх медіа платформах допомагає створити єдиний вигляд і

сприяє легкому впізнаванню компанії. Кольори можуть бути використані в фоні, логотипі, графічних елементах та інших деталях дизайну [37].

Додаткові елементи фірмового стилю, такі як графічні елементи, фотографії та ілюстрації, також повинні бути відображені відповідно до фірмового стилю компанії на всіх медіа платформах. Це сприяє єдності та професійному вигляду всіх матеріалів компанії.

Справді, додаткові елементи фірмового стилю, такі як графічні елементи, фотографії та ілюстрації, є важливою складовою фірмового стилю компанії. Вони допомагають підсилити брендову ідентичність та створити єдність в дизайні на всіх медіа платформах.

Графічні елементи, такі як лінії, форми, текстура можуть бути використані для створення унікального вигляду та відображення основних цінностей компанії. Наприклад, якщо компанія має інноваційну та сучасну спрямованість, то використання геометричних форм та прогресивного дизайну може бути відповідним [33].

Фотографії та ілюстрації також можуть бути використані для передачі повідомлення та створення атмосфери, що відповідає бренду. Вони можуть використовуватися для показу продуктів або послуг компанії, показувати людей, які використовують ці продукти чи послуги, або створювати настрій, який передає цінності компанії [25].

Важливо, щоб графічні елементи, фотографії та ілюстрації були консистентними з фірмовим стилем компанії. Це означає, що вони повинні використовувати ті самі кольори, шрифти, стиль та елементи, щоб забезпечити єдність у візуальному сприйнятті бренду.

Крім того, важливо забезпечити, щоб ці елементи були використані на всіх медіа платформах компанії, включаючи веб-сайт, соціальні мережі, друковані матеріали та рекламу. Це допоможе підсилити сприйняття бренду та забезпечити єдність в комунікаційних зусиллях компанії.

Отже, використання фірмового стилю в різних медіа просторах є важливим кроком для побудови єдиного та пізнаваного образу компанії.

Логотип, типографіка, кольорова палітра та інші елементи фірмового стилю повинні бути узгодженими та відображені на всіх комунікаційних платформах.

Медіа простори використовуються для розміщення та показу фірмового стилю компанії. Фірмовий стиль включає в себе логотип, кольорову схему, шрифти, графічні елементи та інші візуальні елементи, які ідентифікують бренд компанії [21].

Основна ціль використання медіа простору - підкреслити бренд і зробити його пізнаваним серед конкурентів. Це можна досягти шляхом використання логотипу та фірмових кольорів на всіх матеріалах і рекламних повідомленнях.

Один з основних способів використання медіа простору - розміщення логотипу на сайтах, банерах, відео роликах та інших медійних форматах. Логотип може бути розміщений у верхній частині веб-сторінки або в кутку екрану, щоб він був видний безперервно.

Також, медіа простір може використовуватися для відображення фірмових кольорів у фонових зображеннях, графічних елементах та інших візуальних компонентах [6]. Кольори повинні відповідати корпоративній кольоровій схемі, що відображує основні цінності та ідеї компанії.

Зокрема, медіа простір може використовуватися для створення рекламних матеріалів, таких як листівки, брошури, плакати тощо. У цих матеріалах повинні бути використані фірмові кольори, логотип та шрифти компанії для забезпечення єдності і пізнаваності.

Так, медіа простір може використовуватися для створення різноманітних рекламних матеріалів, таких як листівки, брошури, плакати тощо. Фірмовий стиль компанії, включаючи логотип, кольорову схему та шрифти, повинен бути чітко відображений у цих матеріалах [35].

Логотип компанії повинен бути чітко видно та розміщуватися у видимому місці. Крім того, важливо використовувати фірмові кольори в

дизайні рекламних матеріалів. Це можуть бути основні кольори логотипу чи інші кольори, що відповідають фірмовій кольоровій схемі.

Також, шрифти, які використовуються в рекламних матеріалах, повинні бути відповідними фірмовому стилю. Якщо компанія використовує певний шрифт у своєму логотипі або брендovanому матеріалі, цей шрифт також повинен бути використаний у тексті рекламних матеріалів.

Використання фірмового стилю у рекламних матеріалах допоможе забезпечити єдність та пізнаваність бренду компанії, зробити її матеріали пізнаваними і будувати довіру серед клієнтів. Однак, важливо також зберігати баланс і не перевантажувати рекламні матеріали багатьма візуальними елементами, щоб вони залишалися читабельними та зрозумілими.

Використання фірмового стилю у медіа просторі допоможе зміцнити бренд компанії, підвищити її пізнаваність та побудувати довіру серед споживачів. Крім того, використання фірмового стилю у рекламних матеріалах допомагає створити єдину концепцію і повідомлення. Всі матеріали мають відповідати засадам та цілям компанії, а також передавати її цінності та унікальність. Це дозволяє побудувати цілісний образ компанії та підкреслити її позицію на ринку [2].

Застосування фірмового стилю у рекламних матеріалах також сприяє покращенню розпізнаваності бренду. Коли клієнти бачать однакову графіку та дизайн в різних матеріалах, вони стають більш свідомими про бренд і його пропозиції. Це може спонукати їх до покупки або звернення до компанії для отримання послуг.

Отже, використання фірмового стилю у рекламних матеріалах є ключовим елементом успішної рекламної стратегії. Він допомагає забезпечити єдність, пізнаваність та довіру до бренду компанії, а також покращує його сприйняття і ставлення потенційних клієнтів.

Використання фірмового стилю в різних медіа просторах та рекламі дозволяє підсилити ідентичність бренду, побудувати його пізнаваність та

сприятливе сприйняття. Це створює єдиний образ компанії та її продукту, що дозволяє відрізнятись серед конкурентів і залучати більше клієнтів.

Використання фірмового стилю в рекламі різних медіа допомагає забезпечити єдність та цілісність комунікації компанії зі своїми клієнтами. Це означає, що незалежно від того, де та як споживачі зустрічають рекламу компанії, вони будуть бачити однакові елементи дизайну, кольори, логотипи та повідомлення, що підсилює пізнаваність та довіру до бренду.

