



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ
Кафедра менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій

КОЛОРИСТИКА ТА ОСНОВИ ДИЗАЙНУ
Силабус навчальної дисципліни

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Освітня програма	Бакалавр маркетингу посилання
Статус дисципліни	Вибіркова
Форма навчання	Денна
Рік підготовки, семестр	2 курс, 4 семестр
Обсяг дисципліни	3,0 кредитів ЄКТС / 90 годин, у тому числі, самостійної роботи – 54 години, лекційних – 18 годин, семінарських – 18 годин
Форма семестрового контролю	Залік
Мова викладання	Українська
Інформація про викладачів	Лекції, семінарські заняття, консультації: Забурмеха Євгена Михайлівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, банківсько справи, страхування та фондового ринку ye_zaburmekha@univer.km.ua https://univer.km.ua/profile/zaburmekha-yevhena-mykhaylivna Профілі у наукових базах даних: ORCID https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0003-2223-3887 Google Scholar https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=qoCxDoAAAAAJ Scopus https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57208719642

Розміщення курсу	Google classroom «Колористика та основи дизайну»
Консультації	Офлайн консультації: згідно із затвердженим розкладом; Онлайн консультації: за попередньою домовленістю електронною поштою та Google meet у робочі дні з 9.00 до 17.00;

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни

Програмні компетентності, які здобуваються під час вивчення навчальної дисципліни	<p style="text-align: center;">Загальні компетентності</p> <p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p style="text-align: center;">Спеціальні компетентності</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p>
Програмні результати навчання	<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній</p>

	маркетинговій діяльності.
Місце дисципліни в логічній схемі	Знання цієї навчальної дисципліни слугуватимуть базою для подальшого вивчення дисциплін: ППО 12 Паблік рілейшнз та копірайтинг, ППО 14 Маркетингова товарна політика, ППО 16 маркетинг послуг, Курсова робота, Бакалаврська робота.
Зміст навчальної дисципліни	Теорія кольору Вплив кольору на людину Психологічне сприйняття та емоційне значення кольору Колористика – психологія сприйняття кольору Вірне поєднання кольорів Організація композиції Колір у рекламі Мистецтво презентації Кольорове оформлення магазину
Рекомендовані джерела для вивчення навчальної дисципліни	<p style="text-align: center;">Нормативно-правові акти</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР 2. Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні: Закон України № 1667-ІХ, 15 липня 2021 року. Офіційний вісник України від 25.09.2020–2021 р., № 65, стор. 13, ст. 4103, код акта 106631/2021. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20#Text <p style="text-align: center;">Основні джерела</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Адамс Ш. Як дизайн спонукає нас думати / пер. з англ. С. Пухлій. Київ : ArtHuss, 2020. 256 с. 2. Блумквіст Г., Кільдюшева В. Натхнення кольором. Як створити ідеальну палітру. Київ : ArtHuss, 2021. 192 с. 3. Горнунг Д. Колір. Практикум для художників та дизайнерів / пер. з англ. Київ : ArtHuss, 2025. 248 с. 4. Денисенко С. Теорія кольору : навчальний посібник. Київ : Вища школа, 2021. 160 с. 5. Емброуз Г., Леонард Н. Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова / пер. з англ. Київ : ArtHuss, 2024. 208 с. 6. Іттен Й. Мистецтво кольору / пер. з нім. А. Блащук. 3-тє вид. Київ : ArtHuss, 2022. 160 с. 7. Кросс Д. Дизайн – це робота / пер. з англ. Київ : ArtHuss, 2021. 240 с. 8. Синєпунова Н. Композиція: Тотальний контроль. Київ : ArtHuss, 2020. 176 с. 9. Чалдіні Р. Психологія впливу / пер. з англ. Харків : КСД, 2022. 352 с. <p style="text-align: center;">Допоміжні джерела</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Гармонія кольорів у дизайні: як створювати вдалі палітри : сайт. URL: cases.media (дата звернення: 18.02.2025). 2. Гірняк М. Психологія кольору в маркетингу та рекламі : стаття. 2023. URL: marketer.ua (дата звернення: 18.02.2025). 3. Колір у вебдизайні: повний гайд для новачків : сайт. URL: itstep.org (дата звернення: 18.02.2025). 4. Колористика в інтер'єрі: як правильно поєднувати відтінки : стаття. 2022. URL: thearchitect.pro (дата звернення: 18.02.2025). 5. Композиція в дизайні: основні принципи та прийоми : сайт. 2024. URL: prjctr.com (дата звернення: 18.02.2025).

