

(Ф 03.02 – 110)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет архітектури, будівництва та дизайну
Кафедра дизайну інтер'єру



УЗГОДЖЕНО
Дека́н ФАБД

В. Карпов
« 17 » 12 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчальної роботи

А. Полухін
« 20 » 12 2021 р.




Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Особистий бренд дизайнера»

Освітньо-професійна програма: «Дизайн»
Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»
Спеціальність: 022 «Дизайн»


Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	5	120 / 4	17		34	69			Диф. залік 5 с.
Заочна	5, 6 с.	120 / 4	4		8	108	К.р. 6 с.		Диф. залік 6 с.

Індекс: НБ-5-022/21-3.7
Індекс: НБ-5-022з/21-3.7

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 2 із 15	

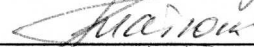
Робочу програму навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера» розроблено на основі освітньої-професійної програми «Дизайн», навчальних планів та робочих навчальних планів № НБ-5-022/21 та № НБ-5-022з/21, № РБ-5-022/21 та № РБ-5-022з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 022 «Дизайн» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробила:

доцент кафедри дизайну інтер'єрів  К.Б. Рожак-Литвиненко

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Дизайн», спеціальності 022 «Дизайн»– кафедри дизайну інтер'єру, протокол № 15 від «23» листопада 2021 р.

Гарант освітньо-професійної програми  / Гнатюк Л.Р./

Завідувач кафедри  / Гнатюк Л.Р./


Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету архітектури, будівництва та дизайну, протокол № 9 від «30» листопада 2021 р.

Голова НМРР  / Талавіра Г.М./

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 3 із 15	

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	5
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	6
2. Програма навчальної дисципліни	6
2.1. Зміст навчальної дисципліни.....	6
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля.....	6
2.3. Тематичний план.....	8
2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН).....	9
2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи	9
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	10
3.1. Методи навчання	10
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	10
3.3 Інформаційні ресурси в Інтернеті.....	11
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	11

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 4 із 15	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнер» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання

Місце навчальної дисципліни в системі професійних знань визначається знанням та вмінням передавати художніми прийомами образи об'єктів дизайну, їх об'ємно-просторові та планувально-функціональні розробки, можливістю ведення конструкторської та проектної діяльності на основі отриманих теоретичних знань із спеціальних та додаткових дисциплін.


Дисципліна «Особистий бренд дизайнера» є фундаментальною для набуття професійних знань та компетентностей, необхідних для вирішення завдань, пов'язаних із практичною діяльністю дизайнера на ринку праці. Актуальність дисципліни визначена необхідністю використання наукової інформації та базових знань з розвитку особистого бренду задля формування у студентів мистецької ерудиції, необхідної для самостійної роботи фахівця-дизайнера.

Метою навчальної дисципліни є: ознайомлення з основними інструментами та заходами, спрямованими на розробку індивідуального бренду майбутнього дизайнера, що є запорукою його успішної самореалізації в умовах конкурентного ринкового середовища.

Вивчення дисципліни «Особистий бренд дизайнера» має відігравати важливу роль у формуванні світоглядних позицій майбутнього спеціаліста, в його інтелектуальному та культурному зростанні, створенні передумов професійної підготовки.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- набуття студентами базових знань щодо створення та просування особистого бренду дизайнера;
- набуття студентами вмінь та практичних навичок щодо створення стратегії та запуску особистого бренду;
- ознайомлення студентів з особливостями діяльності успішних особистих брендів у сфері дизайну;
- формування досвіду дизайнерської діяльності студента, його дослідницької, художньої та підприємницької активності.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 5 із 15	

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

В результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі **програмні результати навчання**:

– **ПРН 3.** Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайнерського проекту, застосовувати теорію і методику дизайну, фахову термінологію за професійним спрямуванням, основи наукових досліджень.

– **ПРН 5.** Розуміти і сумлінно виконувати свою частину роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності.

– **ПРН 6.** Усвідомлювати відповідальність за якість виконуваних робіт, забезпечувати виконання завдання на високому професійному рівні.

– **ПРН 13.** Знати надбання національної та всесвітньої культурно-мистецької спадщини, розвивати екокультуру засобами дизайну;

– **ПРН 14.** Використовувати у професійній діяльності прояви української ментальності, історичної пам'яті, національної самоідентифікації та творчого самовираження; застосовувати історичний творчий досвід, а також успішні українські та зарубіжні художні практики;

– **ПРН 19.** Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

В результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі загальні та фахові **компетентності**:

– **ІК :** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі дизайну, або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій і методів дизайну та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.