Крім того, використання фірмового стилю в різних медіа дозволяє підкреслити унікальність та цінність продукту або послуги компанії. Шляхом відображення цих елементів у рекламних матеріалах, компанія може нагадувати своїм клієнтам про те, чим саме вона вирізняється серед інших.

Узагалі, використання фірмового стилю у різних медіа просторах та рекламі демонструє професіоналізм компанії, створює єдиний образ та сприяє покращенню розпізнаваності бренду. Це важливий елемент для побудови успішної рекламної стратегії та досягнення бажаних результатів.

Висновки до розділу 2

Отже, технологічні аспекти створення дизайну включають важливі елементи, що впливають на процес та результат створення дизайну. Були висвітлені такі питання, як використання спеціалізованих програмного забезпечення та інструментів, практичне застосування зображень, кольори та шрифти, а також перспективи інноваційних технологій у сфері дизайну.

Зрозумілий зв'язок з технологічними аспектами дизайну є важливим фактором для досягнення високої якості та ефективності дизайнерських проєктів. Використання спеціальних програм дозволяє створювати складні графічні елементи, виконувати редагування та маніпуляції зображеннями, а також реалізовувати впровадження дизайну в різні формати і медіа простори.

Ефективне використання зображень, кольорів та шрифтів допомагає підсилити емоційне враження від дизайну і залучити увагу цільової

аудиторії. Грамотний вибір кольорів та шрифтів, які відповідають цілям та ідеї дизайну, може посилити його вплив і комунікаційні можливості.

Прогресивні технології, такі як віртуальна реальність, розширена реальність та інші інновації, відкривають нові перспективи для дизайну. Вони дозволяють створювати вражаючі дизайнерські рішення, які можуть надати додаткових можливостей для взаємодії з аудиторією та створення незабутнього враження.

У цілому, технологічні аспекти створення дизайну є невід'ємною частиною сучасного дизайн-процесу. Користування спеціалізованим програмним забезпеченням, ефективне використання зображень, кольорів та шрифтів, а також знання та використання інноваційних технологій - це ключові елементи успішного дизайну, що забезпечують високу якість дизайнерських проектів.

Очевидно, що технологія має великий вплив на процес створення дизайну. Інструменти та програми для дизайну, такі як комп'ютери, графічні планшети, програми для створення 3D-моделей і редактори зображень, дозволяють дизайнерам втілювати свої ідеї швидше та ефективніше.

Технологія також дозволяє дизайнерам використовувати нові матеріали та методи в своїх проектах. Наприклад, винайдення нових матеріалів, таких як стійкі до подряпин та погодних умов покриття, дозволяють створювати більш функціональні та довговічні продукти.

Технологічний прогрес також впливає на спосіб взаємодії дизайнерів з клієнтами та споживачами. Завдяки Інтернету та соціальним мережам, дизайнери можуть ділитися своїми проектами та отримувати швидкий зворотний зв'язок, що дозволяє поліпшити і вдосконалити їхню роботу.

Усі ці технологічні аспекти роблять процес створення дизайну більш ефективним та доступним. Вони дозволяють дизайнерам реалізувати свої творчі ідеї та створювати інноваційні та привабливі продукти для споживачів. Тому технологія є невід'ємною складовою у створенні дизайну.

Технологічні аспекти мають значний вплив на процес створення дизайну. Використання сучасних інструментів і програм для дизайну дозволяє дизайнерам більш ефективно та швидко втілювати свої ідеї. Вдосконалення матеріалів і методів також сприяє створенню більш функціональних та привабливих продуктів.

Завдяки технологій комунікації, дизайнери можуть легко спілкуватися з клієнтами та споживачами, отримувати зворотний зв'язок і поліпшувати свою роботу. Інтернет і соціальні мережі стали потужними інструментами для підтримки та просування дизайнерських проектів.

У загальному, технологічні аспекти створення дизайну роблять процес більш доступним, удосконаленим і ефективним. Застосування нових технологій дозволяє дизайнерам реалізовувати свою творчість і створювати інноваційні рішення, що відповідають вимогам ринку та потребам споживачів.

РОЗДІЛ 3.

РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ КАФЕДРИ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

3.1. Пошук аналогів та їх аналіз

Розробка фірмового стилю кафедри технологічної та професійної освіти включає в себе цілий комплекс дій з метою створення єдиного візуального образу і організації внутрішнього та зовнішнього комунікаційного середовища кафедри.

Основний етапи роботи з розробки фірмового стилю кафедри технологічної та професійної освіти :

- Аналіз сучасних тенденцій у галузі педагогіки та методики технологічної освіти, вивчення конкурентів та їхньої візуальної ідентифікації.
- Розробка концепції фірмового стилю, визначення основних принципів його побудови та вибір ключових елементів.
- Розробка логотипу, який буде візуально відображати специфіку кафедри та її цілі.
- Вибір корпоративних кольорів, шрифтів та інших графічних елементів, що стануть основою фірмового стилю.
- Розробка шаблонів для оформлення документів, презентацій, сайту кафедри.
- Створення внутрішньої та зовнішньої рекламної продукції, яка буде використовуватися для підвищення пізнаваності кафедри та її презентації.
- Впровадження фірмового стилю у всі аспекти діяльності кафедри, включаючи сумісність з обліковими записами у соціальних мережах.

Важливо, щоб розробка фірмового стилю була здійснена відповідно до місії та цілей кафедри, а також враховувала потреби і завдання академічної спільноти, з якою вона співпрацює.

Для пошуку аналогів фірмового стилю кафедри технологічної та професійної освіти використовували наступні підходи:

Аналіз сайтів інших університетських кафедр. Дослідити веб-сторінки інших кафедр, що спеціалізуються на педагогіці та методиках освіти. Ми знайшли цінні ідеї щодо оформлення логотипу, кольорової палітри, шрифтів та загального стилю (Рис. А.1, А.2. Додатка А).

