

РОЗДІЛ 5

ЛОКАЛЬНІ, ВСЕУКРАЇНСЬКІ ТА МІЖНАРОДНІ КОНКУРСИ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ

DOI: <https://doi.org/10.31866/978-966-602-404-9.261-283>

Оксана Чуєва

5.1 Локальна конкурсна пропозиція від Британської неурядової організації Mine Advisory Group (MAG)

До випускників вищої школи сьогодення ставить високі критерії професіоналізму – насамперед креативність та мобільність, вміння швидко підлаштовуватися під нові соціальні і культурні виклики, адекватно на них реагувати, враховувати зміни, що відбуваються в технологічних процесах і веденні бізнесу. У навчальних програмах суттєва увага приділяється здобуттю певних компетентностей під час навчання та отримання позитивних результатів. Саме навчальний процес має підготувати здобувачів до змін, що диктує сучасний ринок.

У Законі України «Про вищу освіту» чітко прописані вимоги до компетентностей та очікуваних результатів навчання випускників вищих навчальних закладів (Бахрушин, 2016). Оволодіння професійними навичками під час вивчення освітніх компонент професійної підготовки є багаторівневим і тривалим процесом, в якому не останнє місце займають різні фахові конкурси. Залучення здобувачів до оприлюднення своїх творчих проєктів, демонстрації вмінь, що вже отримані під час навчання, активує їх творчий потенціал. Готуючи роботу на конкурс, студенти мають можливість продемонструвати вміння поєднувати знання з різних суміжних дисциплін, виокремлювати головне та другорядне і, за можливістю, продемонструвати своє власне бачення та інноваційне рішення сформульованої проблеми.

В межах викладання освітніх компонент професійної орієнтації студенти кафедри графічного дизайну КНУКіМ беруть участь у міжнародних та всеукраїнських конкурсах різного напрямку дизайнерської діяльності і масштабу. Конкурсний підхід лежить в основі локальних проєктів, що реалізуються під час виконання семестрових завдань, наприклад у розглянутому раніше розробленні афіш до вистав Київської оперети, коли серед створених усіма студентами групи афіш обиралася одна для публічної комунікації театру. Участь же у міжнародних фестивально-конкурсних програмах, що охоплюють багато учасників та, відповідно, надісланих робіт, розкриває здобувачам сутність здорової конкурентної боротьби в системі глобальних відносин клієнтських запитів і тендерів.

Куратор проєкту від кафедри — Чуєва О. В.

У формуванні професійних навичок здобувачами вищої освіти значну роль відіграють реальні проєкти, що дають змогу максимально практично інтегруватись у майбутню фахову діяльність. Початок війни став ситуативним чинником, що змусив наше суспільство оперативно прилаштовуватися до умов воєнного часу та почати оперативно діяти у вкрай складних обставинах. «Функціонування системи освіти в умовах воєнного стану характеризується інтенсивним пошуком нових підходів до навчання, інноваційних форм організації освітнього процесу, ефективних педагогічних та інформаційних технологій», — зазначено в науково-методичній збірці МОН України (Освіта України, 2022, с. 7).

Незважаючи на вкрай несприятливі умови виконання, студенти продовжували та продовжують продукувати не тільки патріотично-мотиваційний контент, а й розробляти просвітницькі та інформаційні продукти.

Так, за зверненням Британської неурядової організації Mine Advisory Group (MAG), що працює з гуманітарним розмінуванням у країнах, де ведуться бойові дії, наші здобувачі отримали можливість долучитися до формування візуального контенту нашого інформаційного простору. Представники цієї гуманітарної організації інформують населення, що зазнало окупацію, з наслідками мінної загрози та подальше розмінування територій. Для активної роботи з інформування населення про основні характеристики вибуховонебезпечних предметів, місця їх розташування та ознаки небезпечних територій вкрай необхідною складовою у всіх країнах є візуальна інформація, яка надається у вигляді друкованих звернень різного формату — від звичайних інформаційних

листівок до яскравих плакатів. Тож студентам кафедри графічного дизайну було надано бриф на розроблення такого візуального контенту. Представники організації надали всю необхідну інформацію стосовно виконання обов'язкових вимог: фото об'єктів, на які громадяни мають звертати увагу на звільнених територіях та приклади аналогічних проєктів з інших країн світу. Також були прописані варіанти можливих загроз на основі досвіду з розмінування територій для їх подальшої візуалізації.