– **ЗК 1.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

– **ЗК 4.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

– **ЗК 5.** Здатність працювати в команді.

– **ЗК 9.** Здатність зберігати та примножувати культурно-мистецькі, екологічні, моральні, 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;

– **ЗК 11.** Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, розуміти предметну галузь та сфери професійної діяльності, застосовувати набуті знання у практичних ситуаціях.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 6 із 15	

- **ФК 10.** Здатність застосовувати знання прикладних наук у професійній діяльності (за спеціалізаціями).
- **ФК 11.** Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності.

1.4. Міждисциплінарні зв'язки:

Дана дисципліна є базою для вивчення подальших дисциплін, а саме: «Брендинг та ребрендинг».

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни складається з одного навчального модуля, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.


Важливою складовою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань і вмінь, набутих студентом у процесі засвоєння **навчального матеріалу дисципліни**, є виконання практичних завдань, спрямованих на розробку стратегії та плану запуску особистого бренду.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля:

МОДУЛЬ №1. ОСОБИСТИЙ БРЕНД ДИЗАЙНЕРА

Інтегровані вимоги модуля №1. У результаті засвоєння навчального матеріалу модуля № 1 студент повинен *ЗНАТИ*:

- Поняття, необхідні для запуску процесу створення та просування бренду: «особистий бренд», «позиціонування», «цільова аудиторія», «ідентичність бренду», «унікальна торгова пропозиція»;
- існуючі підходи до формування стратегій побудови, запуску та просування брендів;
- інструменти та методи вивчення цільової аудиторії та місця бренду на ринку;
- принципи формування елементів ідентичності бренду;
- приклади успішних дизайн-стратегій.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 7 із 15	

ВМІТИ:

- проводити дослідження, пов'язані з вивченням позиціонування бренду, клієнтської аудиторії, процесом розбудови та запуску особистого бренду;
- визначати ідеали та ціннісні характеристики бренду, спираючись на результати досліджень;
- розробляти неймінг, символіку, логотип бренду;
- розробляти та оцінювати ефективність стратегій із побудови, запуску, управління брендом;
- розробляти та впроваджувати контент-план та контент-стратегію;
- використовувати набуті знання та навички у практичній та проектній роботі.

Тема 1.1. Місце особистого бренду дизайнера на ринку. Особливості вибору ніші, позиціонування. Цільова аудиторія і клієнти бренду. Поняття особистого бренду. Його переваги та недоліки порівняно з іншими інструментами побудови бізнесу. Особливості роботи над особистим брендом. Правила вибору ніші в дизайн-індустрії. Конкретизація ніші та визначення позиціонування бренду. Ознаки правильно обраного позиціонування. Методи та інструменти вивчення цільової аудиторії, пошуки зв'язків із клієнтами. Клієнтська база.


Тема 1.2. Вивчення конкурентного середовища та засоби побудови ідентичності бренду. Цінності та ідеали бренду. Завдання і методи дослідження конкурентів. Пошук елементів власної унікальності. Уточнення позиціонування на основі аналізу інформації про конкурентів. Метод «таємного покупця». Визначення ідеалів бренду: далекоглядність, цілісність, довговічність, значення, відмінність, відданість, автентичність, гнучкість, цінність.

Тема 1.3. Продуктова лінійка бренду, формування унікальних торгових пропозицій. Система продуктів, які виготовляються в рамках проекту. Вертикальна, розвиваюча і доповнююча продуктові лінійки. Основні принципи розробки продуктової лінійки. Поняття upsell і downsell. Сегментування потреб клієнтів.

Тема 1.4. Елементи ідентичності бренду. Назва, символіка, логотип. Візуальна ідентичність бренду. Види символіки та особливості її застосування: словесна, буквенна, піктографічна, абстрактна, емблеми.

Тема 1.5. Розробка ефективної стратегії просування бренду. Головні і другорядні цілі розвитку бренду. План дій для досягнення поставлених цілей. Види стратегій. Завдання і тактика просування бренду.