Дослідження фірмових стилів конкурентних організацій. Проаналізували фірмові стилі відомих університетів, які також мають підпорядковані кафедри педагогіки та методики. Порівняли, чи є спільні риси в їх дизайні і чи можна використовувати їх як натхнення для свого стилю.

Вивчення трендів у галузі дизайну освітніх установ. Ознайомились з останніми тенденціями у дизайні університетів і навчальних закладів. Переглянути спеціалізовані журнали, блоги та сайти, що присвячені дизайну освітніх установ, щоб отримати ідеї та рекомендації.

Після збору аналогів фірмового стилю, провели їх аналіз, оцінюючи їх естетичність, функціональність, цільову аудиторію та відповідність цілям і цінностям кафедри технологічної та професійної освіти. Визначили, які елементи аналогів можуть бути адаптовані для використання в нашому фірмовому стилі.

А також належним чином дослідити і врахувати унікальні потреби та характеристики кафедри технологічної та професійної освіти для розробки унікального і належного стилю.

Аналіз сучасних тенденцій у галузі педагогіки та методики технологічної освіти надав нам розуміння змін, які відбуваються в цій галузі. Оформлення у галузі педагогіки та методики технологічної освіти стає більш інноваційним та технологічним. Нові наукові дослідження та технологічні розробки спонукають педагогів до застосування новітніх методів навчання та освітніх технологій.

За концептуальну основу ми взяли теперішній логотип кафедри та аналогові фірмові кольори емблеми (Рис. Б.1, Б.2).

Колір в дизайні – це один з основних елементів, який використовується для передачі настрою, асоціацій і емоцій. Колір може впливати на сприйняття інформації, змінювати настрій користувачів і визначати загальну естетику дизайну. Колір може використовуватися для створення контрасту, показу ієрархії, привертання уваги і покликання до дії. Він також може підкреслити важливі елементи дизайну або створити єдність і гармонію всередині композиції. Колір в дизайні може бути використаний для визначення бренду, виявлення унікальності і створення візуального ідентифікатора.

Колір обраної нами емблеми глибокий рожевий (Рис. Б.2), який символізує університетську гідність і серйозність, енергію, творчість і інновації. Застосовується для акцентних елементів та додаткової інформації. Колір білий, використовується для фону та допоміжних елементів.

Логотип кафедри включає три геометричні фігури:

1. Круг, що символізує єдність і цілісність кафедри. Використовується в основному логотипу, декоративних елементах та на знаку кафедри.

2. Рамка у вигляді герба з короною зверху, що символізує прогрес та розвиток. Використовується для розміщення тексту назви кафедри та інших важливих елементів.

3. Абстрактне дерево та книга, що символізують напрямки навчання. Використовується в основному логотипу та декоративних елементах. Усі ці елементи поєднуються в єдину композицію, що виражає сучасну та академічну структуру кафедри.

Шрифт логотипу – це стильовий набір символів, які використовуються для написання імені або бренду в логотипі. Вибір шрифту логотипу відіграє важливу роль у створенні впізнаваності та настрою бренду. Добре підібраний шрифт повинен відповідати характеру бренду, передавати його цінності, а також бути читаним та унікальним. Наприклад, деякі популярні шрифти логотипів включають Arial, Helvetica, Times New Roman, Futura, Garamond та

багато інших [23]. Остаточне рішення про вибір шрифту логотипу має ухвалюватися з урахуванням цілей бренду та його аудиторії.

На обраному нами аналогу використовується досить чіткий та добре читабельний текст, а саме газетний.

Газетний шрифт - це шрифт, який використовується для друку в газетах, рекламі, брошурах, буклетах, а також для зовнішньої і внутрішньої реклами. Даний шрифт має велику легкість читання і добре відтворюються на друкованій сторінці. Газетні шрифти зазвичай мають чіткі літери і добре читаються навіть у вузьких стовпчиках. Деякі з популярних газетних шрифтів включають Times New Roman, Arial, Georgia та Verdana. Кожен дизайнер може використовувати свій власний шрифт в залежності від свого стилю і бренду[12].

3.2. Концепція та основні етапи розробки фірмового стилю

Концепція фірмового стилю визначає загальну ідею, взаємозв'язок та спосіб використання зовнішніх елементів дизайну для створення унікального та впізнаваного образу компанії.

Основною метою розробки фірмового стилю кафедри технологічної та професійної освіти - є створення єдиної ідентичності, яка буде сприяти підвищенню впізнаваності кафедри серед інших та залучати цільову аудиторію студентів.

Розробка фірмового стилю включає кілька основних етапів:

1. Аналіз бренду і цільової аудиторії.
2. Розробка логотипу.
3. Розробка кольорової схеми.
4. Розробка типографіки.
5. Розробка графічних елементів.
6. Розробка стандартів використання.
7. Впровадження і підтримка фірмового стилю.

На першому етапі ми провели детальний аналіз бренду, його цілей, цінностей, місії, конкурентного оточення, а також вивчення цільової аудиторії. Цей аналіз визначив стратегію фірмового стилю кафедри технологічної та професійної освіти, яка має на меті вирізнити її від інших подібних закладів та створити унікальний та зрозумілий імідж.

Логотип є візитною карткою бренду, основою дизайн-проекту та головним елементом фірмового стилю. На цьому етапі був проведений творчий процес розробки унікального логотипу, який відображає ідентичність бренду.

Наступним етапом був вибір кольорів, який також є важливим елементом фірмового стилю. Кольори можуть використовуватися для створення відповідних асоціацій з брендом. На цьому етапі обрали основні кольори та їх додаткові варіації (Рис. Б.3).

Четвертим етапом відбувся вибір шрифтів та стилів підпису, які використовуються в брендї. Кольори повинні бути зручними для читання, відповідати стилю бренду та комунікувати його цінності. Графічні елементи, такі як іконки, геометричні форми, фонові малюнки, також можуть бути частиною фірмового стилю. Вони використовуються для створення унікального візуального образу бренду.

