

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ
Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO9001:2015 / ISO 9001:2015
Кафедра дизайну

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою ДТЕУ

(пост. п. 6 від «08» 08 2026р.)

Ректор

Анатолій МАЗАРАКІ



**ЕКОДИЗАЙН/
ECO-DESIGN**

**ПРОГРАМА/
COURSE SUMMARY**

Автори: Руслана БЕЗУГЛА, доктор мистецтвознавства, доцент
Аліна СЛІВІНСЬКА, кандидат філософських наук, доцент, магістр дизайну

Програму розглянуто і схвалено на засіданні кафедри дизайну 10 червня 2026 р., протокол № 18.

Рецензенти:

Асмати ЧІБАЛАШВІЛІ, кандидат мистецтвознавства, старший науковий співробітник, заступник директора з наукової роботи Інституту проблем сучасного мистецтва НАМ України

Наталія КОНДЕЛЬ-ПЕРМІНОВА, кандидат архітектури, старший науковий співробітник, завідувач відділу дослідження просторових і предметних систем Інституту проблем сучасного мистецтва НАМ України

**ЕКОДИЗАЙН /
ECO-DESIGN**

**ПРОГРАМА /
COURSE SUMMARY**

ВСТУП

Програму навчальної дисципліни «Екодизайн» підготовлено відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 022 «Дизайн» для другого (магістерського) рівня вищої освіти (наказ МОН України від 21.12.2018 № 1433) та освітньо-професійної програми «Графічний дизайн». Програма призначена для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти ДТЕУ усіх форм навчання, галузі знань В «Культура, мистецтво та гуманітарні науки», спеціальності В2 «Дизайн», освітньої програми «Графічний дизайн».

Програма складається з таких розділів:

1. Мета, завдання та предмет дисципліни.
2. Передумови вивчення дисципліни.
3. Результати вивчення дисципліни.
4. Зміст дисципліни.
5. Список рекомендованих джерел.

1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення дисципліни «Екодизайн» є формування комплексних професійних компетентностей у сфері екологічно орієнтованого проектування у графічному дизайні, розвиток здатності застосовувати принципи сталого розвитку, ресурсоефективності та циркулярного підходу під час створення візуальних комунікацій і дизайн-продуктів. Дисципліна спрямована на формування системного проектного мислення, здатності оцінювати екологічний вплив дизайн-рішень протягом їх життєвого циклу, обирати відповідні матеріали й технології, оптимізувати ресурсне споживання та створювати відповідальні візуальні комунікації. Особлива увага приділяється інтеграції екологічних, соціальних, економічних, функціональних та естетичних критеріїв у професійну діяльність дизайнера, використанню сучасних цифрових та інноваційних технологій, а також розвитку авторського підходу до розв'язання складних проектних завдань.

Завдання вивчення дисципліни «Екодизайн»:

- ознайомити здобувачів із концепцією екодизайну, його генезою та роллю у сучасній дизайн-практиці, сформувати розуміння принципів сталого розвитку та їх взаємозв'язку з графічним дизайном;
- розкрити екологічний, соціальний та економічний виміри відповідального дизайн-проектування;
- сформувати навички оцінювання життєвого циклу дизайн-продукту та його потенційного впливу на довкілля;
- надати знання про сучасні екологічні матеріали та технології, що застосовуються у графічному дизайні;
- сформувати здатність проектувати поліграфічну продукцію та пакування з урахуванням принципів ресурсоефективності й повторного використання;
- розвинути навички створення екологічно орієнтованої візуальної ідентичності, комунікації та дизайн-маркетингової стратегії брендів;
- розкрити можливості застосування штучного інтелекту, генеративних технологій та цифрового прототипування в екодизайн-проектуванні;

- сформувати навички комплексного проектування та управління екологічно відповідальним дизайн-продуктом з урахуванням функціональних, естетичних, соціальних, економічних та екологічних критеріїв;
- розвинути навички взаємодії з фахівцями інших галузей і роботи в міжнародному контексті;
- забезпечити здатність аргументовано презентувати та оцінювати результати екодизайн-проектування в Україні та за кордоном.