6. Мистецтво презентації: як колір впливає на сприйняття слайдів : стаття. 2021. URL: happyfriday.com.ua (дата звернення: 18.02.2025).
7. Психологія сприйняття кольору : навчальний блог. 2023. URL: creativelive.com.ua (дата звернення: 18.02.2025).
8. Сенсорний маркетинг: як колір та світло продають у ритейлі : сайт. 2022. URL: retailers.ua (дата звернення: 18.02.2025).
9. Теорія кольору для дизайнерів: від колірного кола до психології : стаття. 2024. URL: skvot.io (дата звернення: 18.02.2025).
10. Як підібрати кольорову гаму для бренду : гайд. 2023. URL: varto.com.ua (дата звернення: 18.02.2025).
11. Adams S. The Designer's Dictionary of Color. Updated Edition. New York : Abrams, 2024. 256 p.
12. Caldas S. Palette Perfect for Graphic Designers and Illustrators. Barcelona : Noaki, 2021. 240 p.
13. Eiseman L. Pantone's Guide to Communicating with Color. New York : Pantone Books, 2023. 176 p.
14. Hibit E. Color Theory For Dummies. Hoboken : Wiley, 2022. 336 p.
15. Krause J. Color for Designers: Ninety-five Color Studies. San Francisco : Peachpit Press, 2020. 240 p.
16. Mollica P. Special Subjects: Basic Color Theory. Lake Forest : Walter Foster Publishing, 2020. 40 p.
17. St. Clair K. The Secret Lives of Colour. London : John Murray Press, 2022. 320 p.
18. Wada S. A Dictionary of Color Combinations. Vol. 1. Kyoto : Seigensha, 2020. 354 p.
19. Ward J. Visual Merchandising: Window and in-store displays for retail. London : Laurence King, 2021. 224 p.

Навчальний контент

	№ теми	Назва теми	Кількість годин					
			Усього	у тому числі				
				Лекції	Сем. (прак).	Лабор.	Ін.зав.	СРС
Тематичний план навчальної дисципліни	1	2	3	4	5	6	7	8
	1.	Тема 1. Теорія кольору	5	2	2	-	-	6
	2.	Тема 2. Вплив кольору на людину	6	2	2	-	-	6
	3.	Тема 3. Психологічне сприйняття та емоційне значення кольору	6	4	4	-	-	7
	4.	Тема 4. Колористика – психологія сприйняття кольору	5	4	4	-	-	7
	5.	Тема 5. Вірне поєднання кольорів	5	2	2	-	-	6
	6.	Тема 6. Організація композиції	6	2	2	-	-	6
	7.	Тема 7. Колір у рекламі	7	2	2	-	-	6
	8.	Тема 8. Мистецтво презентації	7	2	2	-	-	6
	9.	Тема 9. Кольорове оформлення магазину						
	Усього годин		90	18	18	-	-	54
Методи навчання та форми поточного контролю	<p>Під час лекційних занять застосовуються:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) традиційний усний виклад змісту теми; 2) створення проблемних ситуацій; 3) слайдова презентація; 4) експрес-опитування, діалог, дискусія; 5) методи активного слухання та методи зворотного зв'язку. <p>На семінарських заняттях застосовуються:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) дискусійне обговорення проблемних питань; 2) вирішення ситуаційних завдань та кейсів із застосуванням сучасних інформаційних технологій; 3) методи активного слухання, диференціації та методи рефлексії. <p>Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни може проводитися у формах:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) усне або електронне (у тому числі тестове) бліц-опитування студентів щодо засвоєння матеріалу; 2) усне або електронне (у тому числі тестове) опитування на семінарських заняттях; 3) виконання практичних завдань із застосуванням сучасних інформаційних технологій; 4) захист підготовленої презентації. 							
Лекційні заняття	<p style="text-align: center;">Лекційне заняття 1 Тема 1. Теорія кольору</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вступ до теорії кольору 2. Фізична природа кольору 3. Особливості людського зору 4. Колірні моделі та профілі в цифровому і друкованому середовищі 5. Колірне коло та базова класифікація <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 2 Тема 2. Вплив кольору на людину</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Фізіологія зорового сприйняття 2. Вплив кольору на нервову систему 							

