

**УНІВЕРСИТЕТ «КРОК»**

Кафедра дизайну

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

**Тема: ДИЗАЙН СЕРІЇ РЕКЛАМНИХ ПЛАКАТІВ  
КАФЕДРИ ДИЗАЙНУ УНІВЕРСИТЕТУ «КРОК»**

Рівень вищої освіти Бакалавр

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

спеціальність 022 Дизайн

спеціалізація Графічний дизайн

освітня програма Графічний дизайн

Виконав: студент групи ДИЗ/ГД-22

**Шаповаленко Олексій**

Керівник випускної роботи:

**к.мист, доцент Тихонюк Олена**

**Володимирівна**

**Київ – 2026**

# УНІВЕРСИТЕТ «КРОК»

Кафедра дизайну

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри дизайну

С.О. Бердинських

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202 \_\_\_\_ р.

## ЗАВДАННЯ

на виконання випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

освітнього ступеня бакалавр здобувачу (чці) освіти 4 курсу Шаповаленко Олексія Дмитровича

прізвище, ім'я, по-батькові

1. Тема випускної роботи: *Дизайн серії рекламних плакатів кафедри дизайну Університету «КРОК», затверджена наказом № 2-1 «Про затвердження тем кваліфікаційних робіт та призначення наукових керівників» від 12 січня 2026 року.*

Керівник: Тихонюк Олена Володимирівна, викладач кафедри дизайну к.мист. доцент

прізвище, ім'я, по-батькові, посада, науковий ступінь, звання

2. Вихідні дані до проекту, які отримав студент завдання для здійснення аналізу плакатів кафедр і факультетів дизайну вітчизняних та іноземних ВНЗ;

3. Термін здачі студентом закінченої роботи *10.06.2026*

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що передбачаються до розробки) *Вступ повинен розкривати сутність і стан існуючої проблеми, заявленої в назві роботи, актуальність роботи з обґрунтуванням її доцільності та відповідність потребам часу чи існуючої ситуації, мету проекту, його значущість для вирішення проблеми; I розділ - аналіз проектної практики, II розділ - збір та аналіз вихідних даних, III розділ - проектні рішення, конструкції та матеріали; загальні висновки.*

5. Календарний план:

1	Затвердження теми кваліфікаційної роботи	28.12.2025 р.
2	Завершення вступної частини та першого розділу роботи (тестова частина)	17.02. 2026 р.

3	Затвердження проектної концепції роботи, мудборду, ескізних варіантів	02.03. 2026 р.
4	Завершення другого розділу (тестова частина), захист проектної практики	21.04. 2026 р.
5	Завершення третього розділу (тестова частина), формулювання висновків.	05.04. 2026 р.
6	Оформлення роботи. Подача розділів кваліфікаційної роботи на антиплагіатну перевірку.	12.05.2026 р.
7	Завершення роботи. Виконання презентаційних планшетів А2.	24.05.2026 р.
8	Подача кваліфікаційної роботи для рецензування. Попередній захист кваліфікаційних робіт.	28.05.2026 р.
9	Захист кваліфікаційної роботи	10.06.2026 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ПРЕДМЕТНОЇ ГАЛУЗІ ТА АНАЛОГІВ.....	8
1.1. Огляд кафедри дизайну Університету «КРОК».....	8
1.2. Аналіз існуючих плакатів кафедр дизайну (аналоги).....	10
1.3. Висновки з аналізу аналогів.....	17
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ДИЗАЙНУ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ.....	19
2.1. Концептуальне рішення та стиль.....	19
2.2. Формат, колір, типографіка.....	19
2.3. Опис кожного плакату серії.....	21
ВИСНОВКИ.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	31

## ВСТУП

Рекламний плакат є одним з найефективніших та найдавніших засобів візуальної комунікації. В умовах сучасного конкурентного середовища освітніх послуг вищий навчальний заклад зобов'язаний мати чітку та впізнавану візуальну ідентичність. Кафедра дизайну Університету «КРОК», готуючи фахівців зі спеціальності 022 «Дизайн», сама має стати взірцем сучасного та якісного графічного дизайну у своїх комунікаційних матеріалах.

Ефективний графічний дизайн сприяє формуванню позитивного іміджу університету та швидкому залученню цільової аудиторії – потенційних абітурієнтів. Актуальність теми зумовлена необхідністю формування чіткої та впізнаваної візуальної ідентичності кафедри в умовах конкурентного середовища освітніх послуг через створення сучасних рекламних матеріалів для кафедри дизайну Університету «КРОК», які відповідали б найновішим трендам дизайну та емоційно резонували з молодіжною аудиторією.

Відомо, що контрастна кольорова гама привертає увагу та посилює емоційний вплив зображень, а використання збалансованих композицій і точних візуальних акцентів дозволяє керувати поглядом глядача. Таким чином, розробка та впровадження сучасного цілісного дизайну плакатів для «КРОКу» є надзвичайно актуальним завданням у контексті розвитку брендингу освітніх програм.