Тема 1.6. Присутність бренду в інтернет-просторі. Напрями взаємодії

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 8 із 15	


бренду з потенційними клієнтами. Принципи комунікації в онлайн-просторі. Соціальні медіа. Правила поведінки у соціальних медіа різних категорій. Ведення онлайн-активності: блоги, тематичні чати, розміщення та обмін медіа, прямі ефіри. Основні принципи вебдизайну. Кризові та конфліктні комунікації.

Тема 1.7. Контент-стратегія і контент-план. Ключові аспекти планування онлайн-комунікації. Мета та зміст контент-стратегії. Типи і формати контенту. Способи розповсюдження контенту. Оцінка результатів контент-стратегії. Принципи розробки контент-плану.

Тема 1.8. Способи просування бренду. Офіційний запуск. Приклади успішних дизайн-стратегій. Масштабування бренду та робота в команді. Життєвий цикл продукту. Що врахувати при виведенні продукту на ринок. Досвід успішних брендів у сфері дизайну.

2.3. Тематичний план навчальної дисципліни


№ п/п	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)								
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання				
		Усього	Лекції	Лабораторні/практ. заняття	СРС	Усього	Лекції	Лабораторні/практ. заняття	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
5 семестр (5-6 семестр ЗФН)										
Модуль №1. Особистий бренд дизайнера										
1.1	Місце особистого бренду дизайнера на ринку. Особливості вибору ніші, позиціонування. Цільова аудиторія і клієнти бренду.	12	2	2	2	6	14	2	-	12
1.2	Вивчення конкурентного середовища та засоби побудови ідентичності бренду. Цінності та ідеали бренду.	12	2	2	2	6	14	-	2	12
1.3	Продуктова лінійка бренду, формування	14	2	2	2	8	12	-	-	12

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 9 із 15	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	унікальних торгових пропозицій								
1.4	Елементи ідентичності бренду. Назва, символіка, логотип.	14	2	2 2	8	14	-	2	12
1.5	Розробка ефективної стратегії просування бренду.	14	2	2 2	8	14	2	-	12
1.6	Присутність бренду в інтернет-просторі. Напрями взаємодії бренду з потенційними клієнтами.	14	2	2 2	8	12	-	-	12
1.7	Контент-стратегія і контент-план.	16	2	2 2	10	14	-	2	12
1.8	Способи просування бренду. Офіційний запуск. Приклади успішних дизайн-стратегій.	18	2	2 2 2	10	14	-	-	14
1.9	<i>Модульна контрольна робота №1</i>	6	1	-	5	-	-	-	-
1.10	<i>Виконання контрольної (домашньої) роботи</i>	-	-	-	-	8	-	-	8
1.11	<i>Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)</i>	-	-	-	-	4		2	2
Усього за модулем №1		120	17	34	69	120	4	8	108
Усього за 5 семестр		120	17	34	69	34	4	-	30
Усього за 6 семестр (ЗФН)						86	-	8	78
Усього за дисципліною		120	17	34	69	120	4	8	108

2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу для студентів ЗФН. Завдання для виконання розробляються автором робочої програми. Навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій. Наприклад, номер варіанту теоретичної частини та завдання дорівнює сумі трьох останніх цифр індивідуального навчального плану студента.

2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи (у випадку диференційованого заліку ЗФН).

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 10 із 15	

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до підсумкової контрольної роботи, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доноситься до відома студентів.

3.4. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- пояснювально-ілюстративний метод;
- метод проблемного викладу;
- проєктний метод;
- дослідницький метод.

Дані методи реалізуються у наступних видах навчання: лекції, лабораторні та самостійна робота.

Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекційних та лабораторних занять, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач із самостійного вирішення практичних завдань.


3.2. Рекомендована література

Базова література

1. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. — К. : НАУ, 2019. — 156 с.
2. Вілер А. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю / Аліна Вілер; Пер. з англ. О. Лобастової. – К.: Вид. Група КМ-БУКС, 2021. – 336 с.
3. Остервальдер О. та ін. Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти / Олександр Остервальдер, Ів Піньє, Грег Бернарда, Алан Смит. – К.: Наш формат, 2018. – 324 с.