Після розробки всіх основних елементів фірмового стилю, необхідно створити стандарти, які регулюють правила їх використання. Це включає директиви щодо розміщення логотипу, використання кольорів, шрифтів та інших елементів на різних носіях і в різних медіа.

Після розробки фірмового стилю і стандартів його використання, він повинен бути впроваджений в усі аспекти бренду, включаючи веб-сайт, соціальні медіа, друковані матеріали, рекламу та інше. Крім того, важливо забезпечити підтримку фірмового стилю та його дотримання.

Отже, для пошуку дизайн-концепції було виконано декілька варіантів фірмового стилю кафедри. Ескізні варіанти дизайн-проекту створювали в програмі CorelDRAW та Adobe Photoshop.

Для пошуку перших варіантів ми використовували фірмові кольори кафедри, а саме #8E3E54 (рожевий) та #FFFFFF (білий) (Рис Б.2).

Аналогом для логотипу стали геометричні форми з логотипу кафедри та шестерня - символом ідейного та технічного розвитку, прогресу та сучасності. Вона зображує злагодженість роботи, взаємодію та взаємопідтримку різних елементів у системі. Шестерня також символізує механічну силу та рух, а також перехід від одного стану до іншого. Елементи обертаються навколо центру композиції і виражають механізми контролю, підпорядкування чи сили, а іноді уособлює співіснування та взаємодопомогу.



Для другого варіанту були обрані фірмові кольори кафедри, а саме #8E3E54 (рожевий) та #000000 (чорний) (Рис Б.3).

Центром композиції виступає абстрактний профіль людини - це комплексний опис особистості, який включає в себе інформацію про характер, життєві цінності, освіту, роботу, соціальний статус, інтереси, здоров'я, внутрішні переконання та багато іншого. А також символ технологічного прогресу який виступає образом вдосконаленням та розвитком людини в різних сферах її життя.



Для третього варіанту був обраний символ нескінченного руху, що виник у математиці і використовується для позначення безмежно великих або безмежно малих значень. Цей символ може символізувати постійний рух, розвиток та зміну в житті

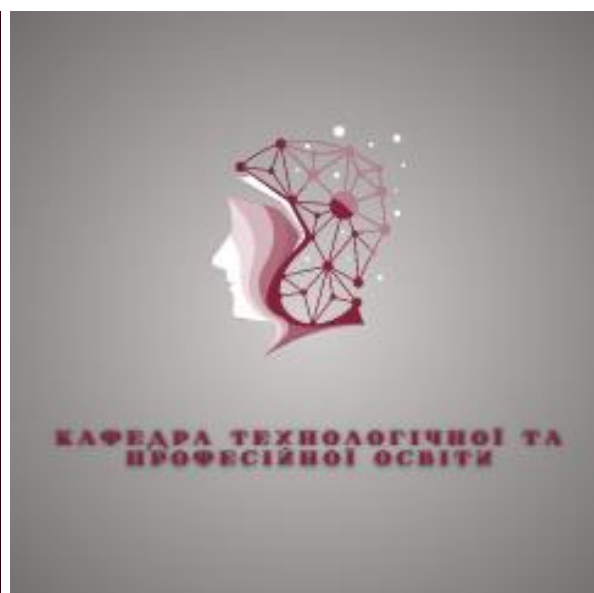
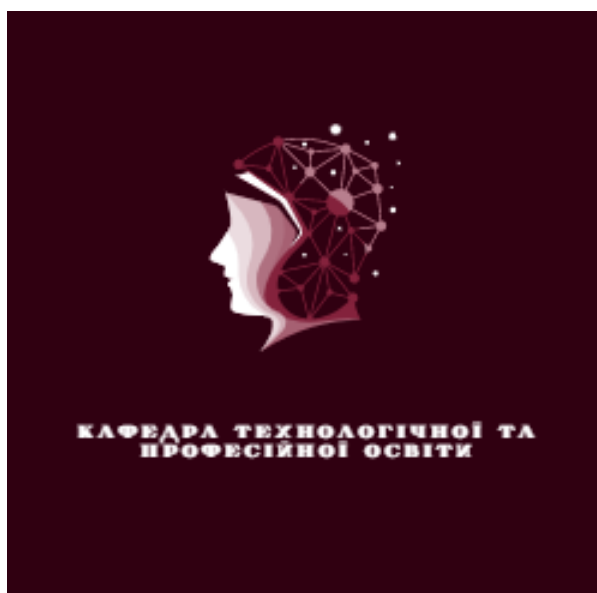
Кольорами були обрані #8E3E54 (темно рожевий) та #FFE5EE (світлий рожевий) (Рис Б.3).



КАФЕДРА ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

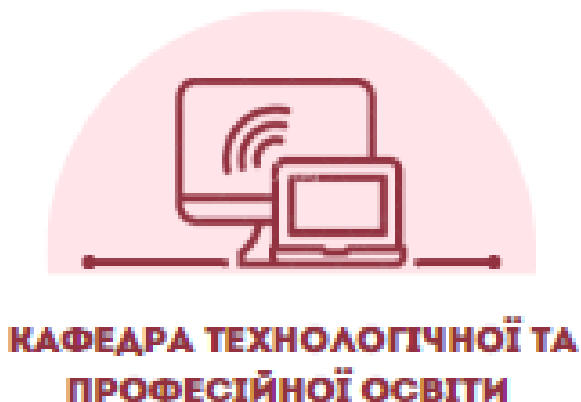
Четвертий варіант виконаний у двох кольорових гаммах (світлій та темній), включає в себе такі кольори як: #300011 (рожевий), #8E3E54 (темно рожевий), #FFE5EE (світлий рожевий), #30001 та сірий #A6A6A6(Рис Б.3).

На логотипі зображено взаємозв'язок людини і технологій, цей символ може втілювати технологічну занурення в людські думки та мозок, підкреслюючи важливість технологій у сучасному світі.



