

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

"ЗАТВЕРДЖУЮ"

Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна ГИМАШКАЛО



Мистецтво рекламної комунікації

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань **усі**
Спеціальність **усі**
Освітній рівень **другий (магістерський)**
Освітня програма **усі**

Статус дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

вибіркова
українська

Завідувач кафедри
управління соціальними комунікаціями

Катерина ЯРЕСЬКО

Харків
2021

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри управління соціальними комунікаціями.

Протокол № 6 від 05.01.2021 р.

Розробник:

Чекштуріна В.М. д-р. наук соц.ком., доц., проф. кафедри управління соціальними комунікаціями.

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

Анотація навчальної дисципліни

Мистецтво у рекламній комунікації кваліфікується як практичний ефективний засіб створення унікального художнього рекламного продукту. Предметом вивчення навчальної дисципліни «Мистецтво рекламної комунікації» є художні засоби створення комунікаційних повідомлень різних типів. Основними завданнями вивчення дисципліни є виокремлення основних ознак художніх засобів, їх комунікаційних функцій; дослідження потенціалу різних типів мистецьких засобів для удосконалення візуально-комунікаційного контенту.

Мета навчальної дисципліни: формування усвідомленого осмислення видів мистецтва, інтегрування теоретичних знань з мистецтвознавства, психології кольору, сучасних візуальних мультимедійних інформаційних технологій та здійснення практичних завдань, формування вмінь застосовувати їх під час аналізу та створення рекламних повідомлень, інфографік, підготовки текстів, оформлення PR-акцій.

Об'єктом навчальної дисципліни є художньо-естетичні явища, засоби мистецтва пов'язані з рекламними комунікаціями.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є арт-об'єкти у візуальних та аудіовізуальній формах, що сприяють формуванню художньо-естетичної компетентності майбутніх фахівців у різних сферах креативних індустрій.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять та виконання практичних завдань. Вагоме значення в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент буде знати: сутність видів мистецтва, основні його положення та умови ефективного застосування у рекламі; зміст основних тенденцій розвитку сучасного мистецтва; процес розробки рекламних продуктів із засобами мистецтва. Результатом вивчення навчальної дисципліни також будуть наступні вміння студента: створювати рекламну продукцію з арт-засобами.

Характеристика навчальної дисципліни

Курс	1М
Семестр	2
Кількість кредитів ECTS	5
Форма підсумкового контролю	Залік

Структурно-логічна схема вивчення дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Основи маркетингу	Міждисциплінарні комплексні курсові роботи
Соціологія	Магістерські дипломні роботи
Психологія	

Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
1	2
здатність засвоювати різні типи інформаційних контентів	володіння образним мисленням, засобами узагальнення, сприйняття художньої інформації
здатність аналізувати мистецькі твори	аналіз творів мистецтва, декодування символічних форм
здатність розробляти арт-концепції рекламних кампаній, event-подій, pr-акцій.	уміння розробляти арт-концепцію рекламних повідомлень, pr-акцій.
вміти використовувати засоби мистецтва у професійній діяльності	оволодіння креативними технологіями створення арт-об'єктів.

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Реклама як мистецтво

Тема 1. Мистецтво у рекламі.

1.1. Реклама як мистецтво: кейси міжнародних брендів.

1.2. Види мистецтва у рекламних продуктах.

Тема 2. Естетика рекламної комунікації.

2.1. Естетичні коди у рекламі. Естетика рекламного образу.

2.2. Рекламна культура.

Тема 3. Візуальне мистецтво у рекламі.

3.1. Мистецтво візуального сприйняття.

3.2. Фото-арт, відео-арт.

Тема 4. Рекламна графіка.

4.1. Концептуальні шрифти, фото-маніпуляції.

4.2. Види інфографік у рекламі.

Тема 5. Рекламна стаття як вид інформаційного матеріалу.

5.1. Художні прийоми у рекламному копірайтингу.

5.2. Інсайти: оформлення рекламних текстів.

Змістовий модуль 2. Розробка рекламних арт-засобів

Тема 6. Кінематографічність рекламних комунікацій.

6.1. Рекламна кінематографія.

6.2. Кінематограф у рекламі.

Тема 7. Театральність у рекламній діяльності.

7.1. Специфіка театральної комунікації.

7.2. Театральний характер рекламної комунікації.

Тема 8. Розробка рекламного відео з елементами арт.

8.1. Концептуальність сценарію.