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Стимулюючі та заспокійливі кольори 4. Колір і поведінкові реакції 5. Колір як фактор прийняття рішень 6. Гендерні та вікові особливості сприйняття <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 3</p> <p style="text-align: center;"><i>Тема 3. Психологічне сприйняття та емоційне значення кольору</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Колір як емоційний стимул 2. Архетипи кольору 3. Теплі та холодні відтінки та їхній вплив на настрій 4. Культурні відмінності в емоційному трактуванні кольору 5. Індивідуальні особливості кольорового сприйняття <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 4</p> <p style="text-align: center;"><i>Тема 4. Колористика – психологія сприйняття кольору</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття колористики та закономірності поєднання кольорів 2. Баланс у колористичній композиції 3. Просторові та акцентні властивості кольору <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 5</p> <p style="text-align: center;"><i>Тема 5. Вірне поєднання кольорів</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Принципи гармонійного поєднання 2. Правило 60–30–10 3. Уникнення колірної перевантаженості 4. Адаптація палітри до цільової аудиторії <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 6</p> <p style="text-align: center;"><i>Тема 6. Організація композиції</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Композиційний центр та візуальна ієрархія 2. Рівновага, ритм і повтор 3. Простір, фон і колірна глибина 4. Закони гештальт-психології у композиції <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 7</p> <p style="text-align: center;"><i>Тема 7. Колір у рекламі</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Колір як інструмент впливу 2. Колір у брендингу та рекламних елементах 3. Емоційний вплив і тренди 4. Колір і ефективність реклами <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 8</p> <p style="text-align: center;"><i>Тема 8. Мистецтво презентації</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Колір і читабельність 2. Психологічний вплив кольору 3. Візуальна ієрархія інформації <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 9</p> <p style="text-align: center;"><i>Тема 9. Кольорове оформлення магазину</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Колір інтер'єру та поведінка покупця 2. Зонування та акценти 3. Освітлення та передача кольору 4. Динаміка та сезонні зміни палітри
<p style="text-align: center;">Семінарські заняття</p>	<p style="text-align: center;">Семінарське заняття 1</p> <p style="text-align: center;">Тема 1. Теорія кольору</p> <p style="text-align: center;"><i>Питання для усного опитування та дискусії</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Що таке видиме світло і як його довжина хвилі впливає на колір? 2. Чим відрізняються відбиття, поглинання та заломлення світла?

3. Як будова ока впливає на сприйняття кольору?
4. Поясніть принципи адитивної (RGB) та субтрактивної (СМΥК) моделей кольору.
5. Для чого використовують HSL та HSV моделі кольору?
6. Що таке основні, похідні та третинні кольори?
7. Що таке комплементарні пари і як вони застосовуються?
8. Чим відрізняються теплі та холодні кольори і який ефект вони створюють?
9. Назвіть основні види колірних гармоній.
10. Як тон, насиченість і світлість впливають на сприйняття кольору?

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 2 бал
- 2) аудиторна письмова робота у формі виконання тестових завдань у Google формі за темою заняття – 2 бали.
- 3) рефлексія за результатами виконання самостійної роботи з теми 1 – 1 бал.

Семінарське заняття 2

Тема 2. Вплив кольору на людину

Питання для усного опитування та дискусії

11. Як колір впливає на нервову систему людини?
12. Які кольори стимулюють активність, а які заспокоюють?
13. Як колір може впливати на серцевий ритм і тиск?
14. Чому колір впливає на концентрацію та працездатність?
15. Які кольори можуть підвищувати тривожність або занепокоєння?
16. Як колір використовується для впливу на поведінку та прийняття рішень?
17. Які кольори стимулюють апетит, а які його пригнічують?
18. Як колір змінює відчуття простору та об'єму приміщення?
19. Які вікові особливості сприйняття кольору можна виділити?
20. Чи впливає гендер на сприйняття кольору? Наведіть приклад.

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 1,5 бали;
- 2) вирішення кейсу із застосуванням сучасних інформаційних технологій – 3 бали;
- 3) рефлексія за результатами виконання самостійної роботи з теми 0,5 бала.

Кейс: «Кольори в офісі та їхній вплив на продуктивність»

Ситуація:

Компанія відкрила новий офіс і планує перефарбувати робочі приміщення та зони відпочинку. Керівництво хоче, щоб колір стін, меблів і декору позитивно впливав на працездатність, концентрацію та настрій співробітників.

Завдання для студентів:

Аналіз: Визначте, які кольори стимулюють активність і концентрацію, а які — заспокоюють і допомагають відновитися; Подумайте, як колір впливає на нервову систему, серцевий ритм і емоційний стан.

Пропозиція рішень: Запропонуйте палітру кольорів для робочих зон (наприклад, open space) та зон відпочинку; Обґрунтуйте вибір кольорів з точки зору психологічного впливу на людей; Поясніть, які кольори використовувати для акцентів, щоб мотивувати або заспокоювати.

Дискусія: Чи однакові кольори будуть ефективні для всіх співробітників? Як врахувати індивідуальні, вікові та культурні особливості сприйняття кольору?

Мета кейсу:

21. Показати практичне застосування знань про вплив кольору на нервову систему, працездатність і емоційний стан людини.
22. Розвивати навички критичного мислення та прийняття рішень при проектуванні робочого простору.