Актуальність теми дипломної роботи зумовлена необхідністю розробки серії рекламних плакатів, що відображали б місію кафедри дизайну, її цінності, унікальність освітніх програм та формували б позитивний імідж серед потенційних абітурієнтів і партнерів.

Мета роботи - розробити серію рекламних плакатів формату 60×90 см (вертикальний) для кафедри дизайну Університету «КРОК» об'єднаних єдиною концепцією, стилем та дизайн-системою, що відповідають сучасним вимогам

графічного дизайну і ефективно транслюють ключові меседжі кафедри цільовій аудиторії .

Завдання дипломної роботи:

- провести огляд кафедри дизайну Університету «КРОК», вивчити її місію та особливості;
- зібрати та проаналізувати аналоги - плакати кафедр і факультетів дизайну вітчизняних та іноземних ВНЗ;
- виявити переваги, недоліки та тенденції у дизайні академічних рекламних плакатів;
- розробити концепцію та авторську серію з 5 рекламних плакатів 60×90 см.

Об'єкт дослідження - рекламний плакат як засіб просування освітніх послуг кафедри дизайну.

Предмет дослідження - принципи та методи розробки серії рекламних плакатів для вищого навчального закладу.

Методи дослідження: порівняльний аналіз аналогів та сучасних тенденцій: вивчено приклади освітніх рекламних плакатів провідних світових дизайн-шкіл та актуального графічного дизайну.

Композиційний та морфологічний аналіз: досліджено розташування, рівновагу та взаємодію елементів на плакаті (сітка, фокусні точки, візуальна ієрархія, ритм, масштаб, негативний простір).

Метод стилістичного порівняння: зіставлення авторських ескізів з існуючими дизайнерськими рішеннями та трендами (мінімалізм, акцентна типографіка).

Метод концептуального проектування, графічного моделювання та візуальної систематизації: розробка єдиної ідейної платформи, групування елементів за колірними, формальними та семантичними ознаками, створення

макетів у графічних редакторах (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator) з урахуванням колірних моделей (СМУК для друку, RGB для веб).

Практична цінність роботи полягає у створенні готової до друку серії плакатів 60×90 см, яку кафедра дизайну Університету «КРОК» може використовувати для рекламних та PR-кампаній.

# РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ПРЕДМЕТНОЇ ГАЛУЗІ ТА АНАЛОГІВ

## 1.1. Огляд кафедри дизайну Університету «КРОК»

Університет «КРОК» - один із провідних приватних університетів України, заснований у 1992 році. Місія університету полягає у підготовці висококваліфікованих фахівців, здатних до інноваційного мислення та практичної діяльності в умовах сучасної економіки. Кафедра дизайну університету «КРОК» була створена у 2017 році і є випусковою кафедрою зі спеціальності 022 «Дизайн» (галузь знань 02 «Культура і мистецтво»). Кафедра готує бакалаврів дизайну за двома освітніми програмами:

- «Дизайн середовища» - підготовка фахівців у сфері дизайну інтер'єрів, архітектурного середовища та просторових рішень;
- «Графічний дизайн» - підготовка фахівців у сфері візуальних комунікацій, брендингу, поліграфії та цифрових медіа.

Ключова особливість освітніх програм кафедри - практикоорієнтованість. Навчальний процес передбачає тісну колаборацію між університетом та практикуючими архітекторами, дизайнерами, дизайн-бюро, студіями та шоурумами. Завдяки цьому студенти залучаються до реальних проектних замовлень починаючи з першого курсу.

Провідні викладачі кафедри - практикуючі дизайнери та науковці: Папета Сергій Павлович, Солопов Вячеслав Анатолійович, Латій Ксенія Іванівна, Остряньська Наталія Євгенівна та інші. Завідувач кафедри - кандидат технічних наук, доцент Бердинських Святослав Олександрович.

Кафедра активно веде проектну діяльність: щороку проводить конкурс «Творчий КРОК до омріяної професії» для учнів художніх шкіл та шкіл мистецтв. Серед партнерів кафедри - провідні дизайн-студії, архітектурні бюро та виробники меблів і матеріалів.

Аналіз показав, що кафедра має потужний потенціал, проте потребує оновлення інструментів зовнішньої комунікації для кращого позиціонування на ринку освітніх послуг.

Для розробки серії рекламних плакатів важливо врахувати ключові меседжі кафедри:

1. «Від першого курсу - у реальне проектування»;
2. «Викладачі - практикуючі дизайнери»;
3. «Дві спеціалізації: Дизайн середовища та Графічний дизайн»;
4. «Твоя творча індивідуальність- у центрі навчання».

## **1.2. Аналіз існуючих плакатів кафедр дизайну (аналоги)**

У процесі дослідження було зібрано та проаналізовано 8 рекламних плакатів кафедр і факультетів дизайну вищих навчальних закладів України та зарубіжних країн.

За результатами аналізу виявлено низку типових проблем академічного рекламного плакату: брак серійності, слабка або перевантажена типографіка, відсутність чіткого і зрозумілого меседжу для вступника.

Сучасний графічний дизайн перебуває під впливом цифрових технологій та змін у культурі сприйняття інформації. Помітними тенденціями є мінімалізм, використання модульних сіток, акцент на виразну типографіку, поєднання 2D та 3D-графіки, чисті геометричні форми та яскраві контрастні палітри. У плакатах для освітніх закладів популярні стримані композиції з чіткою візуальною ієрархією, коли великий заголовок і контрастні акценти миттєво притягують увагу глядача. Зокрема, використання промислових шрифтів без зарубок і обмежена кольорова гама дозволяє зосередити увагу на ключовому повідомленні. Ці тенденції повною мірою враховані при розробці плакатів для «КРОКу»: всі макети відзначаються чистою структурою, елементами сучасного монохромного або висококонтрастного стилю та динамічними композиціями, що відповідають актуальним вимогам брендингу.

Нижче наведено детальний аналіз кожного аналогу.

### **Аналог № 1. МІСА — «Design Department Open Day» (США, 2019)**

**DESIGN  
OPEN  
DAY  
2019**

Автор: відділ маркетингу Maryland Institute College of Art. Рік: 2019.

Опис: Серія з чотирьох вертикальних плакатів формату, наближеного до А1, для Дня відкритих дверей дизайнерського факультету. Оформлення виконане у мінімалістичному ключі: домінування великого гротескного шрифту (Helvetica Neue), обмежена монохромна палітра з одним акцентним кольором (жовтий). Композиція асиметрична, текст розміщений крупним кеглем і є основним графічним елементом.

Що приваблює: чистота та лаконічність, сильна типографічна ієрархія, легкість зчитування інформації. Серія виглядає єдиним цілим завдяки спільному шрифту та кольоровій схемі. Недоліки: надмірна мінімалістичність може сприйматись як «холодна» та недостатньо креативна для кафедри дизайну, що готує художників. Відсутня ілюстративна чи образна складова. Проблематика: типова для американських академічних плакатів тенденція до стерильного мінімалізму. Ризик- втрата емоційного зв'язку з аудиторією.

**Аналог № 2. Royal College of Art — «Communication Design 2020»  
(Велика Британія, 2020)**

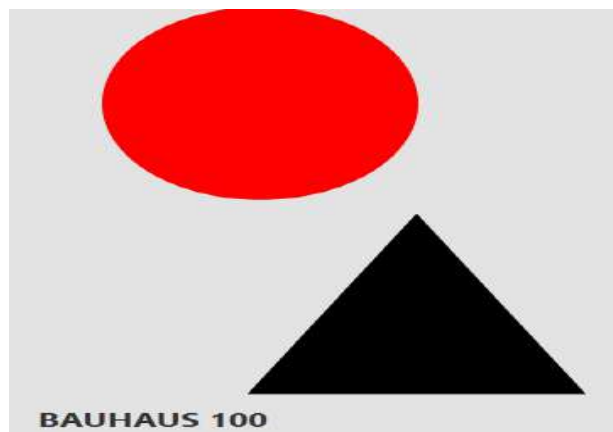


Автор: студенти кафедри Communication Design, RCA. Рік: 2020.

Опис: Плакат до щорічної виставки дипломних робіт Королівського коледжу мистецтв. Вертикальний формат. Структура побудована на геометричній сітці: жирні лінії ділять площину на зони, у кожній розміщено зображення студентських робіт. Заголовок набраний великим жирним шрифтом з нестандартним трекінгом (розріджений). Акцентний колір - кислотно-зелений на чорному тлі.

Що приваблює: поєднання строгої структури та сміливого кольорового рішення. Плакат демонструє студентські роботи, що є прямим рекламним меседжем. Висока впізнаваність. Недоліки: агресивний колір може відлякувати частину цільової аудиторії - абітурієнтів та батьків, які очікують «академічності». Перевантаженість зображеннями ускладнює сприйняття. Проблематика: складність балансу між «студентським» та «інституційним» стилем у академічних плакатах.

