

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВК02 «Естетика товарів та дизайн»

(шифр і назва навчальної дисципліни)

спеціальність

075 «Маркетинг»

(шифр і назва спеціальності)

Освітня програма

Маркетинг

(назва спеціалізації)

інститут, факультет

документальних комунікацій, менеджменту,

технологій та фізики

(назва факультету)

2021 – 2022 навчальний рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Естетика товарів та дизайн» для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг».

Мова навчання: українська

Розробник: **Машта Н.О.**, доцент кафедри менеджменту, канд. техн. наук

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри менеджменту

Протокол від « ____ » _____ 202__ року № ____

Завідувач кафедри менеджменту _____ (Микитин Т.М.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету

Протокол від « ____ » _____ 202__ року № ____

Голова навчально-методичної комісії _____ (Савченко О. Р.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	Вибіркова	
Модулів – 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		2-й	2-й
		Семестр	
Індивідуальне науково-дослідне завдання – 1		4-й	4-й
		Лекції	
		14 год.	6 год.
	Лабораторні/практичні		
Загальна кількість годин – 90	Ступінь вищої освіти: бакалавр	Самостійна робота	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 4		60 год.	80 год.
		у т.ч. індивідуальні завдання:	
		10 год.	10 год.
Вид контролю: залік			
Передумови для вивчення дисципліни: «Стандартизація і сертифікація продукції та послуг», «Системи технологій»/«Біржова діяльність», «Товарознавство продовольчих товарів»/«Експертиза товарів та послуг»			

Примітка. Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 33% до 67%;

для заочної форми навчання – 11% до 89%.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: сформувати у здобувачів вищої освіти цілісну систему знань про специфіку естетичного сприйняття предметного середовища, що дасть змогу вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності.

Завдання навчальної дисципліни ознайомити здобувачів вищої освіти із:

- методологічною основою естетики та дизайну;
- висвітлити характерні риси художніх стилів світової культури (історичні та сучасні аспекти);
- пояснити значення моди у естетичному сприйнятті дійсності;
- виокремити цілі та проблеми ергономіки;
- сформувати загальні поняття композиції;
- розкрити основні принципи розробки дизайну товарів;
- висвітлити підходи до створення дизайну упаковки як інструменту

- маркетингу;
- охарактеризувати основні правила естетичної оцінки товарів.

3. Очікувані результати навчання

У процесі опанування даної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних **програмних компетентностей**:

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Основними **програмними результатами** навчання є:

Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Р 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Р 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

При цьому здобувачі вищої освіти повинні:

знати:

- особливості основних категорій естетики та дизайну;
- терміни, визначення, поняття, які характеризують естетичні
- властивості товарів та їх дизайн;
- особливості становлення сучасних та історичних художніх стилів;
- порядок розробки дизайну товарів;
- систему показників, що використовуються для характеристики
- естетичних властивостей товарів.

вміти:

- визначати стильову належність товарів;
- оцінювати відповідність зразків товарів сучасним модним тенденціям;
- проводити естетичну оцінку товарів;
- здійснювати ергономічний аналіз непродовольчих товарів;
- прогнозувати попит на продукцію за результатами оцінки її естетичних властивостей.

4. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Основи естетики

Тема 1. Методологічні основи естетики товарів та дизайну.

Естетика як наука. Історія становлення естетики як науки. Предмет естетики.

Категорії естетики: прекрасне та потворне, піднесене та низьке, трагічне та комічне, гармонійне та хаотичне.

Естетичне освоєння дійсності. Поняття про естетичне сприйняття, почуття, переживання, оцінку, смак, ідеал та цінність.

Тема 2. Характерні риси художніх стилів світової культури.

Термін «стиль», «художній стиль». Структура стилю художньої культури.

Основні художні стилі світової культури. Особливості художнього стилю Стародавнього Єгипту. Художній стиль Стародавньої Греції. Художній стиль Стародавнього Риму. Романський стиль. Готичний стиль. Ренесанс. Стиль епохи відродження. Бароко. Рококо. Класицизм. Ампір. Модерн.

Особливості сучасного стилю.

Тема 3. Значення моди у естетичному сприйнятті дійсності.

Поняття про моду. Значення моди у естетичному сприйнятті дійсності.

Естетичний та художній смак: сутність, значення та формування.

Відповідність моді як естетичний показник якості.

Поняття про сталість моди.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Естетика та дизайн товарів

Тема 4. Загальні поняття композиції товарів.

Загальні поняття і принципи створення композиції товарів. Цілісність композиції. Види композицій.

Об'ємно-просторова структура в композиції. Тектоніка в композиції.

Засоби створення композиції: пропорція, масштаб, контраст, нюанс, симетрія, асиметрія, ритм, метр.

Колір як засіб створення художньої виразності товарів.

Орнамент та його роль у композиції.

Тема 5. Сутність, стадії та принципи розробки дизайну товарів.

Поняття про дизайн. Цілі, сутність та види дизайну.

Історія становлення дизайну.

Стадії та принципи розробки дизайну товарів. Поняття про технічне завдання та технічний проєкт.

Тема 6. Дизайн упаковки як інструмент маркетингу.

Дизайн упаковки як фактор впливу на вибір покупця. Основні підходи до розроблення дизайну упаковки.

Маркування як важливий елемент дизайну упаковки.

Сучасні тренди у дизайні упаковки.

Тема 7. Особливості та правила естетичної оцінки товарів.

Естетичні властивості товарів: сутність та значення. Показники естетичних властивостей товарів. Класифікація естетичних властивостей.

Інформаційна виразність. Раціональність форми. Цілісність композиції. Довершеність виробничого виконання.

Методи та принципи естетичної оцінки товарів.

Типова процедура проведення естетичної оцінки товарів.

5. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма						заочна форма						
	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	п	лаб	інд	с. р.		л	п	лаб	інд	с. р.	
Модуль 1													
Змістовий модуль 1. Основи естетики													
Тема 1. Методологічні основи естетики товарів та дизайну.	10	2	-	2	-	6	10	2	-	-	-	8	
Тема 2. Характерні риси художніх стилів світової культури.	12	2	-	2	-	8	12	2	-	-	-	10	
Тема 3. Значення моди у естетичному сприйнятті дійсності.	10	2	-	2	-	6	12	-	-	-	-	12	
Разом за змістовим модулем 1	32	6	-	6	-	20	34	4	-	-	-	30	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Естетика та дизайн товарів													
Тема 4. Загальні поняття композиції товарів.	12	2	-	2	-	8	12	2	2	-	-	8	
Тема 5. Сутність, стадії та принципи розробки дизайну товарів.	12	2	-	4	-	6	12	-	-	-	-	12	
Тема 6. Дизайн упаковки як інструмент маркетингу.	12	2	-	2	-	8	12	-	2	-	-	10	

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с. р.		л	п	лаб	інд	с. р.
Тема 7. Особливості та правила естетичної оцінки товарів.	12	2	-	2	-	8	10	-	-	-	-	10
Разом за змістовим модулем 2	48	8	-	10	-	30	46	2	4	-	-	40
Модуль 2												
Індивідуальне науково-дослідне завдання – «Розробка дизайну етикетки»	10	-	-	-	10	-	10	-	-	-	10	-
Усього годин	90	14	-	16	10	50	90	6	4	0	10	70

6. Теми практичних занять

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
1	Вивчення основ естетики	2
2	Особливості художніх стилів світової культури	2
3	Фактори формування і перспективи розвитку моди	2
4	Принципи і засоби створення композиції товарів	2
5	Основи дизайну товарів	2
6	Основи дизайну упаковки	2
7	Основи промислової графіки	2
8	Експертна оцінка естетичних властивостей товарів	2
Всього		16

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Історія становлення естетики як науки	2
2	Основні естетичні категорії	2
3	Художній стиль Стародавнього Єгипту: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
4	Художній стиль Стародавньої Греції: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
5	Художній стиль Стародавнього Риму: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
6	Романський стиль: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
7	Романський стиль: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
8	Готичний стиль: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
9	Ренесанс: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2

10	Стиль епохи відродження: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
11	Бароко: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
12	Рококо: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
13	Класицизм: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
14	Ампір: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
15	Модерн: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
16	Особливості сучасного стилю: прояви у архітектурі, меблях, одязі, взутті	2
17	«Королі» моди	2
18	Ергономіка та її роль при розробці дизайну товарів	2
19	Показники ергономіки	2
20	Колір як засіб створення художньої виразності товарів	2
21	Психофізіологічна характеристика кольорів	2
22	Зорові ілюзії та їх роль під час створення дизайну товарів	2
23	Розвиток дизайну товарів в Україні. Дизайнерська освіта	2
24	Промислова графіка та сфери її застосування	2
25	Геральдика у дизайні товарів	2
Всього		50

8. Методи навчання

Під час вивчення дисципліни «Естетика товарів та дизайн» використовуються такі методи навчання:

МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, виступи, співбесіда тощо);

МН2 – практичний метод (практичні заняття, бізнес-кейси, ситуаційні завдання);

МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій, метод демонстрацій, тестування);

МН4 – робота з навчально-методичною літературою (тезування, анотування, складання доповіді);

МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

МН6 – самостійна робота (розв'язання завдань).

