

Рівненський державний гуманітарний університет
Художньо-педагогічний факультет
Кафедра івент-індустрій, культурології та музеєзнавства

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни / освітнього компонента	БК 52 РЕКЛАМА У СФЕРІ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ
Освітня програма	«Менеджмент соціокультурної діяльності»
Компонент освітньої програми	вибіркова
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю з	Залік
Мова викладання	українська
Викладач	канд. пед. наук, доц., доцент Тюска Валентина Борисівна
CV викладача на сайті кафедри	сайт кафедри івент-індустрій, культурології та музеєзнавства http://www.kulturologiya.rshu.edu.ua
E-mail викладача	valentuna.tyuska@rshu.edu.ua
Консультації	<i>Очні консультації:</i> к-сть годин і розклад присутності на кафедрі згідно з графіком консультацій. <i>Он лайн- консультації:</i> Розклад присутності викладача на спеціальному форумі в інтернет мережах Google Meet, Zoom (за створеними посиланнями).

Сучасні запити професійного ринку обумовили актуальність викладання дисципліни «Реклама у сфері арт-менеджменту» для фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузі знань 02 Культура і мистецтво зі спеціальності 028 Менеджмент соціокультурної діяльності у восьмому семестрі освітнього процесу. Опанування знаннями з курсу реалізується за допомогою основних організаційних форм навчання: лекцій, практичних, консультацій, самостійної роботи тощо. Під час читання теоретичного і практичного курсу передбачено залучення здобувачів до самостійного пошуку рішень проблемних питань, розробці практично значимих проектів рекламної діяльності.

Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни є: оволодіння здобувачами вищої освіти базовими теоретичними знаннями в галузі реклами, зокрема, соціокультурної 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, 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.

Для продуктивного виконання поставлених завдань під час вивчення дисципліни заняття проводяться у формі : лекцій, практичних з використанням інноваційних технологій.

У результаті вивчення курсу бакалавр оволодіває такими **компетентностями**:

загальні, спеціальні (фахові) та програмні результати навчання (ПРН) (див. сайт РДГУ , режим доступу:

<http://rshu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/592-osvitni-prohramy-bakalavr>).

Очікувані результати навчання

При вивченні дисципліни «Реклама у сфері арт-менеджменту» у здобувачів вищої освіти формуються глибокі, міцні і системні знання та професійні вміння і навички, які передбачають вільне володіння понятійним апаратом, розуміння основних задач предмету, його мети та завдання. Майбутній фахівець повинен знати:

- передумови та джерела виникнення, основні етапи розвитку рекламної діяльності як феномену масової комунікації;
- головні шляхи й прийоми досягнення ефективності рекламної продукції різних типів;
- базові принципи рекламної діяльності, схеми побудови рекламних звернень ;
- специфіку застосування сучасних комунікативних технологій у рекламній діяльності;
- характеристику та особливості застосування рекламних стилів, підходів
- структуралізму у рекламному креативі;
- критерії доцільності втілення творчого задуму у рекламі, особливості розробки слогану;
- особливості рекламного дизайну, використання зображувальних засобів
- реклами;
- специфіку застосування сучасних підходів у візуальній рекламі, телерекламі, радіорекламі та Інтернеті;
- правові та етичні норми рекламної діяльності, чинні в Україні й у світі.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Рекламна діяльність в арт-менеджменті

- Тема 1. Типологізація засобів поширення реклами.
- Тема 2. Засоби масової інформації у рекламі.
- Тема 3. Особливості рекламного повідомлення арт-менеджменті.
- Тема 4. Ефективність використання кольору у рекламній діяльності.
- Тема 5. Специфіка рекламного процесу в арт-менеджменті.
- Тема 6. Сучасні рекламні стратегії арт-менеджменті.
- Тема 7. Особливості піар-технологій у арт-менеджменті.