

**Силабус навчальної дисципліни
«Мистецтво рекламної комунікації»**

Спеціальність	усі
Освітня програма	усі
Освітній рівень	Другий (магістерський) освітній рівень
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год.
	Практичні – 20 год.
	Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	залік
Кафедра	управління соціальними комунікаціями, ауд. 202 (корп. 1); (057 702-18-37; mediaprad.blogspot.com)
Викладач (-і)	Чекштуріна Вікторія Миколаївна, д-р н. соц. ком., доцент, професор кафедри УСК.
Контактна інформація викладача (-ів)	Viktorya.cherkshturina@hneu.net Chkshurina.victoria@gmail.com
Дні занять	За розкладом
Консультації	За графіком
Мета навчальної дисципліни	
Розвиток образного мислення, художньої уяви, формування навичок аналізу видів мистецтва, сприяння оволодінню арт-технологіями при розробці рекламних комунікацій.	
Передумови для навчання	
Засвоєння навчальних дисциплін гуманітарного та професійного циклів: “Актуальні тенденції медіакомунікацій”, “Методологія медіа-комунікацій”. “Історія медіатекстів”	
Зміст навчальної дисципліни	
Змістовий модуль 1. Реклама як мистецтво	
<i>Тема 1. Мистецтво у рекламі</i>	
<i>Тема 2. Естетика рекламної комунікації</i>	
<i>Тема 3. Візуальне мистецтво у рекламі</i>	
<i>Тема 4. Рекламна графіка</i>	
Змістовий модуль 2. Розробка рекламних арт-засобів	
<i>Тема 5. Рекламна стаття як вид інформаційного матеріалу</i>	
<i>Тема 6. Кінематографічність рекламних комунікацій</i>	
<i>Тема 7. Театральність у рекламній діяльності</i>	
<i>Тема 8. Розробка рекламного відео з елементами арт.</i>	
Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни	
Мультимедійне обладнання для перегляду відеоматеріалів та презентацій	
Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)	Лекції; контрольні питання; завдання; основна і додаткова література до лекційного матеріалу;
Рекомендовані джерела	
Основна	
1. Даниленко В. Дизайн. Підручник. Харків: ХДАДМ, 2003. — 320 с	
2. Дербилова Е. Дар шрифту / Елена Дербилова; Ред.: Олег Векленко, Владимир Лесняк, ; Харьковський худож.-пром. ін-т. - Харків : Консум, 2003. - 173 с.	
3. Куленко М. Основи графічного дизайну / Михайло Куленко ; М-во освіти і науки України, Київський національний університет будівництва і архітектури. - К. : Кондор, 2006. - 489 с.	
2. Кошєль ВІЗУАЛЬНАКОМУНІКАЦІЯЯКОСНОВАМАСОВО-	

ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ХХІ СТОЛІТТЯ Держава та регіони

Додаткова

3. Гресько О. В. .

1. Дебор, Г.Э. Общество спектакля / Г.Э. Дебор; пер. С. Офертас, М.Якубович. — М.: Логос, 2000. -183 с.

Стеценко Л. Естетика реклами: до постановки проблеми / Л. Стеценко // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Філософія. - 2013. - Вип. 12. - С. 200-209. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoafs_2013_12_21

2. Сальникова, Е.В. Эстетика рекламы. Культурные корни и лейтмотивы / Е.В. Сальникова. М.: Эпифания, 2001. - 288 с.

Система оцінювання результатів навчання

Поточний контроль здійснюється на лекційних, практичних заняттях і оцінюється сумою набраних балів: макс. сума – 100 б.; мінім. сума – 60 б. Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Макс кількість балів
Аудиторна групова робота	10
Активна робота на парі	30
Есе	5
Презентація	10
Творче завдання	45
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики, тренінгу	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

Політики навчальної дисципліни

Порушенням академічної доброчесності вважається: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми. **Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни**

Силабус затверджено на засіданні кафедри «?» листопада 2020 р. Протокол № ?

Кантор К. Красота и польза: социологические проблемы материально-художественной культуры [Текст] / К. Кантор. – М.: Искусство, 1967. – 280 с.

Прищенко С. Теорія та методологія дизайну: навч. посібник [Текст] / С. Прищенко. – К.: Альтерпрес, 2010. – 208 с.

Папанек В. Дизайн для реального мира [Текст] / В. Папанек. – М.: Издатель Д.Аронов, 2004. – 253 с.

Шуликов П. Изкуството и реклама. Промислен канон и културен брендинг [Текст] / П.Шуликов. – Варна: Словесност, 2001. – 350 с. (болг. мовою).

Эко У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна [Электронный ресурс] / У.Эко. – 1994. – URL: <http://www.gumer.info>.

Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры [Текст] / Р. Барт. – М.: Изд-во Сабашниковых, 2003. – 512 с.

Лола Г. Дизайн-код: культура креатива: монография [Текст] / Г.Лола. – СПб.: Элмор, 2011. – 140 с.

Смирна Л. Ідеологічний фактор стилістичної класифікації українського мистецького нонконформізму [Текст] / Л. Смирна // Мистецтвознавство України. – 2008. – Вип. 9. – С. 300-313.

Дженкс Ч. Язык архитектуры постмодернизма [Текст] / Ч.Дженкс. – М.: Стройиздат, 1985. – 136 с.

Дейан А. Реклама [Текст] / А. Дейан. – СПб.: Нева, 2003. – 126 с.

Кафтанджиев Х. Семиотика абсолюта [Текст] / Х.Кафтанджиев. – М.: РИП-холдинг, 2006. – 354 с.

Бычков В. Художественный апокалипсис культуры. Строматы XX века: в 2-х кн. [Текст] / В. Бычков. – М.: Культурная Революция, 2008.

Щербак Ю. Художня культура і видовищні субкультури: в кн.: Всередині часу. Філософська та мистецтвознавча есеїстка [Текст] / Ю. Щербак. – К.: Фенікс, 2013. – С. 167-168.

Берегова О. Культура та комунікація: дискурси культуротворення в Україні в XXI столітті: монографія [Текст] / О. Берегова. – К.: Ін-т культурології Академії мистецтв України, 2009. – 184 с.

Занічковська О. Інтернет-тренди: що вони змінять для бізнесу? [Електронний ресурс] / О. Занічковська. – 2010. – URL: <http://innovations.com.ua/ua/articles/14204/temp>.

Іванов В. Комп'ютерні мас-медіа на межі століть [Електронний ресурс] / В. Іванов // Актуальні питання масової комунікації / Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. – Вип.3. – URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=362>.

Майбородская С. Рекламное слово [Текст] С. Майбородская // Новый маркетинг. – 2007. – №7. – С. 10-11.

Трайндл А. (2009). Нейромаркетинг: визуализация эмоций [Текст]/ А. Трайндл. – М.: Альпина Паблишер, 2009. – 48 с.

Бове К. Современная реклама [Текст] / К. Бове, У.Аренс. – Тольятти: Изд. Дом Довгань, 1995. – 704 с.

Pryshchenko S. Post-Modernism image-system in Advertising graphics / S.Pryshchenko // European Applied Sciences. Stuttgart, 2014. – №1. – Pp. 16-18.

Особливості художнього оформлення друкованих рекламних звернень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.br.com.ua>.