



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ДИЗАЙН В РЕКЛАМІ»

Компонента освітньої програми – вибіркова (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача (-ів)	<i>І.М.Буднікевич., д.е.н., професор кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку</i> (https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/budnikevych-iryna-mykhailivna/) <i>В.А.Вардеванян, к.е.н., асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку</i> (https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/vardevanian-vardan-albertovych/)
Контактний тел.	+380.....
E-mail:	v.vardevanyan@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	
Консультації	вівторок та середа з 13.00 до 15.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Дизайн в рекламі» спрямована на формування у студентів набору базових знань і практичних навичок щодо створення графічного контенту та рекламних текстів для комерційних та некомерційних організацій.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

НАЗВА ТЕМ	
Тема 1	Історія рекламної графіки
Тема 2	Візуальні засоби реклами
Тема 3	Дизайн реклами: теорія та методика
Тема 4	Дизайн рекламних сюжетів
Тема 5	Дизайн рекламних текстів
Тема 6	Дизайн друкованої реклами
Тема 7	Дизайн зовнішньої реклами
Тема 9	Дизайн цифрового контенту
Тема 10	Дизайн фірмового стилю

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються інноваційні освітні технології: словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо); бізнес-кейси (індивідуальні або командні); ділові гри; проектні завдання

(індивідуальні та командні проекти); методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо); робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами; самостійна робота над індивідуальним завданням; робота в майстернях (дизайнерських програмах); тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів; реферативні та пошукові дослідження; підготовка проєктів для участі у студентських конкурсах та фестивалях з реклами.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль: презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями; захист бізнес-кейсів, результатів досліджень; аналітичні звіти, реферати; презентації результатів виконання завдань; презентація творчих завдань; командні результати ділових ігор; командні результати проєктних завдань; презентація власного підготовленого кейсу, які складені на основі реальних сценаріїв і стратегій розвитку компаній; участь виконаних проєктів в студентських конкурсах та фестивалях з реклами; підсумковий контроль – іспит з двох теоретичних питань та захистом виконаного проєктного завдання; публікації тез, доповідей, статей

Підсумковий контроль – залік.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- ✓ «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/jxpbs0zb/etychnyi-kodeks-chernivetsko-ho-natsionalnoho-universytetu.pdf> ;
- ✓ «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023plusdodatky-31102023.pdf> .

Детальна інформація щодо вивчення курсу «Дизайн в рекламі» висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни