

Отже, брендинг є важливим стратегічним інструментом, який впливає на позиціонування компанії на ринку та її довгостроковий розвиток. У сучасному бізнесі саме сильний бренд стає одним із ключових факторів успіху та стійкості компанії.

Саме завдяки гармонійному поєднанню бізнес отримує можливість не лише виживати в конкурентному середовищі, а й впевнено зростати та досягати успіху.

Список використаних джерел

1. Ноймаєр М. Розрив бренду: як поєднати бізнес-стратегію та дизайн. – Київ: ArtHuss, 2019.
2. Вілер А. Дизайн айдентики бренду: повний посібник зі створення бренду. – Київ: ArtHuss, 2020.
3. Аакер Д. Створення сильних брендів. – Київ: Наш Формат, 2018.
4. Келлер К. Стратегічний бренд-менеджмент: створення, оцінка та управління брендом. — Київ: Основи, 2017.
5. Годін С. Фіолетова корова! Як створити продукт, про який говоритимуть. – Київ: Наш Формат, 2018.
6. Міллер Д. Метод StoryBrand: поясніть про свій бренд так, щоб вас почули. – Київ: Vivat, 2020.
7. Ейрі Д. Любов до дизайну логотипів: створення культових брендів. – Київ: ArtHuss, 2019.
8. Pinterest – URL: <https://www.pinterest.com/pin/2392606048843829/>
9. Pinterest – URL: <https://www.pinterest.com/pin/1618549865016285/>

ФОРМУВАННЯ ПРОСТОРОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗАСОБАМИ КРЕСЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Валентина МУЗИЧЕНКО

*викладач-методист, завідувачка відділення дизайну
Черкаський державний фаховий бізнес коледж, м. Черкаси*

У сучасному освітньому просторі, орієнтованому на розвиток візуальної культури та ефективної комунікації, особливої ваги набуває формування просторової компетентності здобувачів освіти. Вона виступає важливою складовою загальних і фахових компетентностей, забезпечуючи здатність до візуалізації, аналізу та інтерпретації просторових форм. Умови активної цифровізації дизайну зумовлюють необхідність переосмислення фундаментальних дисциплін професійної підготовки.

Предмет «Основи креслення та перспективи» розглядається як складова єдиної системи, що сприяє формуванню цілісного уявлення про простір, закономірності його побудови та відтворення у візуальній практиці. Їх інтеграція в освітньому процесі забезпечує не лише опанування технічних навичок, а й сприяє розвитку аналітичного та образного мислення, формує здатність до візуалізації та ефективної комунікації, що є важливим у контексті сучасної візуальної культури та міждисциплінарної підготовки здобувачів освіти.

Попри впровадження сучасних цифрових технологій у навчальний процес, спостерігається тенденція зменшення уваги до академічних засад побудови форми та простору. Це може призводити до фрагментарності професійного мислення та поверхневого засвоєння інструментальних навичок без глибокого розуміння конструктивної логіки зображення. Виникає потреба в переосмисленні ролі креслення й перспективи як взаємопов'язаних складових єдиної системи формування просторової компетентності.

Креслення забезпечує точність, структурність і логіку побудови форми, тоді як перспектива дозволяє передати глибину простору та закономірності візуального сприйняття.

У поєднанні ці складові формують здатність студента мислити об'ємно, аналізувати конструкцію об'єкта та трансформувати її у професійно грамотне візуальне рішення. Конструктивну основу форми як носія змісту акцентував Василь Кандинський: «Усяка форма є вираженням внутрішнього змісту» [1].

З огляду на це креслення виступає не лише технічною дисципліною, а засобом структурованого осмислення форми, що дозволяє дизайнеру свідомо поєднувати конструктивність і художню виразність у сучасному графічному середовищі.

В умовах активного впровадження 3D-моделювання, CAD-систем та цифрових платформ креслення і перспектива не втрачають актуальності, а трансформуються в базову компетентнісну основу, що забезпечує ефективну інтеграцію традиційних академічних знань із сучасними технологіями графічного дизайну. Вона забезпечує не лише технічну грамотність, а й концептуальну цілісність проєктного мислення, що є необхідною умовою конкурентоспроможності фахівця у глобальному дизайн-просторі.

В контексті підготовки графічного дизайнера ці дисципліни формують: просторове та конструктивне мислення, розуміння пропорцій і масштабування, здатність аналізувати форму, навички візуальної точності й структурності, професійну культуру графічної подачі. В сучасних умовах креслення виступає універсальною професійною мовою, що забезпечує комунікацію між фахівцями різних галузей. Навички креслення та побудови перспективних зображень реалізуються в таких напрямках:

1) Формування айдентики та знакових систем, що забезпечує побудову логотипів на основі модульних сіток, пропорційних схем і геометричних конструкцій. Знання перспективи дозволяє створювати об'ємні або просторово трансформовані варіанти знаків для цифрових носіїв, анімації та 3D-візуалізації бренду.

2) Дизайн пакування, де важливе конструювання розгортки, визначення пропорцій і геометрії об'єкта, моделювання об'ємної форми упаковки. Перспективне зображення використовується для презентації продукту та створення реалістичних візуалізацій.

3) Рекламна графіка, де виникає необхідність створення ілюзії глибини, масштабу й просторової динаміки в площинній композиції, використання лінійної та кутової перспективи посилює емоційний вплив та візуальну виразність.

4) Інфографіка та візуалізація даних, де відбувається побудова аксонометричних схем, структурних моделей, просторових діаграм і пояснювальних зображень, що забезпечують точність і зрозумілість подачі інформації.

5) Розуміння принципів перспективи спрощує роботу в програмах тривимірного моделювання та рендерингу, дозволяє контролювати ракурс, масштаб, пропорції та композицію кадру, без чого не можна обійтись в 3D-графіці та цифровій візуалізації.

6) В проєктній презентації важлива професійна подача концепції через побудову перспективних сцен, макетів, віртуальних стендів або демонстраційних матеріалів для клієнтів і міжнародних партнерів.

Таким чином, креслення і перспектива виступають не лише академічною основою, а й практичним інструментом формування конкурентоспроможного графічного дизайнера, здатного працювати в умовах сучасного глобалізованого ринку. Як пишуть дослідники, «просторове мислення є ключовою когнітивною здатністю, що забезпечує розуміння, уявлення та трансформацію візуально-просторових об'єктів у процесі навчальної та професійної діяльності» [2].

Отже, креслення та перспективу доцільно розглядати не як ізольовані навчальні дисципліни, а як цілісну систему формування просторового й конструктивного мислення майбутнього графічного дизайнера. Навички з предмету залишаються фундаментальною складовою професійної компетентності графічного дизайнера навіть в умовах активної цифровізації. Інтеграція традиційних академічних методів із сучасними технологіями не лише зберігає їх актуальність, а й підсилює якість проєктного мислення, конкурентоспроможність фахівця та його здатність працювати в глобальному дизайн-середовищі.

Список використаних джерел

1. Кандинський В. Про духовне в мистецтві / пер. з нім. Київ : Основи, 1996. 192 с.
2. Uttal D. H., Cohen C. A. та ін. *The Malleability of Spatial Skills: A Meta-Analysis of Training Studies*. 2022.

МІКРОВЗАЄМОДІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ЕМОЦІЙНОГО UX У КОНТЕКСТІ БІЗНЕС-ЕФЕКТИВНОСТІ

Олександра НАЗАРОВА
студентка групи МД-25
кафедри інформаційних,
мультимедійних технологій та дизайну
Черкаського державного
фахового бізнес-коледжу, м. Черкаси

Науковий керівник: старший викладач Ольга ВАКУЛЕНКО
Черкаський державний фаховий бізнес-коледж, м. Черкаси

У сфері мультимедійного дизайну, особливо в ігровій індустрії, досвід користувача є критичним фактором успіху продукту. На відміну від традиційних цифрових платформ на кшталт веб-сайтів чи мобільних додатків, ігри будуються навколо емоційного залучення, де кожна взаємодія впливає на мотивацію користувача продовжувати перебування у цих іграх [1; 3]. У цьому контексті мікровзаємодії є одним із ключових інструментів, який поєднує UX-дизайн із успіхом бізнесу [2].

Мікровзаємодії в іграх – це короткі звукові, візуальні або тактильні реакції системи на дії гравця [2]. Вони включають анімації натискання, звукові ефекти, зміни стану інтерфейсу, візуальні підсилення дій персонажа або середовища. Їх функція полягає не лише у передачі інформації, а й у створенні емоційного підкріплення, на яке користувач може не звернути увагу, проте воно вплине на його підсвідомість [1].

З точки зору бізнесу, мікровзаємодії безпосередньо впливають на показники залученості (engagement) та утримання користувачів (retention) [3]. У мобільних іграх, наприклад, кожна дія гравця супроводжується візуальним або звуковим акцентом: збір нагород, завершення рівня або отримання бонусу. Такі елементи створюють ефект миттєвої винагороди, що мотивує користувача продовжувати гру [4]. Окрім того, якщо гра націлена на залучення фінансів користувача, мікровзаємодії стають частішими, яскравішими та більш агресивними.

Мікровзаємодії часто використовуються у casual-іграх, де анімації підсилюють навіть найпростішу дію. Наприклад, при поєднанні елементів (match-3 механіки) гравець отримує серію візуальних і звукових ефектів, які підсилюють відчуття досягнення. Це підвищує тривалість сесії та ймовірність повторного входу в гру [4].

У free-to-play моделях мікровзаємодії також впливають на монетизацію. Візуально привабливе відкриття нагород (loot boxes, бонуси, досягнення) створює емоційний пік, що підсилює бажання здійснити покупку або продовжити взаємодію з продуктом [3; 4]. Таким чином, мікровзаємодії стають частиною механіки стимулювання внутрішньоігрових витрат.

Крім того, у складніших ігрових системах (наприклад, RPG або симуляторах) мікровзаємодії допомагають зменшити когнітивне навантаження. Візуальні підказки, плавні переходи між станами та реакції інтерфейсу дозволяють гравцеві швидше орієнтуватися в системах інвентарю, прокачування або навігації [9]. Це знижує ймовірність розчарування користувачів та їхнього виходу з гри.