8.2. Художні засоби у рекламних відео.

Перелік практичних занять, а також питань та завдань до самостійної роботи наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

Методи навчання та викладання

Методи навчання, спрямовані на активізацію та стимулювання навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти: лекції проблемного характеру (теми 3, 4), міні-лекції (теми 2, 5), робота в малих групах (теми 4), дискусії (теми 5, 6), індивідуальна дослідницька робота (тема 6) під час виконання творчого завдання (теми 2-8), презентації (теми 3, 4, 6, 7, 8).

Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту отримати залік, дорівнює 60 балам);

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового заліку. Залік визначається як сума балів за результатами успішності студента при поточному контролі.

Поточний контроль включає оцінювання студентів під час:

Лекцій – активна робота на парі, що включає реакцію студента на лекційний матеріал у вигляді відповідей на запитання та обговорення проблемних питань за темою. За кожне заняття студент отримує 1 бал, максимальна кількість балів – 8.

Практичні та семінарські заняття – активна робота на парі, що включає обговорення лекційного матеріалу, відповіді на запитання, розгляд проблемних ситуацій у рамках теми заняття. За кожне заняття студент отримує 1 бал, максимальна кількість балів – 7.

Під час проведення практичних і семінарських занять також використовуються такі форми поточного контролю як:

Есе, що включає розкриття теми, яка сформульована відповідно до проблем, які розглядаються в рамках теми лекції. За кожне заняття студент отримує 2 бали, протягом семестру студенти пишуть одно есе, максимальна кількість балів – 2;

Письмова контрольна робота, що включає теми 1 – 5 і вимагає від студентів охарактеризувати види мистецтва. Максимальна оцінка дорівнює 3,5 бали. Друга контрольна робота включає теми 6 – 8 і вимагає від студентів розробку ідеї арт-засобів для креативної реклами. Максимальна оцінка дорівнює 3,5 бали. Протягом семестру студенти виконують дві контрольні роботи, максимальна оцінка складає 7 балів;

Презентація. Протягом семестру студенти виконують п'ять презентацій. Кожна презентація має максимальну оцінку у 6 балів. Максимальна кількість балів, яку студенти отримують за три презентації складає 30;

Творче завдання. Протягом семестру студенти виконують сім завдань. Кожне завдання потребує від студента креативного підходу до його виконання, можливість виконання у фото та відеоформатах. Кожне творче завдання має максимальну оцінку у 6 балів. Максимальна кількість балів, яку студенти отримують за шість завдань складає 42.

Самостійна робота щодо отримання компетентностей за дисципліною “Мистецтво рекламної комунікації” включає опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу; виконання домашніх завдань; підготовку до контрольних робіт; пошук джерел для підготовки презентацій та творчих завдань за заданими темами. Кожна самостійна робота має максимальну оцінку у 0,5 балів. Максимальна кількість балів, яку студенти отримують за вісім самостійних робіт складає 4.

Залік охоплює суму балів від виконання сукупності завдань і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей. Результат семестрового заліку оцінюється в балах (максимальна кількість – 100 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 60 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної "Відомості обліку успішності".

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.

Виставлення підсумкової оцінки здійснюється за шкалою, наведено в таблиці "Шкала оцінювання: національна та ЄКТС".

Форми оцінювання та розподіл балів наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

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

Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання		Форми оцінювання	Мак бал
Тема 1. Мистецтво у рекламі	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Реклама як мистецтво: кейси міжнародних брендів. 1. Види мистецтва у рекламних продуктах.	Аудиторна групова робота	1
	<i>Самостійна робота</i>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою	Перевірка домашніх завдань	0,5

Тема 2. Естетика рекламної комунікації	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Естетичні коди у рекламі. Естетика рекламного образу. 2. Рекламна культура.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою: Естетика рекламної комунікації	Активна робота на заняттях	1
		Написання есе на тему "Естетика у рекламних продуктах"	Есе	2
		Творче завдання. Пошук, підбір та огляд статей за заданою темою. Підготовка та презентація на тему "Естетична реклама"	Творче завдання	6
Самостійна робота				
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття щодо написання есе та виконання творчого завдання щодо презентації фото-колажу на тему "Естетична реклама"	Перевірка домашніх завдань	0,5	
Тема 3. Візуальне мистецтво у рекламі	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Мистецтво візуального сприйняття. 2. Фото-арт, відео- арт.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою "Візуальне мистецтво у рекламі"	Активна робота на заняттях	1
		Представити презентацію на тему: "Рекламні постери у стилі арт"	Презентація	6
		Творче завдання. Провести аналіз реклам з використанням технік відео-арт.	Творче завдання	6
Самостійна робота				
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття щодо створення презентації і творчого завдання	Перевірка домашніх завдань	0,5	