### **Аналог № 3. Bauhaus-Universität Weimar (Німеччина, 2019)**



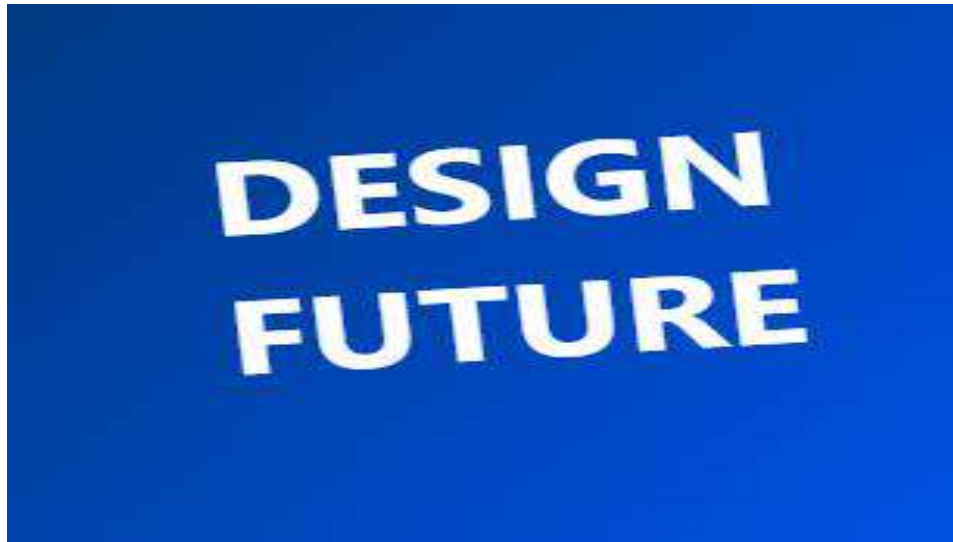
Автор: Pentagram Studio на замовлення університету. Рік: 2019 (до 100-річчя Баухауз).

Опис: Ювілейна серія плакатів до сторіччя школи Баухауз. Конструктивістська сітка, обмежена тріадна палітра (червоний, чорний, білий). Геометричні форми - кола, трикутники - як основні композиційні елементи. Шрифт - Futura (культовий шрифт Баухауз).

Що приваблює: надзвичайно сильна ідентичність. Кожен плакат — одночасно реклама і художній твір. Єдність форми і змісту: про школу дизайну розповідають методами дизайну. Недоліки: стиль є ретроспективним і жорстко прив'язаним до конкретної естетики 1919 року. Для сучасної молоді кафедри пряме копіювання цього підходу було б недоречним. Проблематика: плакат

спирається на потужну 100-річну ідентичність. Молода кафедра такої спадщини не має, тому потрібно будувати власний візуальний голос.

#### **Аналог № 4. Politecnico di Milano (Італія, 2021)**

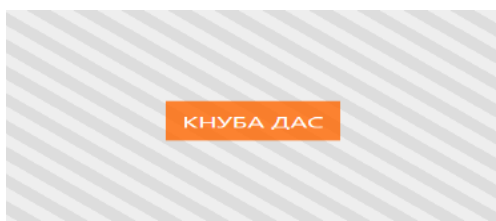


Автор: кафедра промислового дизайну Politecnico di Milano. Рік: 2021.

Опис: Рекламний плакат магістерської програми з промислового дизайну. Динамічна типографіка: слова «Design» і «Future» розміщені під кутом і різними розмірами. Абстрактні геометричні форми — витягнуті трикутники, криві - ніби «розрізають» площину плакату. Кольорова палітра: синій, білий, сірий.

Що приваблює: відчуття руху та енергії. Плакат комунікує ідею динамічного майбутнього, що добре підходить для рекламування освітньої програми. Недоліки: надмірне захоплення декоративними елементами заважає зчитуванню тексту. Ієрархія інформації порушена. Проблематика: типова помилка - прагнення зробити плакат «красивим» на шкоду читабельності та комунікативній ефективності.

#### **Аналог № 5. КНУБА - Кафедра дизайну архітектурного середовища (Україна, 2022)**



Автор: кафедра дизайну архітектурного середовища КНУБА. Рік: 2022.

Опис: Плакат-запрошення на відкриту лекцію для студентів. Фотографічний фон (інтер'єрний простір), накладені прозорі кольорові форми. Текст розміщено у кольорових блоках поверх фото. Фірмові кольори університету - синій та помаранчевий.

Що приваблює: вдале використання фотографії як ілюстративного матеріалу. Колір одразу ідентифікує університет. Недоліки: перевантаженість текстом. Дрібний шрифт знижує читабельність при перегляді з відстані. Композиція виглядає «зібраною нашвидкуруч». Проблематика: відсутність чіткої дизайн-системи та типографічної дисципліни. Плакати робляться ситуативно без спільного стандарту.

**Аналог № 6. НАУ- «Hello, Designer!» (Україна, 2021)**



Автор: команда кафедри дизайну НАУ. Рік: 2021.

Опис: Серія вступних плакатів. Поєднання ілюстрації та типографіки: рукотворні ілюстрації (пензель, олівець, трикутник) на тлі фірмового синього кольору НАУ. Слоган «Hello, Designer!» набраний великим жирним шрифтом.

Що приваблює: тепла, доступна, молодіжна естетика. Ілюстрації натякають на творчий процес, що релевантно для реклами кафедри дизайну. Недоліки: ілюстративний стиль є занадто «дитячим» - не відповідає рівню вищої освіти. Колір синій є надто прямою асоціацією з НАУ, а не з дизайном. Проблематика: складність у тому, щоб бути одночасно «молодіжним» та «професійним». Надмірна спрощеність дискредитує академічну устанovu.

#### **Аналог № 7. Yale School of Art - «Graphic Design MFA» (США, 2020)**



Автор: відділ комунікацій Yale School of Art. Рік: 2020.