Предметом дисципліни є теорія та практика екологічно орієнтованого дизайн-проектування у сфері графічного дизайну, що охоплює принципи сталого та циркулярного розвитку, оцінювання життєвого циклу дизайн-продукту, вибір екологічних матеріалів і технологій, ресурсоефективність, мінімізацію відходів, екологічне пакування, екобрендинг, візуальну комунікацію екологічних ідей та sustainable digital design. Фокус дисципліни спрямований на інтеграцію екологічних, соціальних, функціональних, технологічних та естетичних критеріїв у процес графічного дизайн-проектування, застосування сучасних цифрових і генеративних технологій та формування відповідальної професійної позиції дизайнера.

2. ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення дисципліни «Екодизайн» є засвоєння змісту освітніх компонентів «Сучасні стилі в мистецтві та дизайні», «Інноваційні технології в дизайні», «Презентація та брендингові практики в дизайні», «Концептуальне проектування в графічному дизайні».

знання:

- основних понять, принципів і сучасних концепцій екодизайну та сталого розвитку;
- основних етапів життєвого циклу дизайн-продукту та підходів до оцінювання його екологічного впливу;
- сучасних екологічних матеріалів, технологій та способів їх застосування у графічному дизайні;
- засад екологічного пакування, екобрендингу та візуальної комунікації екологічних ідей;
- можливостей застосування цифрових, генеративних технологій та штучного інтелекту в екодизайн-проектуванні;
- основ екологічного маркування, екологічної комунікації та проблеми greenwashing;

вміння та навички:

- аналізувати екологічні аспекти дизайн-продукту на різних етапах його життєвого циклу;
- визначати потенційний екологічний вплив дизайн-рішень та шляхи його мінімізації;
- обирати матеріали й технології відповідно до екологічних, функціональних та естетичних критеріїв;
- розробляти візуальні рішення для екологічно відповідального брендингу;
- обґрунтовувати екологічні переваги запропонованого дизайн-рішення;
- презентувати та аргументовано захищати результати екодизайн-проекту.

3. РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Екодизайн» як вибіркова освітня компонента забезпечує оволодіння здобувачами загальними та фаховими компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання за освітньо-професійною програмою «Графічний дизайн» (ОС магістр):

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
Загальні компетентності за освітньою програмою		
1	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).	1, 4, 5, 6, 9, 11, 12
2	Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми.	1, 2, 3, 5, 8, 9, 10, 12
3	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).	2, 3, 4, 5, 6, 8, 12
4	Здатність працювати в міжнародному контексті.	1, 2, 6, 8, 9, 10, 11
5	Здатність розробляти та керувати проєктами.	3, 5, 6, 9, 10, 11, 12
6	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	1, 2, 6, 8, 9, 10, 12
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності за освітньою програмою		
1	Здатність здійснювати концептуальне проєктування об'єктів дизайну з урахуванням функціональних, технічних, технологічних, екологічних та естетичних вимог (за спеціалізацією).	1, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12
2	Здатність проведення проєктного аналізу усіх впливових чинників і складових проєктування та формування авторської концепції проєкту.	2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 12
3	Здатність розуміти і використовувати причинно-наслідкові зв'язки у розвитку дизайну та сучасних видів мистецтв.	1, 2, 3, 6, 8, 9, 10
6	Здатність застосовувати у практиці дизайну виражальні художньо-пластичні можливості різних видів матеріалів, інноваційних методів і технологій.	4, 5, 7, 9, 10, 11, 12
7	Здатність застосовувати засоби спеціального рисунка та живопису (за спеціалізаціями), а	10, 11, 12

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
	також методики використання апаратних і програмних засобів комп'ютерних технологій.	
8	Здатність вести ефективну економічну діяльність у сфері дизайну.	2, 5, 6, 9, 12
9	Здатність створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну (товари і послуги).	2, 5, 6, 8, 9, 10, 12
10	Вміння переконливо демонструвати споживачу привабливу культурну цінність та економічну вартість створеного креативного продукту.	6, 8, 9, 12
Програмні результати навчання за освітньою програмою		
1	Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах.	6, 8, 9, 11, 12
2	Розробляти науково обґрунтовану концепцію для розв'язання фахової проблеми.	2, 3, 5, 6, 9, 10, 12
3	Обирати певну модель поведінки при спілкуванні з представниками інших професійних груп різного рівня.	2, 3, 5, 6, 12
4	Представляти результати діяльності у науковому та професійному середовищі в Україні та поза її межами.	6, 8, 10, 11, 12
5	Розробляти, формувати та контролювати основні етапи виконання проєкту.	3, 5, 9, 10, 11, 12
6	Формувати проєктні складові у межах проєктних концепцій; володіти художніми та мистецькими формами соціальної відповідальності.	1, 2, 6, 8, 9, 12
7	Критично осмислювати теорії, принципи, методи та поняття з різних предметних галузей для розв'язання завдань і проблем у галузі дизайну.	1, 2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12
8	Здійснювати передпроєктний аналіз із урахуванням усіх вагомих чинників, що	3, 4, 5, 6, 9, 10, 12

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
	впливають на об'єкт проєктування; формулювати авторську концепцію проєкту.	
9	Застосовувати методику концептуального проєктування та здійснювати процес проєктування з урахуванням сучасних технологій і конструктивних вирішень, а також функціональних та естетичних вимог до об'єкта дизайну.	4, 5, 7, 9, 10, 11, 12
10	Критично опрацьовувати художньо-проєктний доробок українських і зарубіжних фахівців, застосовувати сучасні методики та технології наукового аналізу для формування авторської концепції, пошуку українського національного стилю.	1, 2, 6, 8, 9, 10, 11
11	Визначати естетичні проблеми дизайнерських шкіл та напрямів з урахуванням генезису сучасного художнього процесу в дизайні; мати синтетичне уявлення щодо історії формування сучасної візуальної культури.	1, 6, 8, 9
14	Застосовувати інноваційні методи і технології роботи з матеріалом (за спеціалізаціями).	4, 5, 9, 10, 11, 12
15	Представляти концептуальне вирішення об'єктів дизайну засобами новітніх технологій, застосовувати прийоми графічної подачі при розв'язанні художньо-проєктних завдань (за спеціалізаціями).	6, 8, 10, 11, 12
16	Формувати дизайн-маркетингову стратегію позиціонування та просування продуктів дизайну (товарів і послуг) на внутрішньому та глобальному ринках.	6, 8, 9, 12
17	Управляти процесом вироблення продукту дизайну (товарів і послуг) на різних етапах брендингу та ребрендингу (за спеціалізаціями).	5, 6, 9, 12

4. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Екодизайн: концепція, принципи та сучасні тенденції

Екодизайн як напрям сучасної дизайн-діяльності та складова концепції сталого розвитку. Передумови виникнення екодизайну, його еволюція та взаємозв'язок із промисловим, графічним, комунікаційним і цифровим дизайном. Основні принципи

екодизайну: мінімізація негативного впливу на довкілля, раціональне використання ресурсів, довговічність, ремонтпридатність, повторне використання та перероблення. Поняття екологічної відповідальності дизайнера. Сучасні тенденції sustainable design, green design, regenerative design та circular design. Особливості застосування екологічних принципів у графічному дизайні: створення айдентики, пакування, поліграфічної продукції, рекламних та цифрових комунікацій. Роль дизайнера у формуванні екологічно відповідальної поведінки суспільства.

Причинно-наслідкові зв'язки становлення екодизайну: від руху «Мистецтва і ремесла» та критики суспільства споживання В. Папанеком («Дизайн для реального світу») до сучасних концепцій циркулярності; естетичні проблеми екологічно орієнтованих шкіл і напрямів. Міжнародні та українські практики екодизайну: критичне опрацювання доробку зарубіжних і українських дизайнерів; екологічні засади народної матеріальної культури (натуральні матеріали, довговічність і повторне використання речей) як ресурс пошуку національного стилю. Критичне осмислення концепцій sustainable, regenerative і circular design; виявлення екологічних проблем дизайн-продукту та генерування ідей їх розв'язання.

Список рекомендованих джерел

Закони та нормативні акти: 2

Основний: 3, 5 [с. 1–22]

Додатковий: 8 [с. 3–16], 10, 15

Інтернет-ресурси: 18, 23, 25

Тема 2. Сталий розвиток і дизайн: екологічний, соціальний та економічний виміри

Концепція сталого розвитку та її значення для сучасної дизайн-практики. Взаємозв'язок екологічних, соціальних та економічних аспектів у проектуванні. Цілі сталого розвитку та можливості їх інтеграції у графічний дизайн. Принципи відповідального проектування: ресурсоефективність, соціальна інклюзивність, доступність, етичність виробництва і споживання. Вплив дизайнерських рішень на поведінку користувача та споживача. Екологічна відповідальність брендів і роль дизайну у формуванні їхньої репутації. Дизайн як інструмент популяризації екологічних практик, відповідального споживання та суспільних змін. Аналіз сучасних прикладів соціально та екологічно орієнтованих дизайн-проектів.

Економічний вимір екодизайну: витрати і вигоди екологічних рішень, ефективна економічна діяльність у сфері дизайну на засадах сталості; затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну. Причинно-наслідкові зв'язки між дизайнерськими рішеннями, поведінкою споживачів і станом довкілля. Взаємодія дизайнера з фахівцями зі сталого розвитку, економістами, технологами виробництва та представниками бізнесу: вибір моделі поведінки й аргументації. Науково обґрунтована концепція відповідального проекту на основі аналізу чинників; художні форми соціальної відповідальності. Критичне осмислення концепцій сталого розвитку; міжнародний (ЦСР ООН, європейське регулювання) та український досвід.

Список рекомендованих джерел

Закони та нормативні акти: 2

Основний: 4 [с. 1–28]; 5 [с. 1–22; 85–116]

Тема 3. Життєвий цикл дизайн-продукту та оцінювання його екологічного впливу

Поняття життєвого циклу дизайн-продукту: видобування сировини, виробництво, транспортування, використання, повторне використання та утилізація. Аналіз екологічного впливу на різних етапах існування графічного продукту. Основи Life Cycle Thinking та Life Cycle Assessment у дизайн-проектуванні. Визначення ресурсомісткості, енерговитрат, відходів і потенційного вуглецевого сліду. Порівняння традиційних та екологічно орієнтованих проектних рішень. Виявлення «критичних точок» екологічного впливу та пошук шляхів їх оптимізації. Застосування аналізу життєвого циклу під час проектування поліграфії, пакування, рекламних матеріалів та інших носіїв графічної комунікації.

Аналіз життєвого циклу як інструмент передпроектного аналізу всіх вагомих чинників і основа науково обґрунтованої концепції проєкту. Причинно-наслідкові зв'язки між рішеннями на етапі проектування та екологічним впливом на подальших етапах. Взаємодія з технологами, логістами, фахівцями з переробки відходів під час збору даних. Планування і контроль етапів проєкту з урахуванням екологічних критеріїв. Критичне осмислення методик оцінювання життєвого циклу та їх обмежень.

Список рекомендованих джерел

Основний: 3; 5 [с. 23–40]

Додатковий: 6; 7; 8 [с. 68–117]

Інтернет-ресурси: 18, 22, 25

Тема 4. Матеріали та технології екодизайну в графічній комунікації

Екологічні характеристики матеріалів, що використовуються у графічному дизайні. Види паперу та картону з урахуванням походження сировини, можливості перероблення та повторного використання. Вторинні та альтернативні матеріали, біоматеріали, матеріали з низьким екологічним впливом. Екологічні технології друку, види фарб, покриттів, клеїв та оздоблення. Принципи мінімізації кількості матеріалів і технологічних операцій. Вибір матеріалів залежно від функціонального призначення та тривалості використання продукту. Особливості проектування поліграфічної продукції з урахуванням її подальшої переробки. Екологічні сертифікації та маркування матеріалів. Аналіз прикладів ефективного використання матеріалів у сучасних графічних проєктах.