9. Методи оцінювання результатів навчання

Під час вивчення дисципліни «Естетика товарів та дизайн» використовуються такі методи оцінювання:

МО2 – усне та письмове опитування

МО4 – тестування;

МО5 – командні проекти;

МО6 – реферати, есе;

МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень;

МО8 – презентації та виступи на наукових заходах;

МО9 – захист практичних робіт;

МО10 – залік.

10. Засоби діагностики результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів під час вивчення дисципліни «Естетика товарів та дизайн» є:

- усне опитування;

- тестовий контроль знань;
- модульні контрольні роботи;
- реферати та презентації за результатами їх виконання;
- ситуаційні завдання;
- бізнес-кейси;
- захист звітів за результатами виконання практичних занять;
- залік.

11. Критерії оцінювання результатів навчання

Головною передбаченою формою підсумкового контролю є залік. Курс орієнтований на бальну систему оцінки.

Мінімальний пороговий рівень оцінки – 60 балів. Максимальна кількість балів становить 100, що розподілені за видами робіт наступним чином:

Критерії оцінювання результатів навчання

№ з/п	Вид роботи	Кількість балів	Розрахунок	Максимальна сума балів
1	Активна робота під час лекційних занять	2,0	$2,0 \cdot 7 = 14$	14
2	Перевірка готовності студента до лабораторного/практичного заняття	3,0	$3,0 \cdot 8 = 24$	24
3	Активна робота під час лабораторних/практичних занять	2,0	$2,0 \cdot 8 = 8$	16
4	Звіт за результатами виконання лабораторних/практичних занять	8,0	$8,0 \cdot 1 = 8$	8
5	Індивідуальне навчально-дослідне завдання	18,0	$18,0 \cdot 1 = 18$	18
6	Модульні контрольні роботи	10,0	$10,0 \cdot 2 = 20$	20
Всього				100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	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	задовільно	
60–63	E		
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним	не зараховано з обов'язковим повторним

		вивченням дисципліни	вивченням дисципліни
--	--	----------------------	----------------------

12. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Модуль 1. Поточне оцінювання							Модуль 2. ІНДЗ	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	18	100
8	8	8	8	14	8	8		
Модульна контрольна робота - 10			Модульна контрольна робота - 10					

13. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення навчальної дисципліни «Естетика товарів та дизайн» включає:

1. Машта Н.О. Методичні вказівки для виконання лабораторно-практичних занять з дисципліни «Естетика товарів та дизайн» здобувачам вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання. Рівне: РДГУ, 2022. № 65-411.
2. Машта Н.О. Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни «Естетика товарів та дизайн» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання. Рівне: РДГУ, 2022. № 65-412.
3. Машта Н.О. Методичні рекомендації до виконання індивідуального навчально-дослідного завдання з дисципліни «Естетика товарів та дизайн» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання. Рівне: РДГУ, 2022. № 65-413.

14. Питання для підготовки до підсумкового контролю

1. Естетика як наука.
2. становлення естетики як науки.
3. Предмет естетики.
4. Категорії естетики: прекрасне та потворне.
5. Категорії естетики: піднесене та низьке.
6. Категорії естетики: трагічне та комічне.
7. Категорії естетики: гармонійне та хаотичне.
8. Естетичне освоєння дійсності.
9. Поняття про естетичне сприйняття.
10. Поняття про естетичне почуття.
11. Поняття про естетичне переживання.
12. Поняття про естетичну оцінку.
13. Поняття про естетичний смак.
14. Поняття про естетичний ідеал.
15. Поняття про естетичну цінність.
16. Терміни «стиль», «художній стиль».
17. Структура стилю художньої культури.
18. Основні художні стилі світової культури.