Опис: Плакат для магістерської програми з графічного дизайну Єльської школи мистецтв. Експресивна типографіка: шрифт деформований, нахилений, накладений шарами. Хаотична на перший погляд, але математично прорахована верстка. Колір - чорно-білий з жовтим акцентом.

Що приваблює: надзвичайно сміливе, концептуальне рішення. Сам плакат є демонстрацією того, що вивчають студенти - тобто форма відповідає змісту. Запам'ятовується. Недоліки: незрозумілий для широкої аудиторії. Підходить для вузької аудиторії - людей з дизайнерською освітою. Для реклами кафедри, що залучає абітурієнтів, може бути занадто складним. Проблематика: плакат

орієнтований на вже досвідчену аудиторію (магістранти), а не на вступників. Ціль впливає на стиль комунікації.

### **Аналог № 8. Базельська школа дизайну - ретроспектива Яна Чіхольда (Швейцарія, 1959)**



Автор: Jan Tschichold. Рік: 1959.

Опис: Класичний плакат епохи «швейцарського стилю» (International Typographic Style). Чітка модульна сітка, Helvetica як системний шрифт, ідеальна типографічна ієрархія. Чорно-білий, максимальна функціональність.

Що приваблює: незмінна актуальність - цей підхід працює досі. Демонструє, що сильна типографіка є основою будь-якого плакату.

Недоліки: надмірна функціональність може виглядати холодно та нецікаво в контексті сучасних соціальних мереж, де візуальна конкуренція дуже висока. Проблематика: класика завжди залишається актуальною, але потребує сучасної інтерпретації - не копіювання, а переосмислення.

### **1.3. Висновки з аналізу аналогів**

На основі аналізу восьми плакатів кафедр і шкіл дизайну різних країн можна зробити такі висновки:

#### **Загальні тенденції у дизайні академічних рекламних плакатів:**

- Сильна типографіка як основний носій ідеї - характерна для більшості успішних плакатів. Шрифт не лише несе інформацію, але й є графічним елементом.
- Обмежена кольорова палітра (2–3 кольори) забезпечує цілісність серії і впізнаваність.
- Форма відповідає змісту - найсильніші плакати кафедр дизайну самі демонструють дизайнерський підхід.
- Серійність - одиничний плакат менш ефективний, ніж серія з 4–6 робіт, об'єднаних спільним стилем.

#### **Виявлені проблеми в аналогах:**

- Перевантаженість текстом (аналоги № 5, 6) - знижує ефективність плакату як рекламного носія.
- Порушення типографічної ієрархії (аналог № 4) - ускладнює зчитування ключового меседжу.
- Невідповідність аудиторії: ряд плакатів орієнтований на вже підготовлену аудиторію (Yale), а не на абітурієнтів.
- Відсутність концептуальної єдності між окремими плакатами (аналог № 5) - серія розпадається на набір окремих робіт.

#### **Висновки для власного проекту:**

Для розробки серії плакатів кафедри дизайну Університету «КРОК» необхідно: а) сформувані чіткий та сучасний візуальний стиль, що відображає творчу та практичну природу кафедри; б) забезпечити серійну єдність через

спільний шрифт, колір та композиційний принцип; в) зберегти читабельність і ясність комунікативного меседжу для аудиторії абітурієнтів (17–19 років); г) уникнути типових помилок аналогів - перевантаженості та відсутності ієрархії.

## РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ДИЗАЙНУ СЕРІЇ ПЛАКАТІВ

### 2.1. Концептуальне рішення та стиль

Концепція серії плакатів базується на ідеї «КРОК у дизайн» — кожен плакат символізує один крок у світ дизайнерської професії. Ця ідея багатозарова: по-перше, вона перегукується з назвою університету «КРОК»; по-друге, відображає практикоорієнтовану природу кафедри, де навчання відбувається через реальні кроки у проектній діяльності.

Стилістичне рішення — сучасний мінімалізм з елементами конструктивізму. Вибір обумовлений такими міркуваннями:

- Мінімалізм забезпечує читабельність та сучасність — плакати залишатимуться актуальними декілька років;
- Конструктивістські елементи (геометрія, сітка, діагоналі) апелюють до традиції академічного графічного дизайну;
- Поєднання українських і міжнародних типографічних традицій формує унікальну ідентичність кафедри.

Кожен із п'яти плакатів присвячений одному з ключових меседжів кафедри і є самостійним художнім твором, який водночас є частиною єдиної серії.

### 2.2. Формат, колір, типографіка

#### Формат

Усі плакати серії виконані у форматі 60×90 см, вертикальна орієнтація. Роздільна здатність — 300 dpi, кольорова модель СМУК для друку. Поля — 5

мм з кожного боку (технічний відступ для друку). Активна зона плакату — 58×88 см.

## **Кольорова палітра**

Основна палітра серії складається з чотирьох кольорів:

- Чорний (#000000) — для вторинних текстових елементів та розмежовувальних ліній та текстовий колір;
- Білий (#FFFFFF) — для типографіки та геометричних акцентів;
- Акцентний синьо-блакитний (#0057FF) — фірмовий акцент, що перегукується з кольоровою ідентичністю університету «КРОК»;
- Нейтральний сірий (#BDBDBD) — основний фоновий.

