

ВІДГУКИ

Здобувачів спеціальності В2 Дизайн Київського столичного університету
імені Бориса Грінченка на освітньо-професійну програму 1В2.00.01
«Комунікаційний дизайн і територіальна айдентика» другого
(магістерського) рівня вищої освіти, отримані під час анкетування у червні
2025 року

Мета освітньої програми	Освітня програма є актуальною та дає базу для розвитку в креативній індустрії, проте бажано зробити більшу частину занять доступною в онлайн-форматі, що дозволить краще адаптувати навчання під індивідуальний графік студентів Програма достатньо цікава та доступна. Основні побажання: -подальший розвиток умов для відвідування пар і лекцій студентами, які навчаються дистанційно; -баланс у часі між дисциплінами, відведення більшого обсягу часу для предметів, котрі потребують фактичного занурення «з нуля»
Характеристика освітньої програми	Програма має сильний гуманітарний і творчий фундамент, однак для покращення результатів працевлаштування її варто доповнити більшою кількістю реальних практичних кейсів, співпрацею з індустрією, гнучкістю у форматах завдань та коротшими термінами виконання, щоб симулювати професійне середовище ще під час навчання. Міждисциплінарність, актуальність для ринку праці. Комунікація з викладачами — ця програма створює безпечний простір для обговорення ідей, отримання зворотного зв'язку та розвитку критичного мислення. Це важлива основа для побудови зрілого дизайнерського підходу. Співпраця з одногрупниками — у процесі навчання формуються навички командної роботи, взаємодії та конструктивної критики, що є вкрай важливим у реальній проєктній діяльності. Творча атмосфера — навчання заохочує експерименти, пошук власного стилю, концептуальне мислення, що допомагає уникнути шаблонності та розвивати унікальність як професіонала.
Викладання та оцінювання	Хотілося б оптимізувати маркетинг. Було б добре додати роботу з сучасними інструментами, наприклад зі штучним інтелектом. Той самий UI/UX вже можна повністю згенерувати за промптом, але базові знання

все одно важливі, щоб знати як це зробити. Варто краще продумати, що саме викладається на кожній дисципліні і як. Хочеться більше практичних завдань і менше рефератів, вони доречні на авторському праві чи дизайн-освіті, але точно не потрібні в такій кількості на рекламі чи брендингу.

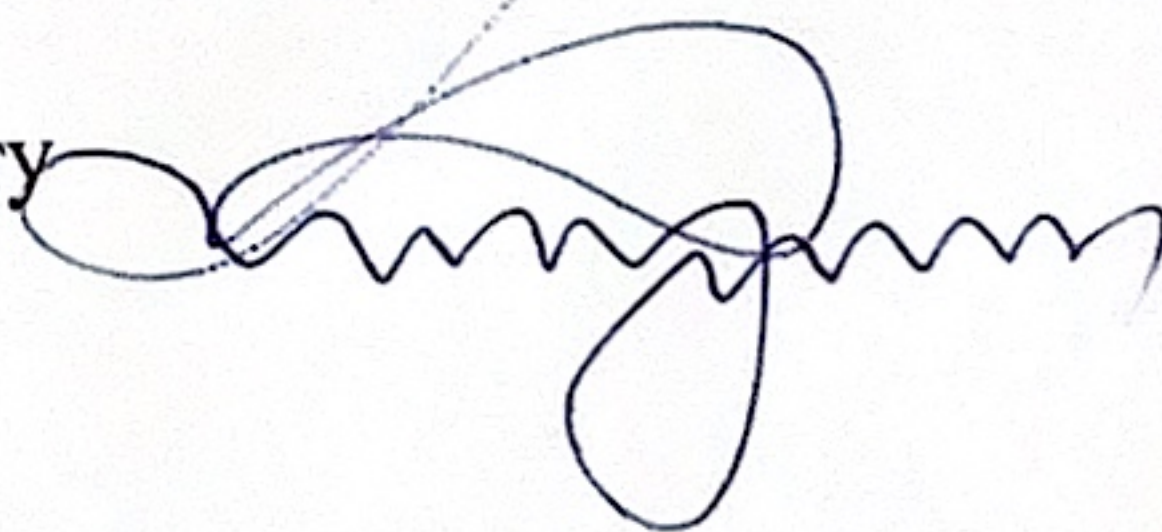
90% нової і корисної особисто для мене інформації я отримала на дисциплінах, які викладала Олена Віталіївна: програми, інструменти, теорія, різні нюанси. Завдяки цьому тепер я маю ширший простір для роботи і почала цікавитися монтажем відео. (Фігма теж дуже цікава і класна, але я поки не маю потреби реалізувати і покращувати ці навички). Завдяки дисципліні "Технологія створення дизайн-портфоліо" я почала роботу над своїм портфоліо для захисту: обрала стиль, склала всі роботи, зверстала декілька сторінок. Тобто вся найважча робота виконана і залишилось все красиво оформити, а це дуже цінно і корисно. Вся інша інформація також пізнавальна і цікава, але я поки не бачу як практично її можна застосувати в роботі дизайнера.

Надзвичайно задоволена тим, що на дисциплінах "Практикум з комп'ютерної графіки і анімації" та "UI/UX дизайн" ми вивчали нові програми для роботи: Прем'єр, Фігму, Афтер Ефектс. На бакалавраті ми не були з ними знайомими, а для дизайнера дуже важливо бути компетентним у багатьох питаннях (принаймні знати базу). Олена Віталіївна прекрасно пояснює матеріал і комунікує зі студентами, робити завдання з цих предметів - задоволення і творчий виклик водночас. Те саме стосується практики: я вважаю, що робити її в квітні є дуже чудовою та ефективною ідеєю, бо це водночас є багато часу щоб почати працювати тим, хто нічого не має на дипломний проєкт і тим, хто вже почав над ним працювати, але застряг на місці і не може рухатись далі. Також це чудово тим, що протягом трьох тижнів, поки ми займаємось практикою, є час підтягнути хвости з інших предметів - це дуже цінно і дуже допомогло вписатись в дедлайни. Також хочеться відзначити дисципліну "Технологія створення дизайн-портфоліо". Петро Володимирович дає конструктивні правки і зауваження, помічає деталі, на які можна не звернути увагу і при цьому зберігає особисте бачення і концепцію студентів. Ці

	три дисципліни (і практика) були найцікавішими на мою думку.
Програмні компетентності	Важливою перевагою є відкрита комунікація з викладачами, можливість отримати фідбек і підтримку. Корисним досвідом були групові проекти, виїзні лекції та лекції із запрошеними гостями, це створювало зв'язок із реальним професійним середовищем. Сподобалось і було корисним вивчення нових програм, зокрема After Effects, Figma, 3D, а також глибше опрацювання знайомих інструментів — Illustrator, Photoshop. Були цікаві завдання з проектування, а також корисні навички з планування й менеджменту проектів.
Нормативний зміст підготовки здобувачів, визначений у термінах результатів навчання	Ця освітня програма справді є перспективною й має низку беззаперечних переваг. Водночас хотілося б звернути увагу на один із недоліків - вибіркову дисципліну "Маркетинг у дизайні". Більшість студентів вже мали ґрунтовну теоретичну базу з цієї теми, тож очікували, що вибірковий курс розкриватиме нові аспекти. Проте, матеріал виявився повторенням уже знайомого, особливо для тих, хто спеціалізується на дизайні реклами. Саме тому цю дисципліну варто було б замінити на щось нове, прикладне й нестандартне — як-от курс із ювелірного мистецтва, який також був серед опцій і викликав інтерес у студентів. А до теоретичного маркетингу та менеджменту або ж портфоліо додати практичних занять. Занадто багато об'єктивно непотрібних рефератів, які не мають практичного сенсу для дизайнерської роботи. Натомість практики, особливо з технічних програм, бракує. На After Effects, наприклад, не вистачає часу, щоби повноцінно освоїти інструмент і спробувати більше функцій. Деякі предмети виглядають слабо структурованими, іноді викладачі самі не до кінця розуміють, що і як мають викладати. Маркетинг подається двічі — як обов'язкова і як вибіркова дисципліна, при цьому повторюється зміст, і немає можливості обрати іншу альтернативу, якщо більшість обирає саме це як вибіркову. Розумію, що викладачі не можуть вести предмети для кількох студентів, але така система все одно засмучує і демотивує, коли не маєш змоги вивчати те, що дійсно цікавить. Предмет «сувенірка» здається неактуальним і фактично

	зводиться до накладання логотипу на мокап. Його доцільно замінити на курс з підготовки файлів до друку, оптимізації для різних середовищ (веб, поліграфія, відео), знання про формати, кольорові системи, стиснення тощо. Також не вистачає більш цілісного курсу з анімації. Бажано мати базу з motion-дизайну: робота з динамікою, ефектами, звуком, оскільки відео формат зараз більш актуальний ніж картинки і графічний дизайнер може збирати проекти під мишу.
--	--

Завідувач кафедри дизайну
Київського столичного університету
імені Бориса Грінченка



Віктор КАРПОВ