Виразальні художньо-пластичні можливості екологічних матеріалів (фактура, колір, тактильність вторинного паперу, крафту, біоматеріалів) як ресурс генерування нових ідей. Інноваційні методи і технології роботи з матеріалом; методика концептуального проектування з урахуванням технологічних, функціональних та естетичних вимог. Передпроектний аналіз матеріалів і технологій; взаємодія з постачальниками та друкарнями. Критичне осмислення екологічних заяв виробників матеріалів.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4; 5 [с. 23–40]

Додатковий: 6; 7 [розд. 5]

Інтернет-ресурси: 19, 20, 21, 22

Тема 5. Екологічне пакування та системне проєктування

Пакування як один із найбільш ресурсомістких об'єктів дизайн-проєктування. Основні проблеми традиційного пакування: надмірне використання матеріалів, складність сортування та перероблення, одноразове використання. Принципи sustainable packaging design: скорочення матеріалу, оптимізація конструкції, повторне використання, рециклінг та компостування. Взаємозв'язок конструктивних, графічних та інформаційних рішень у створенні екологічного пакування. Проєктування системи маркування та інформації про утилізацію. Модульність, трансформованість і багаторазове використання пакування. Аналіз сучасних практик zero-waste packaging та refill-систем. Розроблення концепції пакування з урахуванням повного життєвого циклу продукту.

Екологічне пакування як ринковий продукт: собівартість, економічна ефективність і затребуваність; етапи розроблення пакування в процесі брендингу та ребрендингу і контроль їх виконання. Взаємодія з конструкторами, технологами виробництва, маркетологами й замовником: вибір моделі поведінки. Передпроєктний аналіз і науково обґрунтована концепція пакування; генерування альтернативних конструктивних ідей; інноваційні матеріали і технології.

Список рекомендованих джерел

Закони та нормативні акти: 2

Основний: 4 [с. 35–98]; 5 [с. 41–62]

Додатковий: 7 [розд. 4–7]; 8 [с. 92–116]

Інтернет-ресурси: 18, 20, 21, 22

Тема 6. Екобрендинг та візуальна ідентичність сталих брендів

Екологічна орієнтація бренду та її візуальна репрезентація. Поняття екобрендингу, sustainable branding та відповідальної комунікації. Формування візуальної ідентичності брендів, що позиціонують себе як екологічно відповідальні. Вибір кольорової системи, типографіки, графічних елементів, фотографії та ілюстрації відповідно до цінностей бренду. Проблема стереотипної «екологічної» естетики та пошук альтернативних візуальних стратегій. Взаємозв'язок вербальної і візуальної комунікації. Екологічні меседжі в айдентиці, пакуванні, рекламі та цифрових каналах. Поняття greenwashing та його вплив на довіру до бренду. Аналіз прикладів успішного екобрендингу та формування концепції відповідальної візуальної комунікації.

Дизайн-маркетингова стратегія позиціонування та просування екологічного бренду на внутрішньому та глобальному ринках; управління процесом створення продукту на етапах брендингу та ребрендингу. Переконалива демонстрація споживачеві культурної цінності та економічної вартості сталого продукту. Українські та зарубіжні екобренди: критичне опрацювання досвіду; естетичні проблеми «екологічної» візуальної мови. Причинно-наслідкові зв'язки між

візуальними рішеннями і довірою до бренду. Взаємодія з маркетологами та фахівцями зі сталого розвитку; представлення концепції засобами новітніх технологій і графічної подачі.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 1–34]; 5 [с. 1–22; 85–104]

Додатковий: 7 [розд. 1–3]; 10; 13

Інтернет-ресурси: 19, 23, 26

Тема 7. Екологічна типографіка та ресурсоефективна поліграфія

Типографіка як інструмент оптимізації матеріальних і технологічних ресурсів. Вплив вибору гарнітури, кегля, накреслення, насиченості та композиції тексту на обсяг друкованої продукції. Принципи ресурсоефективної верстки та оптимізації площі носія. Особливості використання шрифтів з урахуванням економії фарби та матеріалу. Екологічні підходи до проєктування книг, журналів, каталогів, плакатів, листівок та іншої поліграфічної продукції. Взаємозв'язок читабельності, естетики та ресурсоефективності. Оптимізація форматів, кількості сторінок, кольоровості та оздоблення. Експериментальна типографіка як засіб переосмислення традиційних поліграфічних технологій.