## **Типографіка**

Основний шрифт серії — Unbounded (Google Fonts, ліцензія Open Font License). Вибір зумовлений геометричним характером гарнітури та її відкритою ліцензією. Шрифт має широке кернування, що підкреслює архітектурність та простір.

Допоміжний шрифт — Inter (Google Fonts, OFL). Використовується для підзаголовків та дрібного тексту. Забезпечує оптимальну читабельність у малих розмірах.

Типографічна ієрархія на кожному плакаті: 1 — заголовок (Unbounded Bold, 120–200 пт); 2 — слоган/підзаголовок (Unbounded Regular, 40–60 пт); 3 — деталізований текст (Inter Regular, 18–24 пт); 4 — лого/підпис кафедри (Inter Bold, 14–16 пт).

## 2.3. ОПИС КОЖНОГО ПЛАКАТУ СЕРІЇ

### Плакат № 1. «КАФЕДРА ДИЗАЙНУ» (ГОЛОВНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ)



Меседж: Цей плакат виконує роль візитної картки кафедри, задаючи загальний геометричний та структурований тон.

Головний заголовок: Великий чорний текст «Кафедра дизайну».

Під заголовком розташований маркований список, який виділяє головні переваги та структуру навчання:

- Два напрями:
- Графічний дизайн
- Дизайн середовища
- Практикуючі викладачі
- Твоя кар'єра починається тут

Візуальні елементи: Плакат обрамлений яскравим геометричним патерном у стилі Баугауз (Bauhaus). Патерн складається з чітких фігур — трикутників, квадратів та кіл, виконаних у фірмовій кольоровій гамі: глибокий синій, чорний, сірий та білий. Цей орнамент формує своєрідну П-подібну рамку навколо тексту, що символізує структурність та креативність дизайнерської освіти.

Концептуальна ідея: Кафедра дизайну КРОК — це місце, де реальне проектування відбувається з першого по четвертий курс. Метою якою є мотивувати абітурієнтів, підкреслити кар’єрні перспективи навчання в університеті.

Цільова аудиторія - випускники та молодь, що обирають майбутню професію. Плакат адресований усім студентам і відображає наскрізну практику впродовж усього навчання.

## Плакат № 2. «ДИЗАЙН СЕРЕДОВИЩА»



Мета: Представити спеціальність «Дизайн середовища», акцентувати на творчому пошуку простору.

Меседж: Освітня програма «Дизайн середовища» — плакат-знайомство з напрямом.

Плакат детально занурює в атмосферу роботи дизайнера простору та інтер'єрів.

Головний заголовок: «ДИЗАЙН СЕРЕДОВИЩА». Підзаголовок: «СТВОРЮЄМО ПРОСТІР».

Візуальні елементи: Центральну частину займає деталізована ізометрична ілюстрація робочого місця дизайнера інтер'єру/архітектора. На ній зображено:

Два робочі столи, об'єднані у єдину зону.

Кілька комп'ютерних моніторів, на яких відкриті програми з 3D-моделювання кімнат.

Фізичний архітектурний макет будівлі на столі.

Роздруковані креслення (планування приміщень), розкладені на поверхні.

Палітри матеріалів (свотчі дерева, каменю, тканин, кольорові зразки).

У правому верхньому та лівому нижньому кутах розміщені мінімалістичні геометричні акценти (квадрати та трикутники у синьо-чорно-білій гамі) для підтримки загального стилю.

Концептуальна ідея: Дизайнер середовища - це той, хто формує навколишній простір: архітектурне середовище, інтер'єр, атмосферу. Слоган «СТВОРЮЄМО ПРОСТІР КОМФОРТУ» звертається безпосередньо до майбутнього студента (майбутні дизайнери інтер'єру, архітектори, креативні особистості) і передає суть освітньої програми.

### Плакат № 3. «ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН»

Меседж: «Графічний дизайн» — плакат-презентація ключових компетенцій та напрямів навчання. Плакат структуровано знайомить із різноманітними аспектами роботи графічного дизайнера.



Головний заголовок: «ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН».

Мета: Проілюструвати переваги спеціальності «Графічний дизайн», наголосити на креативності та професійних навичках, які отримують студенти.

Візуальні елементи: Композиція побудована за сіткою, де кожен блок ілюструє окрему дисципліну:

Брендінг та айдентика: зображення стилізованої літери «В» та розвороту брендбуку.

Типографія та композиція: відкрита книга з текстовими блоками та приклади оформлення обкладинок.

UI/UX та веб-дизайн: макети інтерфейсів на екранах ноутбука та смартфона.

Векторна ілюстрація: стилізовані персонажі на фоні міського пейзажу.

Дизайн пакування: 3D-візуалізація картонної коробки з графічним оформленням.

Цифрові комунікації: набір іконок та елементів соціальних мереж.