Семінарське заняття 3

Тема 3. Психологічне сприйняття та емоційне значення кольору

Питання для усного опитування та дискусії

23. Що означає поняття «колір як емоційний стимул»?
24. Які кольори зазвичай асоціюються з позитивними емоціями, а які — з негативними?
25. Що таке архетипи кольору? Наведіть приклад.
26. Чим відрізняється вплив теплих і холодних відтінків на настрій людини?
27. Як колір може впливати на тривожність і розслаблення?
28. Яким чином колір формує довіру у глядача або споживача?
29. Чому однаковий колір може викликати різні емоції у різних людей?
30. Як культурні особливості впливають на емоційне сприйняття кольору?
31. Які індивідуальні фактори визначають сприйняття кольору?
32. Наведіть приклад використання кольору для викликання певних емоцій у рекламі чи мистецтві.

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 1,5 бали;
- 2) вирішення кейсу із застосуванням сучасних інформаційних технологій – 3 бали;
- 3) рефлексія за результатами виконання самостійної роботи з теми 0,5 бала.

Кейс: «Емоційна палітра рекламного банера»

Ситуація:

Маркетингове агентство готує рекламний банер для нового продукту — енергетичного напою для молоді. Клієнт хоче, щоб банер викликав **енергійність, позитивні емоції та бажання купити продукт**, але при цьому не відлякував споживачів надто агресивними відтінками.

Завдання для студентів:

Аналіз: Визначте, які кольори викликають позитивні емоції та енергію, а які можуть сприйматися негативно або агресивно. Поясніть, як теплі і холодні відтінки впливають на настрій і сприйняття.

Пропозиція рішень: Оберіть **основний колір** банера та обґрунтуйте його вибір психологічно. Виберіть **допоміжні кольори** для деталей і тексту, щоб підкреслити важливі елементи. Запропонуйте можливі акцентні кольори для заклику до дії (СТА).

Дискусія: Чи однакові емоційні реакції на колір можуть бути у різних культур? Як врахувати індивідуальні особливості сприйняття кольору серед цільової аудиторії? Як можна змінити палітру, щоб зменшити тривожність або перенасичення банера?

Мета кейсу:

– Показати практичне застосування знань про емоційний вплив

кольору.

- Розвивати навички підбору кольорової палітри для рекламних матеріалів з урахуванням психології споживача.
- Сприяти критичному мисленню при аналізі емоційного ефекту кольору.

Семінарське заняття 4

Тема 4. Колористика – психологія сприйняття кольору

Питання для усного опитування та дискусії

1. Що таке колористика і яка її роль у дизайні та мистецтві?
2. Які закономірності поєднання кольорів ви знаєте?
3. Що таке контраст і нюанс у колористиці?
4. Що таке тональна рівновага і чому вона важлива?
5. Як температурний баланс (теплі та холодні кольори) впливає на сприйняття композиції?
6. Що таке психологічна гармонія кольору?
7. Поясніть поняття колірної домінанти.
8. Чим відрізняється акцент від фону у колористичній композиції?
9. Що таке візуальна вага кольору і як її визначають?
10. Як колірна перспектива впливає на сприйняття простору?

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 1 бал;
- 2) аудиторна письмова робота у формі виконання тестових завдань у Google формі за темою заняття – 1 бал;
- 3) рефлексія за результатами виконання самостійної роботи з кейсу «Фінансові інновації в умовах цифровізації економіки» (захист підготовленої презентації) – 3 бали.

Семінарське заняття 5

Тема 5. Вірне поєднання кольорів

1. Що означає гармонійне поєднання кольорів?
2. Які типи кольорових пар використовуються для створення гармонії (комплементарні, аналогові, триадні)?
3. Поясніть правило 60–30–10 і як його застосовують у дизайні.
4. Що таке баланс насиченості і чому він важливий?
5. Як контраст світлого і темного впливає на сприйняття композиції?
6. Що таке тепло-холодний баланс і як він використовується?
7. Які помилки найчастіше роблять при поєднанні кольорів?
8. Як уникнути колірного перевантаження у дизайні?
9. Чому важливо адаптувати палітру до цільової аудиторії?
10. Наведіть приклад успішного поєднання кольорів у рекламі або брендингу

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 2 бали;
- 2) аудиторна письмова робота у формі виконання тестових завдань у Google формі за темою заняття – 2 бали;
- 3) рефлексія за результатами виконання самостійної роботи з теми 1 бал.

Семінарське заняття 6

Тема 6. Організація композиції

Питання для усного опитування та дискусії

1. Що таке композиційний центр і яку роль він відіграє у сприйнятті композиції?
2. Що таке візуальна ієрархія і як її створюють?

3. У чому різниця між симетрією та асиметрією в композиції?
4. Як ритм і повтор елементів впливають на зоровий потік?
5. Чому масштаб і пропорції важливі для організації композиції?
6. Як колір використовується для виділення акценту в композиції?
7. Що таке контраст у композиції і як він підкреслює елементи?
8. Яку роль відіграють простір і фон у сприйнятті композиції?
9. Що таке колірна глибина і як її створюють?
10. Назвіть основні закони гештальт-психології і поясніть їх застосування у композиції.