Виразальні можливості поліграфічних матеріалів і технологій у ресурсоефективній типографіці; методика концептуального проєктування видання з урахуванням сучасних технологій друку, функціональних та естетичних вимог.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4; 5 [с. 23–40]

Додатковий: 7 [розд. 5–7]

Інтернет-ресурси: 19, 20, 21, 22

Тема 8. Візуальна комунікація екологічних ідей

Графічний дизайн як інструмент формування екологічної свідомості та суспільної поведінки. Особливості візуалізації складної екологічної інформації. Інфографіка, інформаційні системи, піктограми, плакати, соціальна реклама та цифрові комунікації екологічної тематики. Принципи доступності, зрозумілості та доказовості екологічних повідомлень. Візуальні метафори, символи та культурні коди у комунікації екологічних проблем. Емоційні та раціональні стратегії екологічної комунікації. Проблема інформаційного перевантаження та маніпулятивної комунікації. Проєктування візуального повідомлення для різних цільових аудиторій з урахуванням культурного та соціального контексту.

Екологічний плакат і соціальна реклама в історії графічного дизайну: причинно-наслідкові зв'язки між суспільними змінами і візуальною мовою, естетичні проблеми напряду; українські та зарубіжні автори. Система екологічних комунікацій як художня форма соціальної відповідальності; кампанія як частина дизайн-маркетингової стратегії. Взаємодія з екологами та науковцями під час збору даних. Представлення результатів на конкурсах соціального плаката в Україні та за кордоном; графічна подача засобами новітніх технологій.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 1–22; 85–116]; 5 [с. 1–22]

Додатковий: 7 [розд. 2–3]; 10; 11
Інтернет-ресурси: 19, 24, 26

Тема 9. Циркулярний дизайн і принципи zero waste

Переосмислення лінійної моделі «виробництво — споживання — відходи» у контексті циркулярної економіки. Поняття circular design та zero waste design. Проектування з урахуванням повторного використання, ремонту, модернізації, трансформації та перероблення продукту. Дизайн як інструмент продовження життєвого циклу матеріалів і продуктів. Принципи дематеріалізації та багаторазового використання. Можливості застосування циркулярних принципів у графічному дизайні, пакуванні, виставковій графіці та рекламних комунікаціях. Створення дизайн-систем, здатних адаптуватися до різних носіїв без надмірного використання ресурсів. Аналіз сучасних циркулярних дизайн-практик та розроблення власної концепції zero-waste рішення.

Циркулярні бізнес-моделі (оренда, повторне наповнення, повернення тари) і роль дизайну в їх економічній ефективності; затребуваний на ринку циркулярний продукт, його позиціонування та демонстрація цінності споживачеві; управління етапами циркулярного ребрендингу. Причинно-наслідкові зв'язки переходу від лінійної до циркулярної економіки; європейське регулювання екодизайну (ESPR) і міжнародні практики; традиції повторного використання в українській культурі. Критичне осмислення концепцій циркулярності; передпроектний аналіз і науково обґрунтована концепція zero-waste рішення; інноваційні матеріали й технології.

Список рекомендованих джерел

Закони та нормативні акти: 1, 2
Основний: 3; 4 [с. 1–34]; 5 [с. 23–40]
Додатковий: 8 [с. 68–186]
Інтернет-ресурси: 18, 22, 25

Тема 10. Екологічний цифровий дизайн

Екологічний аспект цифрового дизайну та проблема невидимого ресурсного споживання цифрових продуктів. Енерговитрати серверів, дата-центрів, мереж і користувацьких пристроїв. Поняття sustainable digital design та green UX. Принципи створення ресурсоефективних вебсайтів, цифрових сервісів і мультимедійного контенту. Оптимізація зображень, відео, анімації, шрифтів та інших цифрових компонентів. Мінімалістичні інтерфейси, швидкість завантаження та доступність як складові екологічного цифрового продукту. Взаємозв'язок UX, функціональності та енергоефективності. Порівняння матеріального та цифрового носія інформації з погляду екологічного впливу. Розроблення концепції цифрового продукту з урахуванням принципів екологічної оптимізації.