Останній варіант включає назву факультету та кафедри. Символ інноваційних комп'ютерних технологій які використовуються в сучасному навчанні. Логотип виконаний у фірмових кольорах кафедри, а саме: #8E3E54

(темно рожевий), #FFE5EE (світлий рожевий), #30001 та чорний #000000 (Рис Б.3).



Для створення фірмового стилю ми обрали перший варіант, який на нашу думку найбільш лаконічно та вдало описує загальну ідею та підкреслює особливість кафедри.

На кінцевому етапі ми завантажили логотип в CorelDRAW та Adobe Photoshop, який застосували для подальшого оформлення кафедри.

Фірмовий стиль зазвичай розташовується на різних носіях і майданчиках, щоб бути доступним і впізнаваним для цільової аудиторії. Основні майданчики, на яких зазвичай розміщується фірмовий стиль, включають:

1. Веб-сайт: Фірмовий стиль може бути видозмінений на веб-сайті компанії, включаючи логотип, кольорову палітру, шрифти, графічні елементи та стиль комунікації.

2. Логотип: Центральний елемент фірмового стилю, логотип часто розташовується на веб-сайті, товарах, упаковці, рекламних матеріалах, паперовій роботі та інших призначених майданчиках. Логотип може бути розміщений на візитних картках, електронних повідомленнях, рекламних банерах, соціальних медіа профілях та інших місцях.

3. Рекламні матеріали: Фірмовий стиль може бути застосований на рекламних банерах, брошурах, листівках і рекламних майданчиках, щоб створити єдність ідеї і дизайну.

4. Соціальні медіа: Фірмовий стиль може бути використаний на соціальних медіа профілях, постах, заголовках, зображеннях профілю та іншому контенті для підтримки консистентного бренду.

5. Фірмові матеріали: Візитні картки, листівки, запрошення, офіційні документи та інше можуть мати фірмовий стиль, включаючи логотип, кольорову палітру та інші елементи.

Нами було створена зовнішня та внутрішня реклама фірмового стилю, паперова реклама у вигляді брошури та рекламного банеру, візитка, а також футболки та сувеніри.



(Зовнішня реклама)



(Банер)



(Внутрішня реклама)



**КАФЕДРА
ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ТА
ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ**

**Кафедра є
випусковою за
напрямами
підготовки**

«Технологічна освіта»
(конструювання та
моделювання одягу,
технічна та комп'ютерна
графіка, кулінарія та
сервіс у ресторанному
бізнесі) зі
спеціалізаціями:
«Дизайн»,
«Фізична культура»,
«Інформатика»,
«Основи підприємництва».

ІСТОРІЯ ФАКУЛЬТЕТУ

Факультет дошкільної і технологічної освіти (ДТО) бере початок як факультет загальнотехнічних дисциплін (1974 р.).

Пізніше – індустріально-педагогічний (1995 р.), а з 2008 р. – технологічно-педагогічний.

01 вересня 2014 р. факультет ДТО був утворений шляхом присудження до нього кафедри дошкільної освіти (2009 р.), виокремленою з психолого-педагогічного факультету



З 1992 р. на факультеті було створено кафедру педагогіки та методик трудового і професійного навчання (ПМТНП)

2023



НА КАФЕДРІ СТВОРЕНО:

Всі умови для продуктивного навчання, розвитку пізнавальних творчих можливостей студентів, їхнього інтелекту, духовності, зміцнення здоров'я та прищеплення здорового способу життя.

Пропагується масовість фізкультурного руху.

Щорічно студенти беруть участь у Міжнародних та Всеукраїнських науково-практичних конференціях, Всеукраїнських конкурсах і предметних олімпіадах, під час яких неодноразово займали призові місця.

ТАКОЖ

Серед студентів факультету є привілей університетських старобійців.

Активно працює студентська саморегулюючка. Студенти факультету беруть активну участь у фестивалях і конкурсах художньої самодіяльності, проводять творчі вечори та інтелектуальні ігри.



**КАФЕДРА
ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ТА
ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ**

КОНТАКТИ:

+380 96 95 597 41



(Брошури)



Кафедра технологічної
та професійної освіти

+380 96 95 597 41

www.reallygreatsite.com



(Візитка)





(Футболки)



(Сувеніри)

3.3. Розрахунки собівартості продукції

Розрахунок собівартості продукції фірмового стилю кафедри технологічної та професійної освіти - це процес визначення витрат, пов'язаних з виробництвом товарів або послуг в даній сфері діяльності кафедри.

Розрахунок собівартості продукції фірмового стилю допомагає встановити ціну на товари або послуги, що ґрунтується на затратах на їх виробництво. Також цей розрахунок дає змогу аналізувати ефективність витрат та приймати рішення щодо оптимізації виробництва та реалізації фірмового.

Для розрахунку собівартості продукції фірмового стилю кафедри технологічної та професійної освіти необхідно врахувати всі витрати, пов'язані з виробництвом цього стилю. Основними складовими собівартості є сировина, загальновиробничі та прямі витрати, а також оплата праці та загальнообов'язкові платежі.

По-перше, необхідно визначити вартість сировини, необхідної для виробництва фірмового стилю.

Обчислити загальновиробничі непрямі витрати. Сюди входять витрати на оренду приміщення, комунальні послуги, утримання обладнання, транспортні витрати, рекламу, офісне приладдя та інші витрати, які не можуть бути прямо віднесені до конкретних продуктів, але пов'язані з процесом виробництва.

Розрахунок прямих витрат на виготовлення фірмового стилю. Він включає заробітну плату працівників, зайнятих конкретно виробництвом, а також витрати на витратні матеріали. Витрати на комп'ютери, принтери, програмне забезпечення, швейні машини та інше обладнання, необхідне для розробки і виготовлення продукції.

Також врахування оплати праці та загальнообов'язкові платежі. Залежно від діючого законодавства, розрахунок вартості оплати праці

працівників і суму, яку необхідно сплатити до державного бюджету нарахуванням заробітної плати.