У цьому завданні здобувачам потрібно було зосередитися на зовсім новій темі, що знезапекла стала для нас вкрай актуальною. Студентське сприйняття, рефлексії на такі ситуації вимагали від них вміння продемонструвати свої творчі можливості та презентувати професійні навички.

Робота почалася зі знайомства з представниками гуманітарної місії. Приємно було відзначити, що спілкування з представниками Великої Британії майже не вимагало додаткового перекладу: наші студенти їх чудово розуміли і спілкувались англійською мовою. На зустрічі проговорили всі необхідні вимоги та побажання щодо термінів. У процесі спілкування з представниками організації MAG було вирішено залучити до проєкту якнайбільшу кількість учасників з подальшим відбором робіт фахівцями, що працюють у секторі інформування населення. Зустрічі проводились у змішаних форматах — офлайн і онлайн.

Під час виконання завдання необхідно було враховувати не тільки актуальність теми, а й сфокусувати увагу глядачів на прихованій небезпеці. За завданнями брифу, головними позиціями були: візуалізація небезпеки роботи в полі або на приватній ділянці; заборона відвідування лісів та лісових посадок; заборона торкатися невідомих покинутих/залишених предметів. Тобто здобувачі мали створити серію інформаційних звернень у будь-якій графічній техніці та без обмежень кольорних рішень, хоча традиційними для таких проєктів є поєднання червоного та чорного (навіть знак організації MAG виконано в таких кольорах). Розміщення знаку та контактної інформації на зверненнях були обов'язковими.

За два тижні проєктна група вже була готова презентувати свій доробок. Замовникам було передано файл зі всіма графічними пропозиціями. Рівень виконання робіт був різним — від скетч-

пропозицій до цілком завершених розробок. Після першого перегляду замовники одразу відзначили дуже високий професійний і творчий рівень представлених робіт та наголосили, що він найвищий серед усіх країн, де вони працювали і робити аналогічні замовлення. Серед фаворитів були відзначені та вибрані для подальшого доопрацювання серії робіт Олександри Барановської та Дани Орро, а також окремі плакати з серії Валерії Алексеєнко, Єлизавети Осипової та Ірини Шульц.

Серії Олександри та Дани виконані в техніці колажу з акцентуванням на графічних елементах, виконаних «вручну». Таке навмисне акцентування на тлі загальноновиваженої статичної композиції є вдалим рішенням, що однозначно привертає та зосереджує увагу глядачів. Серії плакатів і окремі постери були обрані для унаочнення інформації в центрах інформування населення, де проводилися і проводитимуться розмінувальні роботи. Крім друкованих варіантів, ці серії мали формат для роботи в соцмережах.

Рис. 1—6. Постери для MAG. Олександра Барановська





Рис. 7—12.
Постери для MAG. Дана Орро

Окремо замовники відзначили роботи Аліни Пшенічної, Софії Новак та Дарини Кохан. Ці роботи, за висновками замовників, є не стільки інформаційними, скільки метафоричними та мистецькими. Вони не інформують та попереджають про небезпеку, а скоріше створюють атмосферу небезпеки та можливість трагічних наслідків. На думку замовників, такі плакати мають виставлятися на міжнародних виставках та привертати увагу всього світового суспільства.

За результатами проведеної роботи можна зробити висновки, що означені проекти можуть доповнювати освітній процес практичними доробками, які проходять етап відбору замовниками. Робота над такими кейсами надає можливість ще під час навчання відточувати практичні навички, привчати здобувачів уважно дослухатися до побажань замовників на тлі прийняття самостійних рішень і, головне, усвідомлювати свою роль графічного дизайнера

у суспільстві. І студенти, і викладачі отримали неоціненний досвід з презентації реальних проєктів, тематика яких стала для кафедри своєрідним маркером інновації в навчальному процесі. Такий практично орієнтований підхід до навчання з елементами здорової конкуренції стимулює здобувачів до отримання подальшого практичного досвіду в різних напрямках проєктної діяльності в процесі опанування професії графічного дизайнера та поповнювати своє портфоліо як проєктами, так і переліком компетентностей, Soft і Hard Skills.

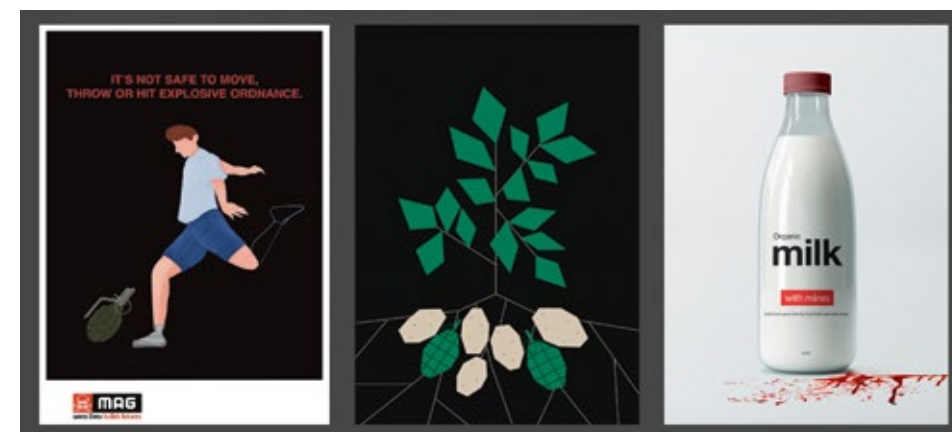


Рис. 13—15.
Постери для MAG. Аліна Пшенічка, Софія Новак, Дарина Кохан

Рис. 16—18.
Постери для MAG. Валерія Алексеєнко, Єлизавета Осипова, Ірина Шульц



Проектні пропозиції студентів кафедри графічного дизайну КНУКіМ на всеукраїнських та міжнародних конкурсах

5.2 Всеукраїнський конкурс «Упаковка майбутнього»

Цей захід проводиться з 1999 р. серед здобувачів українських закладів вищої освіти, де здійснюється навчання за освітніми програмами напряму В2 Дизайн. Запроваджений з метою підтримки майбутніх дизайнерів, конкурс стає можливістю «перевірити свою фахову майстерність, донести до виробників упаковки свої ідеї, оригінальні конструкції та різноманітні дизайнерські рішення» (Упаковка, n.d.). До складу журі конкурсу зазвичай входять професіонали в сфері виробництва упаковок і товарів, які потребують упаковок, маркетингу, законодавства. Такий склад забезпечує системність оцінювання, в якому враховуються не лише естетичні властивості проєктів, але й функціональні, технологічні, комунікативні.

Оскільки дизайн упаковок є однією з найбільш розвинутих за виробництвом і впливових галузей візуальних комунікацій, «до майбутніх фахівців у царині дизайну висувається вимога забезпечувати необхідний рівень конкурентоспроможності на світовому ринку праці» (Божко, 2011). «Упаковка майбутнього» – чудова платформа для демонстрації здобутих знань та вмінь з таких освітніх компонент, як «Упаковка», «Етикетка», «Композиція», «Макетування та моделювання», «Шрифти», «Дизайн-проектування», «Етнодизайн» і цей список можна продовжити, бо саме в пакуваннях поєднується багато проєктних складників. В розробленні упаковок та етикеток здобувачі мають можливість продемонструвати професійне опрацювання синтезованими навичками. На цей конкурс від кафедри надсилаються найкращі розробки здобувачів, які виконуються як обов'язкові завдання освітніх компонент «Упаковка» та «Етикетка», рідше – кваліфікаційні бакалаврські роботи.

Історія функціонування кафедри нараховує багато фіналістів та лауреатів конкурсу, а представлені нижче проєкти є переможцями в номінаціях «Етикетка» та «Упаковка».



Серія етикеток для пляшанок
натурального енергетичного напою «Miffi».
Авторка Діана Вишневська, керівник Оксана Чуєва.

При створенні проєкту було вирішено скористатися креативним підходом «від зворотнього» і спроектувати упаковку товару, відмовившись від стандартного поняття «енергетику» та його візуальних особливостей. Графічна ідея ґрунтується на зображенні старослов'янських міфологічних персонажів, ілюстрації яких виконані в сучасній стилістиці семі-реалізму та мають відносно лаконічну візуалізацію. Цільовою аудиторією проєкта є люди від 25 до 35-ти років, яким зазвичай властиві психотипи «кар'єрист» та «новатор». Це багато в чому зумовлює креативність незвичного підходу. У «віконці» з інформацією про продукт, крім суто виробничих даних, присутня інформація про персонажа. За задумом, вона має надихати споживача обрати напій не лише за смаком та гарною ілюстрацією, а й за якостями, які описують зображеного героя (наприклад «Могутній Святогір, велетень-богатир зі східнослов'янського епосу, може привабити потенційного покупця, що полюбляє спорт»).



Серія етикеток для кави «Галка». Авторка Олександра Антонюк, керівник Тетяна Божко.

Пакування та етикетка призначені для просування товару (кави) через мережі приватних або фірмових кав'ярень та розраховані на невеликі обсяги товару, що споживач воліє придбати. Представлена серія етикеток виконана на основі сучасної стилізованої графіки. Мінімалістичні зображення пташки не є тотожними і змінюються на різних пакуваннях, але зі збереженням знакової впізнаваності. Різні відтінки теплих кольорів фону сприяють візуальній диференціації сортів кави або її агрегатного стану.

Серія етикеток для натуральних екологічних соків ТМ «Сади України». Авторка Ірина Ващук, керівник Тетяна Божко.

Етикетки водночас гармонійні та візуально активні, комунікативні елементи яких поєднують сучасну візуальну культуру та історичні орнаментальні традиції. Авторське рукописне накреслення ТМ в стилістиці українського скоропису підкреслює вишукану, лаконічну графіку. Представлена лінійка соків може бути цікава сучасним українським споживачам – молоді та людям середнього віку, що є найбільш платіжноспроможними та активними у виборі оригінальних та корисних товарів.



Серія етикеток бляшанок для ТМ «Український лимонад». Авторка Діана Петренко, керівник Тетяна Божко.



Робота представлена трьома етикетками з варіативним зображенням фруктів та ягід, смакові якості яких відтворено у лимонаді. Семантична домінанта в етикетках припадає на зображення цих фруктів та ягід, стилізованих за традиціями української вишивки та доповнюється модерністським накресленням назви торговельної марки, що поєднує в собі конструктивний характер накреслення літер і їх етнічні мікроелементи.



Серія упаковок для українських вишитих рушників ручної роботи ТМ «ЗОРЕНИЦЯ». Авторка Анастасія Гіндікіна, керівник Софія Геренко. 2025.

Представлена серія утворена на основі ускладненої конструкції «пенал», але за рахунок контрастних кольорів посилює враження ексклюзивності товару, підвищує його статусність і споживчу вартість. Верхня частина пакування створена висіканням орнаментальних елементів на червоному папері, що працюють «на просвіт» і додають привабливого додаткового об'єму. Важливо, що дизайн пакування може бути адаптований під інші види друку, такі як тиснення, лакування та флокування без втрати візуальної привабливості.

5.3 Міжнародний конкурс скляної упаковки «Verallia Design Awards».

Глобальний гравець у виробництві скляної упаковки Verallia із головним офісом у Франції з 2009 року організовує конкурс дизайну інноваційних проєктів пляшок або скляних банок на визначену теми. Щороку ця подія збирає кілька сотень учасників, а сама Verallia позиціонує себе як інкубатор проєкту, який в подальшому може мати шанс на продаж (Verallia Design Awards, 2021).

Цей конкурс є своєрідним викликом для графічних дизайнерів, бо в проєктних пропозиціях здобувачі мають продемонструвати не стільки вміння працювати з площиною, тобто з графікою, скільки з об'ємом. Вмінню працювати з об'ємно-просторовими структурами здобувачі знайомляться з перших курсів на компонентах «Технічна графіка» та «Макетування» – завдання більше стосуються роботи з папером і картоном. Для конкурсу від Verallia завдання значно ускладнюються тому, що треба враховувати вимоги виробництва саме скляної тари. Завдання для участі в цьому конкурсі не виконуються в рамках освітніх компонент програми «Графічний дизайн і реклама» – це індивідуальна позанавчальна ініціатива викладача і бажаючих здобувачів. Бажання взяти в ньому участь демонструє такі особисті якості, як активність, бажання відкривати нові перспективи, тяжіння до експериментів.

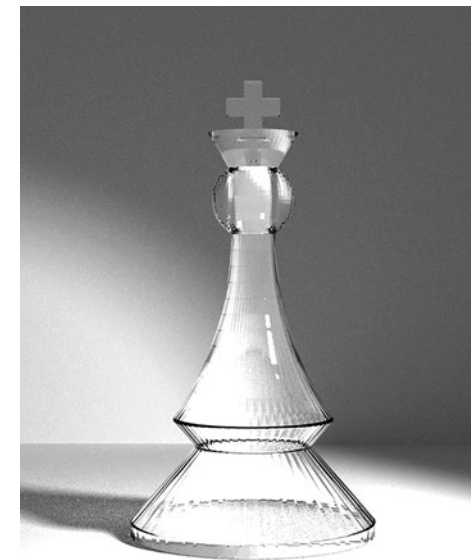
Для знайомства зі специфікою проєктування і виробництва скляної тари, компанія Verallia за власні кошти проводить щорічні ознайомчі екскурсії на підприємство, під час яких майбутні учасники конкурсу мають можливість побачити виробництво скляних пляшок та банок і безпосередньо «доторкнутись» до вимог щодо їх дизайну. Під час відвідування виробництва студенти мали можливість показати свої напрацювання у вигляді скетчів і отримати професійну консультацію стосовно практичної реалізації їх задумів від фахівців-технологів. Цей момент у відвідуванні