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 2 бали;
- 2) аудиторна письмова робота у формі виконання тестових завдань у Google формі за темою заняття – 2 бали;
- 3) рефлексія за результатами виконання самостійної роботи з теми 1 бал.

Семінарське заняття 7

Тема 7. Колір у рекламі

Питання для усного опитування та дискусії

1. Як колір використовується як інструмент впливу в рекламі?
2. Що таке психологія кольору в маркетингу і навіщо вона потрібна?
3. Яку роль відіграє колір логотипу у сприйнятті бренду?
4. Як колір кнопки (СТА) впливає на конверсію?
5. Чому колір може формувати довіру до бренду чи продукту?
6. Що таке брендова айдентика і як колір у ній використовується?
7. Яким чином колір створює емоційний ефект у рекламі?
8. Як кольорові тренди впливають на сучасну рекламу?
9. Чому важливо враховувати міжкультурні особливості палітри?
10. Наведіть приклад, коли зміна кольору реклами підвищила ефективність кампанії.

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 2 бали;
- 2) аудиторна письмова робота у формі виконання тестових завдань у Google формі за темою заняття – 2 бали;
- 3) рефлексія за результатами виконання самостійної роботи з теми 1 бал.

Семінарське заняття 8

Тема 8 Мистецтво презентації

Питання для усного опитування та дискусії

1. Як колір слайдів впливає на читабельність тексту?
2. Чому важливий контраст між текстом і фоном?
3. Що таке мінімалізм у палітрі презентації і чому він важливий?
4. Як колір може впливати на психологічний стан аудиторії під час виступу?
5. Яким чином колір допомагає акцентувати увагу на ключових елементах?
6. Що таке гармонія візуального ряду і як її досягти?
7. Чим відрізняється темна тема презентації від світлої?
8. Як створюється візуальна ієрархія інформації за допомогою кольору?
9. Чому важливо узгоджувати кольорову гаму з темою презентації?
10. Наведіть приклад ефективного використання кольору у презентації.

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 1,5 бали;
- 2) вирішення кейсу із застосуванням сучасних інформаційних технологій – 3 бали;
- 3) рефлексія за результатами виконання самостійної роботи з теми 0,5 бала.

Кейс: «Палітра для презентації стартапу»

Ситуація:

Команда стартапу готує презентацію для потенційних інвесторів. Презентація містить дані, графіки, фото продукту та ключові меседжі. Керівник хоче, щоб слайди були **читабельними, емоційно приємними і акцентували увагу на найважливіших моментах**, без перевантаження кольором.

Завдання для студентів:

Аналіз: Оцініть, як колір слайдів і тексту може вплинути на сприйняття інформації аудиторією. Які кольори краще використовувати для фону, а які – для акцентів і графіків? Як контраст тексту і фону впливає на читабельність?

Пропозиція рішень: Розробіть палітру для презентації: основний, вторинний і акцентний кольори (правило 60–30–10). Поясніть психологічний ефект обраних кольорів (наприклад, підвищення уваги, спокій, довіра). Визначте, де можна застосувати кольорові акценти, щоб виділити ключові дані або меседжі.

Дискусія: Чи однаково сприймаються кольори аудиторією різного віку або культурного походження? Як мінімалістична палітра може підвищити ефективність презентації? Чи варто використовувати темну тему замість світлої, і в яких випадках?

Мета кейсу:

- Навчити студентів правильно підбирати кольори для презентацій із урахуванням психології сприйняття.
- Показати, як колір допомагає акцентувати увагу та формувати емоційне ставлення до інформації.
- Розвивати критичне мислення при оформленні візуальних матеріалів.

Семінарське заняття 9

Тема 9 Кольорове оформлення магазину

Питання для усного опитування та дискусії

1. Як колір інтер'єру впливає на поведінку покупця?
2. Які кольори стимулюють апетит, а які його пригнічують у продуктових магазинах?
3. Як за допомогою кольору можна зонувати торговий простір?
4. Чому освітлення важливе для правильного сприйняття кольору товарів і інтер'єру?
5. Як теплі та холодні відтінки впливають на емоційний стан покупців?
6. Яку роль відіграє колір бренду у оформленні магазину?
7. Чому вітрина може слугувати кольоровим акцентом?
8. Як сезонні зміни палітри впливають на сприйняття магазину?
9. Чому колір може впливати на тривалість перебування покупця в магазині?
10. Наведіть приклад, як правильне поєднання кольорів підвищує ефективність продажів.