У верхньому лівому кутку розміщено логотип кафедри дизайну та напис «Вступ 2026». У верхньому правому кутку вказано «Університет КРОК» та «Кафедра дизайну».

Графічні акценти: Ліву частину займає вертикальна декоративна смуга з абстрактних геометричних фігур у синьо-чорно-сірій гамі. Ці ж мотиви повторюються у правому нижньому кутку для візуальної рівноваги.

Концептуальна ідея: Плакат демонструє багатогранність професії графічного дизайнера — від шрифтів до цифрових інтерфейсів та пакування. Це візуальний путівник, що обіцяє студенту опанування актуальних напрямів сучасної візуальної культури. Плакат сам є прикладом того, що вивчають студенти.

## Плакат № 4. «ПРАКТИКУЮЧІ ВИЛАДАЧІ»



Мета: Показати наявність досвідчених наставників («менторів») для студентів; підкреслити практичний аспект навчання.

Меседж: Ключова перевага кафедри - викладачі-практики, яка підкреслює зв'язок між академічним навчанням та реальним професійним досвідом.

Головний заголовок: «ПРАКТИКУЮЧІ МЕНТОРИ». Підзаголовок: «ДОСВІДЧЕНІ ПРАКТИКИ. ТВОЯ МЕНТОРСЬКА ПІДТРИМКА».

Візуальні елементи: Центральна частина плаката розділена на три основні тематичні блоки з ілюстраціями:

- Навчання на реальних проєктах: Квадратна композиція, що містить піктограми архітектури, брендингу та абстрактних геометричних форм.

- Отримання практичних навичок: Зображення професійних інструментів дизайнера та архітектора — штангенциркуль, лінійка-кутник та циркуль.

- Підтримка портфоліо: Стилізоване зображення папок або креслень, що символізує накопичення професійних робіт студента.

У верхньому лівому кутку бачимо великий логотип «Університет КРОК». Праворуч від нього розміщено напис «Вступ 2026», а трохи нижче — «Кафедра дизайну». Це створює чітку офіційну прив'язку до навчального закладу.

Внизу плаката ми бачимо продовження декоративних блоків. Тут зображено:

- стилізовані трикутники та кола, що створюють ритмічний геометричний візерунок.
- циркуль, який вписаний у трикутну форму, що підкреслює тему точних креслень та інженерного підходу в дизайні.
- стопку креслень або планшетів, що символізують об'ємну роботу над портфоліо.

Стилістика: Весь плакат витриманий у суворій синьо-біло-чорній гамі з використанням тонких ліній сітки на фоні. Це додає зображенню вигляду професійного креслення або робочого проекту.

Концептуальна ідея: Цей плакат фокусується на практичній стороні навчання. Якщо перший плакат знайомив нас із напрямками (що ми вчимо), то цей відповідає на питання як ми вчимо: через наставництво досвідчених фахівців та роботу над живими кейсами.

## Плакат № 5. «ТВОЯ КАР'ЄРА ПОЧИНАЄТЬСЯ ТУТ» (ШЛЯХ СТУДЕНТА)



Цей плакат виконаний у вигляді інфографіки, що показує покроковий розвиток студента від вступу до працевлаштування.

Головний заголовок: «ТВОЯ КАР'ЄРА ПОЧИНАЄТЬСЯ ТУТ».

Підзаголовок: «СТВОРЮЄМО ПРОСТІР ІНОВАЦІЙ».

Візуальні елементи (Таймлайн): Посередині розташована горизонтальна шкала у вигляді стрілок (шевронів), що переходять одна в одну (кольори: темно-синій, блакитний, жовтий, червоний, сірий). Над і під шкалою розписані 5 етапів:

Етап 1 (Навчання): Іконка відкритої книги. Текст вказує на старт навчання та персональний розвиток.

Етап 2 (Практика): Іконка гайкового ключа. Текст фокусується на отриманні професійних та практичних навичок.

Етап 3 (Портфоліо): Іконка відкритої папки. Текст підкреслює створення власних творчих робіт під час навчання.

Етап 4 (Менторство): Іконка діалогу двох людей. Текст вказує на отримання зв'язків з індустрією та підтримку викладачів-практиків.

Етап 5 (Робота): Іконка ділового портфеля. Текст символізує фінальний етап — кар'єрний старт та успішне працевлаштування.

Цей плакат символізує майбутній потенціал студента: поєднуючи базові форми, можна досягти значного успіху.

## ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломної роботи було досягнуто поставленої мети - розроблено концепцію серії рекламних плакатів формату 60×90 см для кафедри дизайну Університету «КРОК».