підприємства є дуже корисним, оскільки поради від технологів в значній мірі вплинули на кінцеві конкурсні варіанти. Створити нову форму пляшки з урахуванням технологічних вимог вийшло значно складніше, ніж намалювати гарний скетч на планшеті. Ознайомлення з технологічними обмеженнями і врахування їх у проєктних розробках є важливою складовою у будь-якому дизайнерському проєкті, пов'язаному з подальшим виробництвом і тиражуванням.

Здобувачі кафедри кілька років поспіль брали активну участь у цьому проєкті, їхні розробки були абсолютно придатними для подальшого впровадження і заробили багато позитивних відгуків від організаторів та виробників. Ось декілька з конкурсних проєктів.

Анастасія Ткачук, «Chess».

В основі концепції – ігровий елемент – шахи. Це дивовижна гра, яка містить в собі науку, мистецтво та спорт. Авторка «Chess» пропонує її як пляшку багаторазового використання, яка створена не лише для подачі на стіл, продажу, цікавого подарунку, але й для колекціонування. Серія пляшок-шахмат може складатися з усіх фігур шахової гри, кожна фігура-пляшка у свою чергу буде відрізнятися міцністю напою – у зібранні усіх видів пляшок полягає завдання колекціонера.





Софія Книжникова, «Sofia».

Проект пляшки для вина під назвою «Sofia», що означає «премудрість Бога». Авторка проекту відсилає нас до часів страждань Ісуса на хресті. Форма пляшки нагадує цвях – згадка про його страждання.

Зовнішній вигляд пляшки максимально наближений до стандартної винної тари на 750 мл. Така форма забезпечуватиме безпроблемне транспортування, а діагональні заглиблення значно полегшують процес наливання напою і будуть вирізняти її серед подібних на полицях маркетів. Етикетка для такої пляшки має бути нестандартною за формою і підкреслювати діагональні заглиблення.

Ілона Ішук, «Метаморфоза».

Пляшка для рисового оцту об'ємом 350 мл. Головний комунікаційний посил представленого концепту: надихнути споживача пофантазувати на кухні. За задумом авторки, пляшка має формою нагадувати рисову плантацію, рельєфні орнаменти у вигляді зерен рису це підкреслюють. Ключовими словами пропозиції студентка визначила: експеримент, свіжість, дощ, долина, чистота, природність та екологічність.

Цей проект став переможцем серед українських учасників у 2018 р.



Ігор М'ягков, «Falcon».

Пряма мова автора проекту: «Концепт пляшки «Falcon» з'явився у мене в ті часи, коли Ілон Маск займав позиції позитивного лідера, і був натхненний запуском ракети Falcon Heavy. У першому варіанті дизайну пляшка мала «крильця» ракети біля донця, проте реалізувати таку форму у виробництві виявилось надто складно. Тому в остаточній версії залишили лише «ілюмінатор» та загальну форму ракети, де кришка мала би нагадувати її носову частину».

Дарина Гриценко, «WavyWine».

У 2019 р. безумовною перемогою у Verallia Design Awards став проект Дарини Гриценко «WavyWine», що мав презентувати Україну на фінальному міжнародному студентському конкурсі у Парижі. На жаль, цій події завадила пандемія Covid-19.

«WavyWine – відпочивай на хвилі» є слоганом проекту скляної пляшки для ігристих вин. Дизайн пляшки передає емоції, що близькі кожному – запах та шум моря, хвилі, що поєднуються з берегом. Він одночасно ніжний і жіночий, а також рухливий і драйвовий. Саме тому пляшка «WavyWine» приваблює своєю сучасністю. Напої в таких пляшках можуть подобатися не тільки молодій драйвовій аудиторії, а й людям більш зрілого віку.

Фіналістами конкурсу завжди є роботи, що пройшли відбір не лише завдяки цікавим дизайнерським рішенням, а й стовідсотковим можливостям впровадження у виробництво. Хоча здається, що вона виходить за межі формату і порушує технологічні вимоги, – це не так. В основі дизайну стандартна пляшка на 750 мл.