Допоміжна література:

1. Білявський В.М., Догузів Р.Д. Вплив бренду на попит та поведінку споживачів // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки : міжнар. наук.-практ. конф., м. Луцьк, 18 лютого 2021 р. Луцьк : Волинський національний університет ім. Л. Українки, 2021. С. 26–28.
2. Товарний знак - твір сучасного графічного мистецтва /Кравченко О.В.//Матеріали VII міжнар. наук.-техн. конф. "ABIA-2006", 25-27

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 11 із 15	

вересня 2006 року. – Київ, 2006. – Т. 2. – С. 43.23-43.29

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

<http://www.architime.ru/>

<https://azconsult.ru/>

<https://bazilik.media/>

<https://artjoker.ua/>

<https://skvot.io/>

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ


4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1.

Вид навчальної роботи	Мах кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Модуль № 1 «Особистий бренд дизайнера»		
Вид навчальної роботи	бали	бали
Виконання практичних завдань	8x10=80	4x10=40
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи студент має набрати не менше</i>	48 балів	–
Виконання модульної контрольної роботи №1	20	–
Виконання контрольної (домашньої) роботи	-	30
Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)		30
Усього за модулем №1	100	–
Усього за дисципліною	100	100


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 4).

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 12 із 15	

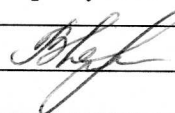
4.4. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.5. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 13 із 15	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	03.02	20.12.21	Редоренко К.А.		

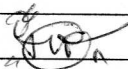
(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності
	Тришочко С.М.	22.08.22		дотримано

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ змін	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				



Система менеджменту якості.
Робоча програма
навчальної дисципліни
«Особистий бренд дизайнера»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
РП 10.01.05-01-2021

Стор. 14 із 15

Додаток 3

**Відповідність оцінок у балах оцінкам за національною шкалою
(рекомендовані значення)**

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
3	4	5	6	7	8	9	10	11	13	14	15	
3	4	5	6	7	8	9	9-10	10-11	12-13	13-14	14-15	Відмінно
2,5	3	4	5	6	6-7	7-8	8	9	10-11	11-12	12-13	Добре
2	2,5	3	4	4-5	5	6	6-7	7-8	8-9	9-10	9-11	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
15-16	16-17	17-18	17-19	18-20	19-21	20-22	21-23	22-24	23-25	24-26	25-27	Відмінно
12-14	13-15	14-16	15-16	15-17	16-18	17-19	18-20	18-21	19-22	20-23	20-24	Добре
10-11	10-12	11-13	12-14	12-14	13-15	13-16	14-17	15-17	15-18	16-19	16-19	Задовільно


Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
26-28	26-29	27-30	28-31	29-32	30-33	31-34	32-35	33-36	34-37	34-38	35-39	Відмінно
21-25	22-25	23-26	23-27	24-28	25-29	26-30	27-31	27-32	28-33	29-33	29-34	Добре
17-20	18-21	18-22	19-22	19-23	20-24	20-25	21-26	22-26	22-27	23-28	24-28	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	
36-40	37-41	38-42	39-43	40-44	41-45	42-46	43-47	43-48	44-49	45-50	46-51	Відмінно
30-35	31-36	32-37	32-38	33-39	34-40	35-41	35-42	36-42	37-43	38-44	38-45	Добре
24-29	25-30	25-31	26-31	27-32	27-33	28-34	28-34	29-35	30-36	30-37	31-37	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	
47-52	48-53	49-54	50-55	51-56	51-57	52-58	53-59	54-60	55-61	56-62	57-63	Відмінно
39-46	40-47	41-48	41-49	42-50	43-50	44-51	44-52	45-53	46-54	47-55	47-56	Добре
31-38	32-39	32-40	33-40	34-41	34-42	35-43	36-43	36-44	37-45	37-46	38-46	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	
58-64	59-65	60-66	60-67	61-68	62-69	63-70	64-71	65-72	66-73	67-74	68-75	Відмінно
48-57	49-58	50-59	50-59	51-60	52-61	53-62	53-63	54-64	55-65	56-66	56-67	Добре
38-47	39-48	40-49	40-49	41-50	41-51	42-52	43-52	43-53	44-54	44-55	45-55	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	
68-76	69-77	70-78	71-79	72-80	73-81	74-82	75-83	76-84	77-85	77-86	78-87	Відмінно
57-67	58-68	59-69	59-70	60-71	61-72	62-73	62-74	63-75	64-76	65-76	65-77	Добре
46-56	46-57	47-58	47-58	48-59	49-60	49-61	50-61	50-62	51-63	52-64	52-64	Задовільно

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Особистий бренд дизайнера»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 15 із 15	

Додаток 4

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	Добре	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67-74	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34		F	Незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)