Методи навчання та форми поточного контролю

	<p>1) дискусійне обговорення проблемних питань – 1,5 бали; 2) вирішення кейсу із застосуванням сучасних інформаційних технологій – 3 бали; 3) рефлексія за результатами виконання самостійної роботи з теми 0,5 бала.</p> <p style="text-align: center;">Кейс: «Палітра нового магазину одягу»</p> <p>Ситуація: Власник нового магазину одягу хоче, щоб його простір залучав покупців, підвищував комфорт і стимулював продажі. Керівництво вирішило змінити колір стін, меблів, вітрин та зонування, але не впевнене, які відтінки вибрати.</p> <p>Завдання для студентів: Аналіз: Які кольори сприяють спокійному та комфортному шопінгу, а які – швидким покупкам? Як теплі та холодні відтінки впливають на емоційний стан покупців? Які кольори краще підходять для вітрин та акцентів, щоб привернути увагу? Пропозиція рішень: Запропонуйте палітру кольорів для робочого простору та вітрин магазину. Визначте, які кольори використовувати для зонування (наприклад, зони одягу для чоловіків і жінок, примірочні, каса). Обґрунтуйте свій вибір з точки зору психології кольору та поведінки покупців. Дискусія: Чи однакові кольори будуть ефективні для різних вікових та гендерних груп покупців? Як сезонні зміни (літо, зима) можуть впливати на вибір кольорової палітри магазину? Чи можна за допомогою кольору збільшити час перебування покупця в магазині? Мета кейсу:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Показати практичне застосування знань про психологічний вплив кольору у торговому просторі. – Розвивати навички вибору кольорової палітри з урахуванням поведінки покупців і цільової аудиторії. – Сприяти критичному мисленню та обґрунтуванню дизайнерських рішень.
<p style="text-align: center;">Самостійна робота студентів</p>	<p style="text-align: center;">Тема 1. Теорія кольору</p> <p>Завдання 1. Практична вправа</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Створіть невелику колірну палітру (3–5 кольорів) для вигаданого бренду або інтер'єру. 2. Визначте: <ul style="list-style-type: none"> – Основний колір і його роль. – Вторинні кольори та їхнє поєднання з основним. – Комплементарні пари та акцентні кольори. 3. Опишіть, який психологічний ефект має ваша палітра: які емоції вона викликає і чому. <p style="text-align: center;">Тема 2. Вплив кольору на людину</p> <p>Завдання 1. Практична вправа</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оберіть будь-яке приміщення (офіс, клас, кафе, кімнату в квартирі). 2. Проаналізуйте його кольорову палітру: <ul style="list-style-type: none"> – Які кольори використовуються? – Які емоції вони викликають у відвідувачів або користувачів? 3. Складіть пропозиції щодо оптимізації кольору для бажаного ефекту: <ul style="list-style-type: none"> – Підвищення концентрації або працездатності.

- Заспокоєння або розслаблення.
- Стимуляція апетиту (для харчових зон).

Тема 3. Психологічне сприйняття та емоційне значення кольору

Завдання 1. Практична вправа

1. Оберіть 3–5 кольорів та складіть палітру для продукту, бренду або інтер'єру.
2. Опишіть:
 - Які емоції викликає кожен колір.
 - Який колір буде домінантою, а який — акцентним.
3. Поясніть, чому обрана палітра підходить для цільової аудиторії.

Тема 4. Колористика – психологія сприйняття кольору

Завдання 1. Візьміть приклад плаката, сайту або інтер'єру.

Проаналізуйте використані кольори:

- Який колір домінує?
- Чи гармонійно поєднуються кольори між собою?
- Як контраст і тональна рівновага впливають на сприйняття?

Запропонуйте варіант оптимізації колірної композиції з урахуванням психологічного ефекту.

Тема 5. Вірне поєднання кольорів

Завдання 1. Створіть невеликий колаж з 3–5 кольорів, використовуючи правило 60–30–10. Опишіть психологічний ефект вибраної палітри та її застосування.

Тема 6. Організація композиції

Завдання 1. Намалюйте або змодельуйте просту композицію (3–5 елементів) і позначте: композиційний центр, акценти, ритм і контраст. Опишіть, як колір і форма впливають на сприйняття композиції.

Тема 7. Колір у рекламі

Завдання 1. Практична вправа

1. Оберіть будь-який рекламний банер, постер або вебсайт.
2. Проаналізуйте використані кольори:
 - Які кольори домінують і чому.
 - Які кольори виконують функцію акценту або СТА.
 - Які емоції викликають ці кольори у споживача.
3. Складіть альтернативну колірну палітру для того ж рекламного матеріалу та обґрунтуйте психологічний ефект змін.

Тема 8 Мистецтво презентації

Завдання 1. Розробіть кольорову палітру для презентації на будь-яку тему:

- Основний колір.
- Вторинні кольори.
- Акцентні кольори для ключових елементів (графіки, заклики до дії).

Поясніть психологічний ефект вашої палітри: які емоції вона викликає у аудиторії.

Створіть один слайд, використовуючи вашу палітру, і проаналізуйте його читабельність та акценти.