На прикладі цих двох конкурсів схожої тематики (різновиди паковань), можна узагальнити, що залучення здобувачів до участі у професійних конкурсах графічного дизайну і візуальних комунікацій, має високе значення в таких аспектах:

1. Професійне становлення. Конкурси надають студентам реальну можливість перевірити власну фахову майстерність у професійному середовищі. Це допомагає краще зрозуміти вимоги галузі та підготуватися до реальної роботи в сфері дизайну.

2. Зв'язок з індустрією. До складу журі входять представники виробництва, маркетингу, правової сфери, що гарантує комплексне оцінювання проєктів. Здобувачі отримують фідбек не лише від викладачів, але й від потенційних роботодавців і замовників.

3. Практичне застосування знань. Участь у конкурсах дозволяє продемонструвати на практиці інтегровані, міждисциплінарні теоретичні знання і навички, отримані у навчальних лабораторіях на різних освітніх компонентах.

4. Підвищення конкурентоспроможності. Участь у подібних конкурсах формує портфоліо, що має важливе значення для подальшого працевлаштування та кар'єрного зростання. Це також сприяє формуванню здатності конкурувати на українському та міжнародному ринку праці.

5. Визнання і мотивація. Наявність перемог у конкурсах підвищує самооцінку здобувачів, створює мотивацію до подальшого розвитку і сприяє самореалізації.

5.4 Міжнародний студентський конкурс шрифтів та каліграфії «PANGRAM»

Міжнародний студентський конкурс шрифтів та каліграфії «Pangram» – ще одна царина постійної та успішної участі здобувачів кафедри. Ця щорічна подія спрямована на розвиток сучасної каліграфії та шрифтового дизайну серед молоді, а також популяризацію культурних традицій народів світу в сфері писемності. Захід створює умови для професійного зростання студентів, розкриття їх творчого потенціалу, а також розширення та укріплення творчих контактів, підвищення професійного рівня підготовки фахівців, якості методики викладання та визначення рівня фахової підготовки творчого характеру. До участі в конкурсі запрошуються студенти закладів вищої освіти, випускники, молоді дизайнери, а також слухачі приватних шкіл графічного дизайну та шрифтових курсів. Серед учасників – представники з Польщі, України, Вірменії, Литви, Болгарії, Туреччини, Іспанії та інших країн (Pangram, n.d.). У 2025 р. конкурс відзначив дев'ятирічну історію, впродовж якої значно розширилася географія учасників і членів журі, що свідчить про невинне підвищення його статусності і, відповідно, престижності перемог. Цінними для учасників є і отримані дипломи I – III ступенів у номінаціях, і персональні дипломи від членів журі. Все це складає гідне доповнення до портфоліо молодого графічного дизайнера.

Номінація зазвичай суголосні із завданням таких освітніх компонент, як «Шрифти», «Типографія і лєтеринг», «Типографічний дизайн», а також індивідуальним проєктам, створеним під час навчальної і виробничої практики. Здобувачі другого курсу демонструють, як правило, свої здібності у створенні різних типів шрифтів (декоративного, акцидентного та текстового шрифтів) і каліграфії, третього курсу – у лєтерингу і шрифтовому плакаті. Багато робіт, що брали участь у конкурсі, створювались під час навчальної та виробничої практик, оскільки саме в цей період здобувачі мають закріпити і синтезувати набуті під час поточного і попередніх семестру знання та навички у проєктуванні, а також продемонструвати

власне творче бачення теми. Дехто бере участь і отримує нагороди у конкурсі кілька років поспіль, що говорить про престижність участі та зацікавленість в отриманні визнання професійною спільнотою «Pangram».

В окремих випадках перемогу здобували проекти, створені як бакалаврські кваліфікаційні роботи. Таким, наприклад, став проєкт Лілії Помелової (ДХМг-27) на тему «Концептуальний шрифт «Маскарон» за мотивами стилю Ар Нуво в архітектурі» (керівник засл. худ. України А. Будник). шрифт був нагороджений дипломом 1-го місце в номінації «Декоративний шрифт». Це результат цілеспрямованої дослідницької роботи в межах декількох дисциплін. Процес складався з дослідження архітектурної спадщини міста Києва кінця XIX – початку XX століття та зйомки на камеру із телескопічним об'єктивом з подальшою обробкою та стилізацією. Такі міждисциплінарні проєкти сприяють подальшому зануренню здобувачів не тільки у практичну проектну діяльність, а й налаштувати їх на подальші наукові розвідки на інших освітніх рівнях.