Міжнародні підходи та стандарти сталого цифрового дизайну; українські та зарубіжні приклади. Причинно-наслідкові зв'язки між цифровізацією і ресурсоспоживанням. Апаратні і програмні засоби аудиту та оптимізації цифрового продукту. Передпроектний аналіз, науково обґрунтована концепція та етапи реалізації цифрового продукту; затребуваність і соціальна відповідальність

(доступність). Представлення результатів аудиту в професійному середовищі. Критичне осмислення концепції green UX.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4; 5 [с. 23–40; 63–84]

Додатковий: 7 [розд. 4–6]; 10

Інтернет-ресурси: 18, 19, 23

Тема 11. Штучний інтелект та нові технології в екодизайні

Сучасні цифрові технології як інструмент пошуку екологічно ефективних дизайн-рішень. Використання штучного інтелекту для генерації концепцій, аналізу альтернатив, оптимізації композиції, матеріалів і конструктивних рішень. Генеративні інструменти у створенні візуальних концепцій екологічної комунікації. Можливості цифрового моделювання та прототипування для зменшення кількості фізичних зразків і відходів. Оцінювання екологічної вартості самих цифрових технологій та AI-сервісів. Принципи відповідального використання генеративних технологій у дизайн-проектуванні. Критичне оцінювання AI-генерованих рішень, перевірка їхньої достовірності та відповідності завданню. Застосування AI як інструменту проектного пошуку, а не заміни професійного дизайнерського рішення.

Міжнародний досвід і дослідження використання ШІ в екодизайні; українські та зарубіжні практики. Планування етапів проекту із застосуванням ШІ; методика концептуального проектування з урахуванням сучасних технологій. Представлення концептуального рішення засобами новітніх технологій (3D-візуалізація, цифрові макети) в Україні та за кордоном.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4; 5 [с. 23–40; 105–116]

Додатковий: 6; 7 [розд. 6–7]; 15

Інтернет-ресурси: 18, 22, 23, 25

Тема 12. Стратегія екодизайн-проекту: від дослідження до презентації

Комплексне застосування принципів екодизайну у магістерському дизайн-проектуванні. Формування проектної проблеми, визначення екологічних цілей та критеріїв оцінювання. Передпроектне дослідження, аналіз цільової аудиторії, контексту, матеріалів, технологій і життєвого циклу продукту. Генерування та порівняння альтернативних концепцій. Вибір оптимального рішення за сукупністю екологічних, функціональних, естетичних, соціальних та економічних критеріїв. Розроблення системи візуальних і матеріальних рішень. Тестування та коригування проекту. Формування екологічної стратегії бренду або дизайн-продукту. Підготовка проектної документації, концепт-борду, візуалізацій та аргументованої презентації. Розрахунок і обґрунтування екологічних переваг запропонованого рішення. Публічний захист екодизайн-проекту та експертне оцінювання його ефективності.

Управління екодизайн-проектом: розроблення, формування та контроль основних етапів, ресурсів і бюджету; економічна ефективність і ринкова затребуваність продукту; дизайн-маркетингова стратегія позиціонування та просування на внутрішньому і глобальному ринках; управління процесом на етапах брендингу чи ребрендингу. Взаємодія із замовником, технологіями, маркетологами й експертами; вибір моделі поведінки під час захисту. Демонстрація культурної

цінності та економічної вартості продукту; представлення проекту в науковому та професійному середовищі в Україні та за кордоном; художні форми соціальної відповідальності. Графічна подача засобами новітніх технологій і засобами рисунка; критичне осмислення методик оцінювання ефективності.

