

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни / освітнього компонента	«Реклама в сфері арт-менеджменту»
Освітня програма	028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредитів / 90 годин
Вид підсумкового контролю з	залік - 8 сем.
Мова викладання	українська
Викладач	к.п.н., доц., доцент кафедри івент-індустрій, культурології та музезнавства Тюска Валентина Борисівна
CV викладача на сайті кафедри	сайт кафедри івент-індустрій, культурології та музезнавства http://www.kulturologiya.rshu.edu.ua https://salo.li/92F8fEF
E-mail викладача	valentuna.tyuska@rshu.edu.ua

Анотація дисципліни

Реклама є ознакою сучасного соціокомунікаційного простору. Вона входить у життя сучасної людини-споживача, перебираючи на себе функції чинника, який не лише значною мірою визначає економічну сферу життя суспільства, а також відбиває й одночасно формує масову культуру та свідомість. Тому усвідомлення майбутніми фахівцями соціокультурної галузі з огляду на її справжнє місце у функціонуванні як матеріальної, так і духовної сфер буття кожної людини й суспільства в цілому є важливим завданням в освітньому процесі. У зв'язку з цим, питання розробки стратегії рекламної діяльності в арт-менеджменті, оцінки рекламних засобів, здійснення моніторингу ринку рекламних послуг, ефективності рекламної діяльності набувають особливої актуальності.

Навчальна дисципліна «Реклама в сфері арт-менеджменту» належить до переліку вибіркових навчальних дисциплін, викладається для фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузі знань 02 «Культура і мистецтво», спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» та спрямована на вивчення здобувачами вищої освіти суті та ролі сучасних проблем реклами у комплексі соціокультурної діяльності; набуття студентами

теоретичних знань з питань організації методів рекламної діяльності; опанування методичним інструментарієм розробки та реалізації рекламних заходів; ознайомлення здобувачів з конкретними прикладами, зразками і засобами створення рекламної продукції.

Дисципліна структурована відповідно до вимог сучасної педагогічної й методичної науки, матеріал дисципліни є зрозумілим для здобувачів, а поетапність ознайомлення передбачає послідовне й систематичне засвоєння знань. Опанування знаннями з курсу реалізується за допомогою основних організаційних форм навчання: лекцій, практичних, консультацій, самостійної роботи тощо. У процесі викладання забезпечується перехід від простого до більш складного, від відомого до нових знань, понять, термінів; навчальний матеріал спрямований на розвиток у здобувачів інтересу до рекламної діяльності, самостійного пошуку інноваційних знань, розвитку тих компетентностей, які необхідні бакалавру для ефективної організації реклами в сфері арт-менеджменту.

Силабус упорядковано із застосуванням сучасних педагогічних принципів організації освітнього процесу у закладі вищої освіти.

Навчальна дисципліна належить до вибіркових дисциплін циклу професійної підготовки.

Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни є: оволодіння здобувачами вищої освіти базовими теоретичними знаннями в галузі реклами, зокрема, арт-реклами та застосування їх в процесі практичної діяльності, пов'язаної зі створенням рекламних матеріалів соціокультурного характеру та проектуванням рекламно-інформаційної кампанії із забезпеченням їх максимальної комунікативної ефективності.

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є формування у здобувачів системи всебічних знань про сутність, базові принципи та технології рекламного креативу, набуття вмінь і практичних навичок самостійної розробки рекламних звернень та побудови рекламних кампаній з урахуванням інтересів ринку соціокультурної сфери, вивчення особливостей застосування креативу у візуальній рекламі, телерекламі, радіорекламі та Інтернеті, формування знань про специфіку та принципи рекламного дизайну, використання зображувальних засобів реклами, орієнтація здобувачів на поєднання у практичній діяльності стандартних наукових підходів та творчого переосмислення дійсності, практичне використання набутих у процесі вивчення дисципліни знань та умінь, з метою реалізації рекламної діяльності в сфері арт-менеджменту.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Особливості сучасного рекламного процесу

Тема 1. Специфіка рекламного процесу в арт-менеджменті.

Тема 2. Класифікація засобів поширення реклами в сфері арт-менеджменту.

Тема 3. Використання засобів масової інформації у рекламі.

Тема 4. Особливості рекламного повідомлення.

Тема 5. Ефективність використання кольору у рекламній діяльності арт-менеджера.

Тема 6. Сучасні рекламні стратегії арт-менеджера.

Тема 7. Особливості піар-технологій у арт-менеджменті.