Тема 4. Рекламна графіка	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Концептуальні шрифти, фотоманіпуляції. 2. Види інфографік у рекламі	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою “Рекламна графіка”	Активна робота на заняттях	1
		Підготувати презентацію на тему: Арт-фотографії у рекламі	Презентація	6
		Творче завдання: Розробити рекламний постер з концептуальною графікою	Творче завдання	6
<i>Самостійна робота</i>				
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття.	Перевірка домашніх завдань	0,5
Тема 5. Рекламна стаття як вид інформаційного матеріалу	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Художні прийоми у рекламному копірайтингу. 2. Інсайти: оформлення рекламних текстів.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою: Рекламна стаття як вид інформаційного матеріалу	Активна робота на заняттях	1
		Творче завдання: створення рекламної фото-інсталяції за темою “Предметна рекламна фотографія”	Творче завдання	6
	<i>Самостійна робота</i>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття щодо створення предметної фотографії	Перевірка домашніх завдань	0,5
	Модульний контроль	Проаналізувати види мистецтва у рекламі	Письмова контрольна робота	3,5

Тема 6. Кінематографічність рекламних комунікацій	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Рекламна кінематографія. 2. Кінематограф у рекламі.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою Кінематографічність реklamних комунікацій	Активна робота на заняттях	1
		Підготувати презентацію «Кінематограф у рекламі»	Презентація	6
		Розробити ідею кінематографічного реklamного сюжету.	Творче завдання	6
<i>Самостійна робота</i>				
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття щодо виконання творчого завдання	Перевірка домашніх завдань	0,5	
Тема 7. Театральність у рекламній діяльності.	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Специфіка театральної комунікації. 2. Театральний характер рекламної комунікації.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою: Театральність у рекламній діяльності.	Активна робота на заняттях	1
		Підготувати презентацію "Компоненти театрального мистецтва у рекламних відео"	Презентація	6
		Розробити промо івент із театральними засобами.	Творче завдання	6
<i>Самостійна робота</i>				
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття щодо розробки рекламних постерів	Перевірка домашніх завдань	0,5	

Тема 8. Розробка рекламного відео з елементами арт.	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція за питаннями: 1. Шоу-бізнес. Особливості діяльності арт-директора та піарника у продюсерському центрі. 2. Особливості організації шоу-програм, концертного турне.	Аудиторна групова робота	1
	Практичне заняття	Практичне заняття за темою “Розробка рекламного відео з елементами арт.”	Активна робота на заняттях	1
		Підготувати презентацію “Арт-сюжети у рекламі”.	Презентація	6
		Творча робота на тему “Рекламне відео з засобами мистецтва”.	Творче завдання	6
	Самостійна робота			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Опрацювання лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до практичного заняття щодо підготовки презентації	Перевірка домашніх завдань	0,5
Модульний контроль	Розробка ідеї арт-засобів для креативної реклами	Письмова контрольна робота	3,5	

Рекомендована література

Основна

1. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособие. СПб., 2002. 460 с.

Додаткова

2. Гаврилюк, І.Л. Візуальний контент місцевої онлайн-журналістики: сучасні тенденції та проблеми / І.Л. Гаврилюк // Образ. 2020. №1(33). С. 51-56.

3. Червінська Л. І. Комунікаційна складова організації та проведення мистецьких івентів // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2020. № 4. С.64.

4. Чекштуріна В. Мультиmodalність рунічного знака : монографія / В. М. Чекштуріна. — Харків : ІНДУСТРІЯ, 2015. 316 с.

5. Чекштуріна В. М. Еволюція графічних засобів символічної комунікації / В. М. Чекштуріна // Вісн. Кн. палати. 2015. № 2. С. 44–47.

6. Шевченко В. Е Становлення наукової думки щодо мови візуальної комунікації // Вісник книжкової палати № 9. 2014. С. 1-5.

Інформаційні ресурси

7. 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

8. Чекштуріна В.М. Мистецтво рекламної комунікації [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=7613>