Список рекомендованих джерел

Закони та нормативні акти: 2

Основний: 4 [с. 99–116]; 5 [с. 23–40; 105–116]

Додатковий: 10; 12; 13; 15; 16

Інтернет-ресурси: 18, 19, 23

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Закони та нормативні акти

1. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 01.12.2022 № 2811-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>
2. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 022 «Дизайн» для другого (магістерського) рівня вищої освіти : наказ МОН України від 21.12.2018 № 1433. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni-standarti/12/21/022-dizayn-magistr.pdf>

Основний

3. Дубовий О., Блажкевич Т., Дубовий В. Екологічний дизайн : навч. посіб. Київ : Олді+, 2025. 362 с.
4. Benson E., Perullo Y. Design to Renourish: Sustainable Graphic Design in Practice. Boca Raton : CRC Press, 2017. 156 p.
5. Fine P. C. Sustainable Graphic Design: Principles and Practices. London : Bloomsbury Academic, 2016. 256 p.

Додатковий

6. Giudice F., La Rosa G., Risitano A. Product Design for the Environment: A Life Cycle Approach. Boca Raton : CRC Press, 2006. 520 p.
7. Jedlicka W. Sustainable Graphic Design: Tools, Systems and Strategies for Innovative Print Design. Hoboken : John Wiley & Sons, 2010. 528 p.
8. Creswell J. W., Plano Clark V. L. Designing and Conducting Mixed Methods Research. 3rd ed. Thousand Oaks : SAGE Publications, 2017. 520 p.
9. Leavy P. (ed.). Handbook of Arts-Based Research. 2nd ed. New York : Guilford Press, 2025. 738 p.
10. Margolin V. The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies. Chicago : University of Chicago Press, 2002. 284 p.
11. Rose G. Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials. 4th ed. London : SAGE Publications, 2016. 456 p.
12. Sanoff H. Visual Research Methods in Design. London : Routledge, 2016. 244 p. (Routledge Revivals). URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315541822/visual-research-methods-design-routledge-revivals-henry-sanoff>
13. Ambrose G., Harris P. Design Research: Investigation for Successful Creative Solutions. Lausanne : AVA Publishing, 2012. 224 p.
14. Laurel B. (ed.). Design Research: Methods and Perspectives. Cambridge : MIT Press, 2003. 334 p.
15. Cross N. Designerly Ways of Knowing. London : Springer, 2006. 138 p.
16. Downton P. Design Research. Melbourne : RMIT University Press, 2003. 144 p.
17. Gray C., Malins J. Visualizing Research: A Guide to the Research Process in Art and Design. Aldershot : Ashgate, 2004. 230 p.

Інтернет-ресурси

18. Ellen MacArthur Foundation. The Circular Design Guide. URL: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-design-guide/overview>

19. AIGA Design Educators Community. Sustainability (made simple) in the Graphic Design Classroom. URL: <https://educators.aiga.org/sustainability-made-simple-in-the-graphic-design-classroom/>
20. Forest Stewardship Council. Paper and Packaging. URL: <https://fsc.org/en/businesses/paper-packaging>
21. Sustainable Green Printing Partnership. Trusted Resources for Sustainable Printing: Where to Start. URL: <https://sgpppartnership.org/trusted-resources-for-sustainable-printing-where-to-start/>
22. Okala. Okala Practitioner: Ecodesign Strategy Wheel. URL: <https://okala.net/presentations/10%20chapter2%20Ecodesign%20Strategy%20Wheel.pdf>
23. Design Council. The Design Value Framework. URL: <https://www.designcouncil.org.uk/resources/the-design-value-framework/>
24. United Nations. Goal 12: Responsible Consumption and Production. URL: <https://sdgs.un.org/goals/goal12>
25. European Commission. Ecodesign for Sustainable Products Regulation. URL: https://green-forum.ec.europa.eu/implementing-ecodesign-sustainable-products-regulation_en
26. AIGA Eye on Design. What Is «Visual Sustainability», and How Can Designers Challenge Power Through Form? URL: <https://eyeondesign.aiga.org/what-is-visual-sustainability-and-how-can-designers-challenge-power-through-form/>