Сумуючі всі витрати, отримані в результаті попередніх розрахунків, ми отримаємо загальну собівартість продукції фірмового стилю кафедри технологічної та професійної освіти (Таб.1-2 Кошторис). За допомогою цієї собівартості можна встановити оптимальну ціну на продукцію, яка покриє всі витрати і забезпечить прибуток компанії.

№	Матеріали	Одн. Виміру	Кількість	Ціна за одн.	Сума
1	Футболка	Шт.	15	200	3000
2	Чашка	Шт.	10	40	400
Всього:				3400	

(Таб.1 Кошторис. Вартість сировини).

№	Матеріал	Ціна нанесення/годину	Кількість	Сума
1	Друк рекламної продукції	Футболки – 168	15	2520
		Чашки – 137	10	1370
		Кепки - 165	15	2475
		Банер – 795	1	795
		Візитка – 149	1000	1490
		Зов. Реклама – 900	1	900
		Внр. Реклама – 798	1	798
2	Оплата праці дизайнера	Брошури - 151	1000	1510
		190	72 год.	13680
Всього:			25538	

(Таб.2 Кошторис загальновиробничі непрямих та прямих витрат).

Нами був створений планшет дизайн-проекту фірмового стилю розміром 120*90 см. (Рис. В.1). На ньому зображено основні задачі, які ми виконали, а саме:

- логотип та його основні задумки кольору та розміщення;
- сувенірна, рекламна, банерна продукція.

Отже, підсумовуючи, сума 28938 буде відображати собівартість продукції фірмового стилю кафедри технологічної та професійної освіти. Розрахунок собівартості продукції фірмового стилю є важливою складовою фінансового планування і допомагає підприємству зробити обґрунтовані рішення щодо виготовлення і реалізації фірмового стилю.

Висновки до розділу 3

Розробка фірмового стилю кафедри технологічної та професійної освіти є важливим кроком для підвищення впізнаваності і престижу кафедри серед студентів, колег, співробітників і громадськості.

Фірмовий стиль виступає як невід'ємна частина бренду кафедри і сприяє створенню єдиного зовнішнього образу. Розробка фірмового стилю включає визначення основних елементів: логотипу, кольорової гамми, шрифтів, графічних елементів та інших матеріалів. Крім того, важливим етапом є створення нагород, символів, емблем тощо, які репрезентують кафедру. Фірмовий стиль кафедри повинен бути відображено як на всій зовнішній локації кафедри, так і в її інформаційних матеріалах, веб-сторінках, соціальних мережах тощо. Він повинен відрізнятися від інших аналогічних стилів і бути зрозумілим і легко впізнаваним серед аудиторії.

Розробка фірмового стилю допомагає залучити увагу студентів, академічних співробітників та партнерів, створює позитивне враження про кафедру і її діяльність. Також він забезпечує єдність в зовнішньому сприйнятті кафедри і сприяє розвитку її репутації як впливового освітнього центру.

Розділ містить інформацію про процес створення унікальної ідентичності для кафедри технологічної та професійної освіти. Відбувається пошук і аналіз існуючих аналогів (фірмових стилів) інших кафедр, відділів або організацій, які послужили взірцем для розробки власного стилю. Пошук аналогів допоміг отримати ідеї щодо дизайну і розміщення логотипу, шрифтів та кольорової палітри.

Також відбувалась розробка концепції, на основі якої було створено фірмовий стиль. Концепція виокремлює унікальні риси, цінності та підходи кафедри педагогіки та методики технологічної освіти. Основні етапи розробки включали аналіз конкурентів, створення логотипу, вибір кольорової палітри та шрифтів.

Розрахунки собівартості продукції враховують витрати на дизайнерські роботи, створення логотипу, вибір матеріалів та інші складові елементи. Такий розрахунок дає можливість зрозуміти фінансові аспекти розробки фірмового стилю.

Отже, розділ "Розробка фірмового стилю кафедри технологічної та професійної освіти" займається пошуком аналогів, розробкою концепції і основних етапів розробки фірмового стилю та розрахунком собівартості продукції. Ці етапи важливі для створення унікальної ідентичності кафедри технологічної та професійної освіти. Таким чином, розробка фірмового стилю є важливою задачею для кафедри педагогіки та методики технологічної освіти, яка має значний вплив на діяльність кафедри і сприяє встановленню позитивного образу і статусу серед усіх зацікавлених сторін.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі проведено глибокий аналіз процесу формування дизайнерської компетентності учнів під час вивчення технологій та створення фірмового стилю. Дослідження виявило ряд важливих аспектів, які впливають на ефективність навчання та розвиток творчих здібностей учнів.

Однією з ключових висновків є те, що впровадження дизайнерських завдань у навчальний процес технологій може значно поліпшити рівень творчості та вміння учнів у сфері створення фірмового стилю. Систематичне використання практичних завдань дозволяє учням отримувати не лише теоретичні знання, але й розвивати практичні навички, необхідні для роботи в сучасному дизайні.

Уточнено поняття дизайнерська компетентність - це сукупність знань та навичок, необхідних для розробки ефективних та привабливих дизайнерів, здатність аналізувати та оцінювати дизайн, щоб забезпечити його ефективність та придатність для використання, розуміння принципів дизайну, вміння використовувати графічні програми.

Виявлено, що індивідуалізація підходів до учнів, врахування їхніх індивідуальних особливостей та стимулювання творчого мислення сприяють більш ефективному формуванню дизайнерських компетентностей. Учні, які мають можливість самостійно виражати свої ідеї та розвивати власний стиль, демонструють більший інтерес до навчання та досягають вищих результатів.

Встановлено важливість формування дизайнерської компетентності учнів на уроках технологій при створенні фірмового стилю. Дослідження вказує на те, що така компетентність має велике значення для розвитку креативних навичок учнів, розширення їхнього мислення та покращення вмінь розробляти естетично привабливі дизайни.

Створення фірмового стилю - це незамінний елемент успішної маркетингової стратегії. Візуальні елементи, що входять до його складу, мають великий потенціал впливати на сприйняття компанії та побудову взаємовідносин зі споживачами.