Загалом здобутки кафедри у конкурсі упорядковують таким чином:

Номінація	Переможці	Рік	Ментор
Буква	Олександра Пошабля (1 місце)	2022	Вікторія Приставка
Художній шрифт	Дана Орро (1 місце)	2022	Вікторія Приставка
Декоративний шрифт	Дмитро Гринько (3 місце)	2020	Тетяна Божко
	Лілія Помелова (1 місце)	2021	Андрій Будник
	Дмитро Гринько (3 місце)	2022	Наталя Удріс-Бородавко
Каліграфія	Мелісса Лугова (1 місце)	2022	Вікторія Приставка.
Летеринг	Марія Соляр (3 місце)	2022	Вікторія Приставка.
	Аліса Шуваєва (3 місце)	2025	Ярослав Гордійчук
Типографіка (шрифтовий постер)	Аліна Лазаренко (3 місце)	2018	Наталя Удріс-Бородавко
Шрифтовий плакат	Лілія Помелова (2 місце)	2020	Наталя Удріс-Бородавко
	Наталія Ходаківська (3 місце)	2020	Наталя Удріс-Бородавко
	Даниїл Тимошенко (3 місце)	2020	Наталя Удріс-Бородавко
Шрифтовий плакат. Номінація «ЙДЕ БУТИ», направлення «Григорій Сковорода»	Анастасія Антоненко (1 місце)	2022	Вікторія Приставка
	Дар'я Стужук (2 місце)	2022	Ярослав Гордійчук
	Олександра Пошабля (3 місце)	2022	Вікторія Приставка
Моушн шрифт	Марина Сакара (1 місце)	2025	Ярослав Гордійчук



Рис. 19.
Мелісса Лугова.
1 місце 2022

Рис. 20.
Анастасія Антоненко.
1 місце 2022



Рис. 22.
Олександра Пошабля.
Війна. 1 місце 2022



Рис. 21.
Марія Соляр.
Геть з нашої землі!
3 місце 2022



Рис. 23.
Елизавета Чаїнська. Натяк.
Диплом від члена журі 2020



Рис. 24.
Дмитро Гринько. Кітай. 3 місце 2020



Рис. 25.
Дмитро Гринько. Бій. 3 місце 2022



Рис. 26.
Дмитро Гринько. Спадок. 2021





Рис. 27.
Дана Орро. Меха.
1 місце 2022



Рис. 28, 29.
Дипломи за участь
у Pangram 2022

Також студентки отримали дипломи від членів журі: Дана Орро від Барбари Галінської (Польща), Мелісса Лугова від Богдана Гдаля (Україна) Настя Антоненко та Поліна Бордюже від Олександри Самуленкової (Нідерланди), Саша Пошабля від Марти Андерсон (Естонія), Дмитро Гринько від Володимира Стасенка (Україна). Члени журі відзначали змістовну та концептуальну глибину надісланих плакатів, а також ґрунтовну роботу керівників з підготовки графічних дизайнерів.

Отримані перемоги у конкурсі «Pangram» свідчать про високий рівень викладання освітніх компонент шрифтового і типографічного напрямку на кафедрі, а також про правильну організацію навчального процесу – від пропедевтики до публічної презентації набутої майстерності і визнання у вигляді дипломів переможців.

Участь у цих та інших професійних фестивалях і конкурсах надає можливість здобувачам не лише демонструвати свої графічні здобутки, а й презентувати себе дійсно як ініціативного і публічного дизайнера, що вміє поетапно вести проектні роботи і охоплювати широкий діапазон умов, інновацій і креативу.