	<p style="text-align: center;">Тема 9 Кольорове оформлення магазину</p> <p>Завдання 1. Оберіть будь-який магазин (реальний або вигаданий). Проаналізуйте його кольорову палітру:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основний колір і його роль. - Акцентні кольори та їхнє застосування у вітринах або інтер'єрі. - Теплі та холодні відтінки та їхній психологічний ефект. <p>Складіть пропозиції щодо оптимізації кольорового оформлення для підвищення комфорту та стимулювання продажів.</p>
--	---

Політика та контроль

Політика щодо дедлайнів та здобуття балів за пропущені заняття	<p>Перескладання лекцій та семінарських занять відбувається у порядку, визначеному Положенням про організацію освітнього процесу у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова, затверджене рішенням вченої ради від 29.08.2025 р., протокол №1, введене в дію наказом від 29.08.2025 р. № 523/25 (https://surl.li/liuxqd) (у новій редакції).</p> <p>Перескладання лекції: виконання завдання за темою пропущеної лекції.</p> <p>Перескладання семінарських занять: усне опитування за питаннями семінару.</p>
Підсумковий контроль	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття видимого світла та довжини хвилі. 2. Сприйняття кольору людським оком. 3. Адитивна модель кольору (RGB). 4. Субтрактивна модель кольору (СМҮК). 5. HSL та HSV моделі кольору. 6. Основні, похідні та третинні кольори. 7. Теплі та холодні кольори. 8. Гармонії кольору: монохромна, аналогова, тріадна, тетрадна. 9. Характеристики кольору: тон, насиченість, світлість, контраст. 10. Стимулюючі та заспокійливі кольори. 11. Вплив кольору на концентрацію та працездатність. 12. Колір і поведінкові реакції людини. 13. Колір як емоційний стимул. 14. Позитивні та негативні асоціації кольору. 15. Архетипи кольору. 16. Теплі та холодні відтінки і вплив на настрій. 17. Культурні відмінності у емоційному сприйнятті кольору. 18. Індивідуальні особливості сприйняття кольору. 19. Поняття колористики. 20. Закономірності поєднання кольорів. 21. Психологічна гармонія кольору. 22. Колірна домінанта, акцент і фон. 23. Візуальна вага кольору. 24. Принципи гармонійного поєднання. 25. Правило 60–30–10. 26. Використання комплементарних пар. 27. Баланс насиченості. 28. Контраст світлого і темного. 29. Тепло-холодний баланс. 30. Уникнення колірної перевантаженості. 31. Помилки у поєднанні кольорів.

	<p>32. Адаптація палітри до цільової аудиторії. 33. Колір як засіб виділення акценту. 34. Контраст у композиції. 35. Колір як інструмент впливу на споживача. 36. Психологія кольору в маркетингу. 37. Колір логотипу та брендова айдентика. 38. Емоційна реклама. 39. Кольорові тренди у рекламі. 40. Психологічний вплив кольору під час виступу. 41. Акцентування уваги за допомогою кольору. 42. Гармонія візуального ряду. 43. Темна та світла тема презентації. 44. Візуальна ієрархія інформації. 45. Колір інтер'єру та поведінка покупця. 46. Колір і апетит у продуктових магазинах. 47. Зонування простору кольором. 48. Освітлення та передача кольору. 49. Колір бренду у оформленні. 50. Вітрина як кольоровий акцент. 51. Сезонні зміни палітри.</p>
<p>Критерії оцінювання</p>	<p>1. Положення про організацію освітнього процесу у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова, затверджене рішенням вченої ради від 29.08.2025 р., протокол №1, введене в дію наказом від 29.08.2025 р. № 523/25 (https://surl.li/liuxqd) (у новій редакції). 2. Положення про систему рейтингового оцінювання результатів освітньої діяльності здобувачів вищої освіти у Хмельницькому університеті управління та права наказом від 19.02.2019 р. №74/19 (http://www.univer.km.ua/page/Polozhennya_ratings.pdf)</p> <p>Нарахування балів студентам з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до такої схеми:</p> <pre> graph TD A[Вивчення навчальної дисципліни] --> B[100 балів] B --> C[Очна форма здобуття освіти (денна, вечірня)] B --> D[Заочна форма здобуття освіти] C --> E[10 балів – за результатами навчання під час лекцій] C --> F[30 балів – за результатами навчання під час семінарських (практичних, лабораторних) занять] C --> G[20 балів – за результатами самостійної роботи] D --> H[5 балів – за результатами навчання під час лекцій] D --> I[25 балів – за результатами навчання під час семінарських (практичних, лабораторних) занять] D --> J[30 балів – за результатами самостійної роботи] </pre>

40 балів –
за результатами складання семестрового контролю

Обсяг балів, здобутих здобувачем вищої освіти під час **лекцій** з навчальної дисципліни, визначається у пропорційному співвідношенні до кількості відвіданих лекцій. Загальна кількість балів визначається за формулою:

$$\sum_{л} = \Phi_{л} / \Pi_{л} \times \text{Мах}, \text{ де:}$$

$\sum_{л}$ – загальна кількість балів;

$\Phi_{л}$ – кількість фактично відвіданих лекцій;

$\Pi_{л}$ – планова кількість лекцій, визначена робочою програмою;

Мах – максимальна кількість балів, яку здобувач вищої освіти може отримати за роботу на лекціях.