В результаті роботи:

1. Проведено детальний аналіз кафедри дизайну Університету «КРОК»: вивчено місію, освітні програми («Дизайн середовища» та «Графічний дизайн»), особливості практикоорієнтованого навчання та ключові меседжі для рекламної кампанії;
2. Зібрано та проаналізовано 8 плакатів-аналогів кафедр дизайну провідних ВНЗ України, США, Великої Британії, Німеччини, Швейцарії та Італії з авторами та датами створення;
3. Складено пояснювальну записку до кожного аналогу: виявлено переваги, недоліки та типові проблеми академічного рекламного плакату;
4. Розроблено концепцію «КРОК у дизайн» - єдину ідейну платформу для серії з 5 плакатів;
5. Сформовано дизайн-систему серії: формат 60×90 см, кольорова палітра (чорний, білий, синій #0057FF, сірий), типографіка (Unbounded + Inter), принцип серійної єдності;

Описано концептуальне та композиційне рішення кожного з 5 плакатів серії: Плакат № 1 - «КАФЕДРА ДИЗАЙНУ» (головний інформаційний); Плакат № 2 - «ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН», Плакат № 3 – «ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН», Плакат № 4 - «ПРАКТИКУЮЧІ ВИКЛАДАЧІ», Плакат № 5 - «ТВОЯ КАР'ЄРА ПОЧИНАЄТЬСЯ ТУТ» (шлях студента).

Розроблена серія плакатів відповідає вимогам академічного рекламного дизайну, забезпечує серійну єдність та чітку комунікацію ключових переваг

кафедри дизайну Університету «КРОК» для цільової аудиторії - абітурієнтів, студентів та партнерів.

Університет КРОК Кафедра дизайну Вступ 2026

# Кафедра дизайну

Два напрями:

- Графічний дизайн
- Дизайн середовища
- Практикуючі викладачі
- Реальні проекти

Соціальність 022

Університет КРОК Кафедра дизайну Вступ 2026

# ДИЗАЙН СЕРЕДОВИЩА

СТВОРЮЄМО ПРОСТІР

Соціальність 022

Університет КРОК Кафедра дизайну Вступ 2026

# ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН

БРЕНДІНГ ТА АЙДЕНТИКА

ТИПОГРАФІЯ ТА КОМПОЗИЦІЯ

ІІ/UX ТА ВЕБ-ДИЗАЙН

ВЕКТОРНА ІЛЮСТРАЦІЯ

ДИЗАЙН ПАКУВАННЯ

ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ

Соціальність 022

Університет КРОК ВСТУП 2026

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

# ПРАКТИКУЮЧІ МЕНТОРИ

ДОСВІДЧЕНІ ПРАКТИКИ  
ТВОЯ МЕНТОРСЬКА ПІДТРИМКА

НАВЧАННЯ НА РЕАЛЬНИХ ПРОЕКТАХ

ОТРИМАННЯ ПРАКТИЧНИХ НАВИЧОК

ПІДТРИМКА ПОРТФОЛІО

Соціальність 022

Університет КРОК Кафедра дизайну Вступ 2026

# ТВОЯ КАР'ЄРА ПОЧИНАЄТЬСЯ ТУТ

СТВОРЮЄМО ПРОСТІР ІННОВАЦІЙ

НАВЧАННЯ: теорія та практика дизайну

ІНСТРУМЕНТИ: сучасні засоби

ПОРТФОЛІО: проекти в дії

КАР'ЄРА: можливість для самореалізації

- 1 НАВЧАЙСЯ: отримай знання від експертів
- 2 ПРАКТИКУЙ: отримай досвід на реальних проектах
- 3 ВТІЛЮЙ: створюй дизайн
- 4 ДОСЯГНИ: будь успішною менторкою
- 5 РОСТИ: стани частиною професійної спільноти

Соціальність 022  
Графічний дизайн

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кафедра дизайну Університету «КРОК». Офіційний сайт. URL: <https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/pidrozdili/navchalni/kafedra-dizajnu> (дата звернення: 23.03.2026).
2. Hollis R. Graphic Design: A Concise History. London: Thames & Hudson, 2001. 232 p.
3. Müller-Brockmann J. Grid Systems in Graphic Design. Zurich: Niggli, 1996. 176 p.
4. Lupton E. Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. New York: Princeton Architectural Press, 2004. 176 p.
5. Maryland Institute College of Art (MICA). Офіційний сайт. URL: <https://www.mica.edu> (дата звернення: 23.03.2026).
6. Royal College of Art. Communication Design Department. URL: <https://www.rca.ac.uk/schools/school-of-communication/communication-design/> (дата звернення: 23.03.2026).
7. Bauhaus-Universität Weimar. 100 Jahre Bauhaus. Plakat-Serie. URL: <https://www.bauhaus100.de> (дата звернення: 23.03.2026).
8. Politecnico di Milano. School of Design. URL: <https://www.design.polimi.it> (дата звернення: 23.03.2026).
9. Yale School of Art. Graphic Design MFA. URL: <https://www.art.yale.edu/graphic-design> (дата звернення: 23.03.2026).
10. Медведєв В. Плакат: мистецтво, комунікація, технологія. Київ: Інститут реклами, 2015. 194 с.

11. College Recruitment Posters That Break the Mold. PrintPlace Blog, 2018.  
URL: <https://www.printplace.com/blog/15-college-recruitment-posters-break-mold/>  
(дата звернення: 23.03.2026).