19. Особливості художнього стилю Стародавнього Єгипту.
20. Художній стиль Стародавньої Греції.
21. Художній стиль Стародавнього Риму.
22. Романський стиль.
23. Готичний стиль.
24. Стиль ренесанс.
25. Стиль епохи відродження.
26. Стиль бароко.
27. Стиль рококо.
28. Стиль класицизм.
29. Стиль ампір.
30. Стиль модерн.
31. Особливості сучасного стилю.
32. Термін «мода».
33. Значення моди у естетичному сприйнятті дійсності.
34. Естетичний та художній смак: сутність, значення та формування.
35. Відповідність моді як естетичний показник якості.
36. Поняття про сталість моди.
37. Загальні поняття і принципи створення композиції товарів.
38. Цілісність композиції.
39. Види композицій.
40. Об'ємно-просторова структура в композиції.
41. Тектоніка в композиції.
42. Пропорція як засіб створення композиції.
43. Масштаб як засіб створення композиції.
44. Контраст як засіб створення композиції.
45. Нюанс як засіб створення композиції.
46. Симетрія як засіб створення композиції.
47. Асиметрія як засіб створення композиції.
48. Ритм як засіб створення композиції.
49. Метр як засіб створення композиції.
50. Колір як засіб створення художньої виразності товарів.
51. Орнамент та його роль у композиції.
52. Поняття про дизайн.
53. Цілі, сутність та види дизайну.
54. Історія становлення дизайну.
55. Стадії та принципи розробки дизайну товарів.
56. Поняття про технічне завдання та технічний проект.
57. Дизайн упаковки як фактор впливу на вибір покупця.
58. Основні підходи до розроблення дизайну упаковки.
59. Маркування як важливий елемент дизайну упаковки.
60. Сучасні тренди у дизайні упаковки.
61. Естетичні властивості товарів: сутність та значення.
62. Показники естетичних властивостей товарів.
63. Класифікація естетичних властивостей.
64. Інформаційна виразність.

65. Рациональність форми.
66. Цілісність композиції.
67. Довершеність виробничого виконання.
68. Методи та принципи естетичної оцінки товарів.
69. Типова процедура проведення естетичної оцінки товарів.

15. Рекомендована література

Основна

1. Волошко Н.И. Эстетика и дизайн товаров: учеб. - практ. пособ. Москва: Издательско-торговая компания «Дашков и Ко», 2008. URL: http://htbiblio.yolasite.com/resources/Voloshko_estetykadyzayn_tovariv.pdf.
2. Кухта М.С. Дизайн и технологии: учебник. Томск: SST, 2016. 170 с. URL: <https://cutt.ly/YUDXxEZ>.
3. Царев В.И. Эстетика и дизайн непродовольственных товаров: учеб. М.: Академия, 2004. 224 с.
4. Черняк Л.В., Яценко Ю.М. Эстетика товарів та дизайн: навч. посіб. для студентів вищих навч. закладів. Київ: КНТЕУ, 2006.

Допоміжна

1. Ильина О.В. Дизайн-конструирование тары и упаковки: учебное пособие. 2-е издание, испр. и доп. ВШТЭ СПбГУПТД. СПб. 2017. 48 с. URL: http://nizrp.narod.ru/metod/kpromdes/tari_i_upak.pdf.
2. Кузьменко О. В. Эстетика товарів та дизайн: Конспект лекцій. Дніпропетровськ: Видавництво ДУЕП, 2010. 38 с. URL: <http://studcon.org/estetyka-tovariv-ta-dyzayn>.
3. Мазур В.М. Конспект лекцій з дисципліни «Естетика товарів та дизайн». Дніпропетровськ: ДУЕП, 2006. 62 с.
4. Росоха Т.Ю. Эстетика товарів народного споживання і дизайн: Опорний конспект лекцій. К.: КДТЕУ, 1999. 66 с.

17. Інформаційні Інтернет-ресурси

1. Он-лайн бібліотека для студентів. URL: www.twirpx.com/.
2. Сайт Верховної ради України. URL: www.rada.com.ua.
3. Онлайн-редактор Canva. URL: <https://www.canva.com/>.

Робоча програма дисципліни «Естетика товарів та дизайн» перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на 20__- 20__ навчальний рік на засіданні кафедри економіки та управління бізнесом.

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від «___» _____ 20__ року № ___
 Завідувач кафедри _____ (_____
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету
 Протокол від «___» _____ 20__ року № ___
 Голова навчально-методичної комісії _____ (_____
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Робоча програма дисципліни «Естетика товарів та дизайн» перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на 20__-20__ навчальний рік на засіданні кафедри економіки та управління бізнесом.

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від «___» _____ 20__ року № ___
 Завідувач кафедри _____ (_____
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету
 Протокол від «___» _____ 20__ року № ___
 Голова навчально-методичної комісії _____ (_____
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Робоча програма дисципліни «Естетика товарів та дизайн» перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на 20__ - 20__ навчальний рік на засіданні кафедри економіки та управління бізнесом.

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від «__» _____ 20__ року № __
 Завідувач кафедри _____ (_____)
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету
 Протокол від «__» _____ 20__ року № __
 Голова навчально-методичної комісії _____ (_____)
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Робоча програма дисципліни «Естетика товарів та дизайн» перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на 20__ -20__ навчальний рік на засіданні кафедри економіки та управління бізнесом.

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від «__» _____ 20__ року № __
 Завідувач кафедри _____ (_____)
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету
 Протокол від «__» _____ 20__ року № __
 Голова навчально-методичної комісії _____ (_____)