Фірмовий стиль включає в себе логотип, кольори, шрифти, графічні елементи та інші візуальні атрибути компанії. Ці елементи створені у програмному середовищі Adobe Photoshop CorelDRAW, та допомагають створити унікальний образ компанії, який відрізняє її від конкурентів і сприяє пізнаваності бренду.

У підсумку, результати дослідження підтверджують необхідність подальшого вдосконалення методик формування дизайнерської компетентності учнів, зокрема застосування новітніх технологій та інтерактивних методів навчання. Зазначені висновки можуть служити основою для подальших педагогічних досліджень та розвитку методичних рекомендацій у сфері навчання технологій з акцентом на дизайнерську компетентність.

Для досягнення цієї мети, нами були використані різноманітні підходи, включаючи використання сучасних технологій та програмного забезпечення. Результати дослідження підтвердили, що систематичне впровадження дизайнерського навчання уроках технологій сприяє покращенню творчих здібностей учнів, зростанню їхнього інтересу до самостійного розвитку та набуттю професійних компетентностей. В інтегрований підхід до дизайну-навчання при створенні фірмового стилю передбачається включення елементів маркетингу, психології споживача, аналітики дизайну та інших суміжних дисциплін. Такий підхід дозволяє учням більш глибоко вивчати і розуміти цілі та особливості дизайну, оптимально впливати на відповідну аудиторію та формувати емоційне сприйняття виробів.

Одним з головних висновків є те, що технології в сучасному дизайні стають не просто інструментами, але і ключовими партнерами у творчому

процесі. Використання передових програмних продуктів, комп'ютерних технологій та віртуальної реальності відкриває безмежні можливості для дизайнерів у створенні інноваційних та естетично привабливих продуктів.

Технічна обізнаність та вміння працювати з сучасними інструментами стають ключовими елементами успішної кар'єри в області дизайну. Сприяння вивченню та розвитку новітніх технологій у сфері дизайну може стати стратегічним кроком для випускників та майбутніх фахівців.

Важливо враховувати вплив технологій на споживача та ринкові тенденції. Зміни у способі сприйняття та використання дизайну, викликані технологічним прогресом, вимагають від дизайнерів гнучкості та постійного вдосконалення.

Саме у світлі вивчених аспектів можна зробити висновок, що технологічність у дизайні не лише є невід'ємною частиною сучасного підходу, але й стає важливим критерієм успіху у цій галузі. Розвиток і вдосконалення технічних аспектів дизайну є необхідним завданням для забезпечення конкурентоспроможності та інноваційності в сучасному світі.

У результаті роботи над проектом розробки фірмового стилю для кафедри технологічної та професійної освіти були виявлені ключові аспекти, які сприятимуть створенню сучасного, впізнаваного та репрезентативного обличчя кафедри.

Початковий етап дизайн-проекту, включаючи аналіз аудиторії та конкурентного середовища, дозволив визначити основні цінності та характеристики, які повинен відображати фірмовий стиль. Враховуючи специфіку кафедри, були визначені ключові елементи, що відображають педагогічну направленість та технологічний акцент.

Дизайн емблеми та кольорової палітри були створені з урахуванням корпоративних цінностей та ідентичності кафедри. Лаконічність та сучасність в обраному дизайні відображають актуальний підхід до педагогічної та технологічної освіти. Важливим етапом є розробка рекламної продукції з використанням фірмового стилю, які допоможуть забезпечити

єдність у використанні елементів дизайну. Зазначений фірмовий стиль має на меті не лише відобразити ідентичність кафедри, але і сприяти позиціонуванню її як сучасного та інноваційного центру, що активно сприяє розвитку педагогічної та технологічної освіти.

Таким чином, кваліфікаційна робота підтверджує необхідність формування дизайнерської компетентності учнів на уроках технологій при створенні фірмового стилю, і пропонує цілеспрямовані методи та підходи для досягнення цієї мети. Результати дослідження можуть бути використані в навчальному процесі для покращення змісту та методики навчання учнів у галузі дизайну та технологій.

Отже, дизайн-проект розробки фірмового стилю для кафедри технологічної та професійної освіти враховує не лише візуальні аспекти дизайну, але й стратегічно покликаний відобразити цінності та принципи, які визначають діяльність кафедри в галузі освіти. Результати цього дослідження підтверджують важливість включення дизайнерських елементів у навчальний процес та підкреслюють необхідність подальших наукових досліджень та розвитку методик, спрямованих на оптимізацію процесу формування дизайнерської компетентності учнів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамова М. Фірмовий стиль. Методи та хитрощі. Київ: Книжковий клуб. Клуб Сімейного відпочинку. 2017. 17 с.
2. Александрова Е.М. Психологічні аспекти формування дизайнерської компетентності учнів основної школи. Видавництво Просвіта. 2015. 21 с.
3. Антонович Є. А., Захарчук-Чугай Р. В., Станкевич М. Є. Декоративно-прикладне мистецтво. Львів: Світ, 1993. 72 с.
4. Бадушев, Р. Секрети фірмового стилю: як створити впізнаваний бренд. Питер. 2015. 147 с.
5. Бугай, А.С. Посібник з технології навчання дітей. Техніки та методи. Київ: Видавництво Світлич. 2016. 28-34 с.
6. Брусило Д.О., Гладких І.В.. Фірмовий стиль як засіб ідентифікації підприємства та його формування з точки зору видавничої діяльності. Збірник наукових праць «Рейковий рухомий склад», 2018. Вип.16 <https://ukrndiv.com.ua/wp-content/uploads/2020/02/6-4.pdf> (дата звернення 09.11.2023).
7. Блог: Креативна стратегія для розробки фірмового стилю торгівельної марки URL: <http://fishka-plus.com.ua/blog/kreatyvna-strategija-dljarozrobky-firmovogo-stylju-torgivelno-marky.html> (дата звернення: 08.11.2023).
8. Воробьев, С. Фірмовий стиль: від створення до впровадження. Видавництво Комп'ютерПрес. 2019. 97 с.
9. Вережако, І.В. Розвиток художньо-творчих здібностей та образотворчої компетентності учнів на уроках технології. Науково-практичний журнал Технологія і техніка друкарства. 2017. 20-25 с.
10. Галаєва, О. Формування дизайнерської компетентності вчителів технологій для розвитку сучасної освіти. Науково-методичний журнал Технології навчання. 2019. 11-16 с.