Рис. 28.
Лілія Помелова. Коло.
Диплом від члена журі 2020

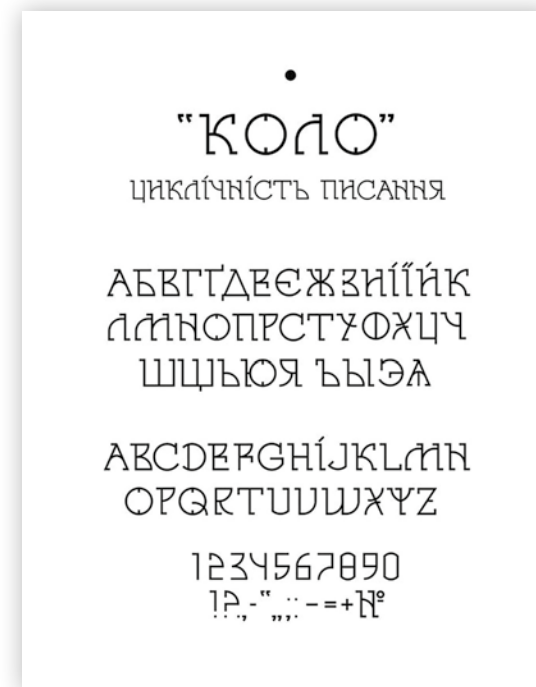




Рис. 29.
Олександра
Пошабля. Постер
«Мене світ ловив...»
3 місце 2022



Рис. 30.
Лілія Помелова.
Постер «100-річчя».
2 місце 2020

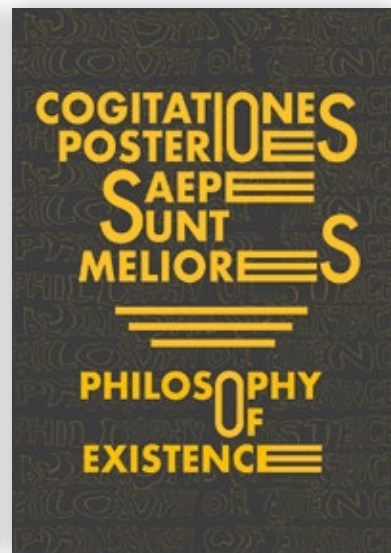


Рис. 31.
Стужук Дарина.
Постер «Сучасні значення».
2 місце 2022

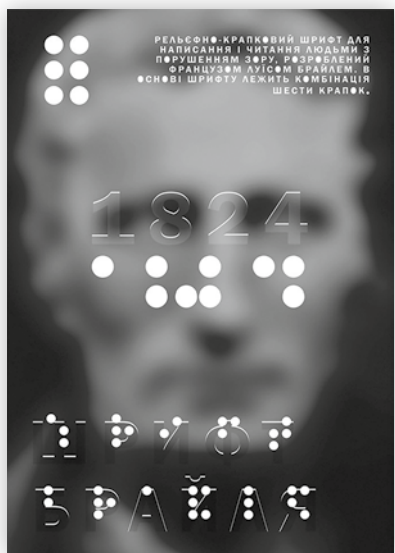


Рис. 32.
Даниїл Тимошенко.
Постер «Шрифт Брайля».
3 місце 2020



Рис. 33.
Наталія Ходаківська.
Постер «Письмо».
3 місце 2020

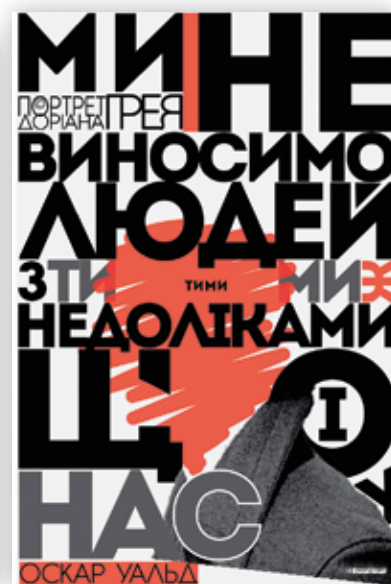


Рис. 34.
Аліна Лазаренко.
Постер
«Фраза О. Уайльда».
3 місце 2018

1. Бахрушин, В. (2016). Компетентності і результати навчання у нових стандартах вищої освіти. URL: <http://education-ua.org/ua/articles/702-kompetentnosti-i-rezultati-navchannya-u-novikh-standartakh-vishchoji-osviti>
2. Божко, Т. (2011). Дизайнерський фах у ринкових умовах (підготовка в системі європейської освіти). Упаковка. (6). С. 52–55. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Upakovka_2011_6_15
3. Закон України «Про вищу освіту». URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
4. Освіта України в умовах воєнного стану (2022). Інноваційна та проектна діяльність: Науково-методичний збірник за заг. ред. С. М. Шкарлета. Київ-Чернівці «Букрек».
5. Упаковка майбутнього. URL: <https://www.upakjour.com.ua/klub-pakuvalnik%D1%96v/konkursi/upakovka-majbutnogo/>
6. IX International Student Competition on Fonts and Calligraphy Pangram. URL: <https://sites.google.com/view/pangram>
7. Mukan, N., Chubinska, N., & Zhongjun, G. (2023). Competency-based approach in higher education: The main concepts. Академічні візії, (17). <https://orcid.org/0009-0005-9548-2202>
8. Verallia Design Awards (2021). URL: <https://ua.verallia.com/s/verallia-design-awards?language=uk>