Кількість балів, здобутих здобувачем вищої освіти під час **семінарських** (практичних, лабораторних) занять з навчальної дисципліни, визначається за формулою:

$$\sum_{с} = (B_1 + B_2 + \dots + B_n) / n \times K, \text{ де:}$$

$\sum_{с}$ – загальна кількість балів;

B – кількість балів, отриманих на одному занятті;

n – кількість семінарських (практичних, лабораторних) занять, визначених робочою програмою;

K – коефіцієнт, який, як правило, дорівнює 7 (для денної форми здобуття освіти) або 6 (для заочної форми здобуття освіти).

Коефіцієнт K може бути іншим з урахуванням специфіки навчальної дисципліни.

За результатами семінарського (практичного, лабораторного) заняття здобувачеві вищої освіти до відповідного документа обліку успішності виставляється кількість балів від 0 до 5 числом, кратним 0,5, яку він отримав протягом заняття.

Критерії поточного оцінювання знань студентів наведені у п. 4.3.8. Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права.

Обсяг балів за самостійну роботу розподіляється пропорційно за виконання 8 письмових робіт (1 письмова робота по кожній темі). Залежно від їх обсягу та складності, студент може одержати не більше 4 балів. Загалом за виконання самостійної роботи студент денної форми навчання може одержати максимально 20 балів.

Перерозподіл балів, в межах максимально можливої кількості їх одержання за виконану самостійну роботу, наведено в табл. 1.

Таблиця 1. Розподіл балів для самостійної роботи

№ з/п	Алгоритм нарахування балів	Номер теми									Усього балів
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1.	Максимальна кількість балів за одну письмову роботу з відповідної теми	2	2	4	2	2	2	2	2	2	20
	Усього балів										20

Підсумовування балів за результатами вивчення навчальної дисципліни здійснюється як правило, на підставі результатів поточного контролю;

	<p>Семестрова оцінка із залікової навчальної дисципліни (за умови, що здобувачем за поточний контроль накопичено 36 і більше балів) обчислюється за формулою:</p> $\sum c = \text{Бпк} * 100 / 60, \text{ де:}$ <p>$\sum c$ – загальна кількість балів; Бпк – кількість балів, отриманих за поточний контроль.</p> <p>Здобувач освіти, який бажає отримати підсумковий бал вищий за розрахунковий (відповідно до зазначеної формули) із залікової навчальної дисципліни, має право скласти семестровий залік. У такому разі семестрова оцінка із залікової навчальної дисципліни обчислюється шляхом додавання накопичених здобувачем освіти балів з поточного та семестрового контролю.</p> <p>У разі отримання здобувачем вищої освіти на заліку підсумкової оцінки, що є нижчою ніж розрахункова, йому виставляється розрахункова оцінка.</p>
Можливість визнання результатів неформальної освіти	<p>Здобувачу вищої освіти визнаються результати неформальної освіти за тематикою, пов'язаною з навчальною дисципліною, у порядку, визначеному Положенням про порядок визнання результатів навчання у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти (https://surl.li/fxneax) (за умови наявності сертифікату). Кількість зарахованих балів залежить від тематики онлайн курсу.</p> <p>Здобувачу вищої освіти можуть визнаватись результати участі у: конкурсі, науково-практичній конференції, тренінгу, турнірі, брейн-рингу тощо. Кількість зарахованих балів залежить від тривалості та тематики заходу.</p>
Політика академічної доброчесності	<p>Розділ «Академічна доброчесність» на сайті Університету http://univer.km.ua/page.php?pid=188</p>
Політика врегулювання конфліктів	<p>Етичний кодекс Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, затверджений рішенням вченої ради університету 27 травня 2020 року, протокол № 9, введений в дію наказом від 27.05.2020 р. № 201/20 (http://univer.km.ua/doc/Etichniy_kodeks.pdf)</p>
Зворотній зв'язок	<p>1. Під час аудиторних занять, консультацій. 2. За допомогою анкетування після завершення вивчення навчальної дисципліни, регулярних анкетувань студентів, що проводяться в університеті.</p>

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ:

РОЗРОБНИКИ	доцент кафедри фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку, кандидатка економічних наук, доцентка Євгена ЗАБУРМЕХА
ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	професор кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій, доктор економічних, професор Світлана КОВАЛЬЧУК
СХВАЛЕНО	рішення кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій, 22 січня 2026 року, протокол № 7