11. Гориня, Н. Розвиток дизайнерської компетентності учнів засобами проектної діяльності. Міжнародний науковий журнал Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання. 2018. 17с.
12. Гладун О. Дизайн як формотворчий чинник у сучасній системі синтезу мистецтв. Харків, Вісник ХДАДМ, 2007. № 4. 3-13 с.
13. Двояшкіна, О. Розвиток творчої думки та формування дизайнерської компетентності молодших школярів засобами мистецтвознавчої та художньої освіти. Київ: Видавництво: Педагогічна думка. 2019. 35-39 с.
14. Ємельянова, І.Г. Сучасні технології в освіті: дистанційне навчання, проектна діяльність, соціальні медіа. Одеса: Astroprint. 2020. 11-15 с.
15. Зеленський, О. Дизайнерська компетентність учнів засобами інтернет-технологій та віртуального навчання. Херсон: Видавництво ХДАК. 2017. 69-81 с.
16. Іванова, К. Дизайнерська компетентність як ключова компетентність у мистецькій освіті. Науковий вісник Національної мистецької академії України. 2020. 3 с.
17. Курнацька, Ю. Моделі сучасної технологічної освіти дизайнерів. Вісник Національного технічного університету України КПІ. 2020. 69-74 с.
18. Колосов, Ю.В., Приймаченко, К.А., & Орлова, Л.С. Логотип та фірмовий стиль. Київ: Видавничий дім Слово. 2018. 7-9 с.
19. Короткевич, М.В. Концепція розвитку освіти України: методичний посібник з технології навчання. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2017. 54-58 с.
20. Кондрашов, Ю.І. Організація учнівської технічної творчості в системі технологічної освіти. Харків: ХНТУ. 2018. 18 с.
21. Коломієць, О. І. Компетентність учнів у галузі дизайну та образотворчого мистецтва в умовах Європейської інтеграції. Київ: Видавничий дім Слово. 2013. 66-67 с.

22. Кутс, Ю. І. Розвиток професійної компетентності майбутніх дизайнерів вишивки. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки. 2017. 43-45 с.
23. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну: підручник. Київ : Кондор. 2006. 492 с.
24. Мартиненко, О. Формування дизайнерської компетентності учнів на уроках технологій.: Видавничий дім Рута, Житомир 2018. 168с.
25. Мельник, О.М. Посібник з організації уроків технологій в початковій школі. Київ: Видавництво Ранок. 2019. 65-68 с.
26. Мозгова, Н. І. Розвиток дизайнерської компетентності учнів на уроках трудового навчання. Київ: Видавництво Навчальна книга. 2014. 168 с.
27. Онуфрієнко, І.О. Профорієнтаційні технології у процесі навчання на уроках технічної та технологічної освіти. Вінниця: Нова книга. 2019. 48 с.
28. Омельченко, Н.В. Методичні засади розвитку пізнавальної діяльності молодших школярів на уроках технології. Науково-методичний журнал Педагогічна думка. 2018. 34-37 с.
29. Одесов, В. А. Дизайнерська компетентність учнів: методологічний аспект та досвід реалізації в позашкільних навчальних закладах. Київ: Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова. 2016. 98 с.
30. Подлубный, А. Синдром brand book. Как сберечь фирменный стиль и не потеряют в битве за внимание. Москва: Манн, Иванов и Фербер. 2019. 19 с.
31. Павлюк, Д.В. Новітні технології моделювання в технологічному навчанні. Київ: Видавничий дім КМ-Букс. 2019. 59-61 с.
32. Пономаренко Ігор, Баландюк Андрій. Фірмовий стиль як основа комунікаційної політики компанії. URL: 21 https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18187/1/APSD2021_V2_P355-357.pdf (дата звернення: 09.11.2023).
33. Павловська Є. Дизайн реклами: покоління NEXT. СП-б. 2004. 360 с.

34. Психологія кольору в дизайні логотипу. URL: <https://spilno.org/article/psykholohiya-koloru-v-dyzaini-lohotypu> (дата звернення: 08.11.2023).
35. Піскун О., Сідей Е. Розробка засобів візуальної ідентифікації закладу освіти. Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми сучасного дизайну». Київ. КНУТД, 22 квітня 2021. 58-69 с.
36. Рекламний менеджмент. Досвід і практика. Збірник статей менеджерів рекламного агентства SOREC MEDIA. К.: 2003. 260 с.
37. Сьомкін В. Дизайн. Тенденції та напрямки розвитку. Київ : Альтерпрес, 2009. 523 с.
38. Фелікс Шарков: Фірмовий стиль організація: питання теорії і проблеми формування. 2009. 130 с.
39. Шут, А.А. Посібник з організації уроків технічного та технологічного профілю. Дніпро: Видавництво Гармонія. 2018. 98 с.
40. Яніцка Л. Фірмовий стиль як інструмент просування бренду <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/192680/1/334-337.pdf> (дата звернення 09.11.2023).
41. Neumeier, M. The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. Berkeley, CA: New Riders. 2005. 254с.
42. Wheeler, A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. 2017. 398 с.

ДОДАТКИ:

Додаток А



(Рис. А.1. Пошук аналогів) (джерело: <https://uu-te.com.ua/shho-take-brendbuk-i-hto-jogo-stvoryuye/>)



(Рис. А.2. Пошук аналогів) (джерело: <https://artkipdm.kosiv.org.ua/2010/07/06/471/>)



(Рис. Б.1. Фірмова емблема)



(Рис. Б.2. Фірмові кольори емблеми)



(Рис. Б.3. Кольори фірмового стилю)



(Рис. В.1. Планшет)