



1. Код: ФП 1.20

2. Назва: Реклама, дизайн, брендінг

3. Тип: обов'язковий

4. Рівень вищої освіти: бакалаврський

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: четвертий рік навчання

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: сьомий

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 4

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Сарнавська Оксана В'ячеславівна, кандидат філософських наук, доцент.

9. Результати навчання: після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним:

Розуміти значення, розвиток та перспективи реклами, дизайну та брендінгу; їх практичне значення в культурі та прикладний характер.

Знати основні категорії реклами, розуміти як явище культури рекламу, дизайн та брендінг.

10. Форми організації занять: лекційні заняття, самостійна робота, практична підготовка.

11. Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни: етика, естетика, корпоративна культура та ділова етика, івент індустрія

12. Зміст курсу 1. Реклама як феномен культури. Історія виникнення та розвитку реклами. 2. Реклама як соціально-духовний, мистецький та маркетинговий феномен. Структура та функції реклами. 3. Реклама та рекламні комунікації. 4. Функції та види реклами. Правові та етичні принципи реклами в демократичному просторі культури. 5. Типи рекламної діяльності. Рекламні послуги. 6. Основні засоби реклами. Допоміжні засоби реклами. Засоби масової комунікації в рекламі. 7. Дизайн як феномен культури. 8. Культурологічне осмислення бренду та брендінгу. Види брендів та їх зміст. Особливості брендінгу та процесу управління брендом 9. Брендінг, основні етапи створення бренду. Брендбук. 10. Культура управління брендом.

13. Рекомендовані навчальні видання:

1. Білодід Ю. М. Основи дизайну : навч. посібн. / Ю. М. Білодід, О. П. Поліщук. – К. : Парапан, 2004. – 240 с.

2. Владимирська А. О. Реклама : навч. посібн. / А. О. Владимирська, П. О. Владимирський. – К. : Кондор, 2006. – 334 с.

3. Даниленко В. Я. Дизайн : підручник / В. Я. Даниленко. – Х. : ХДАДМ, 2003. – 320 с. 6. Дурняк Б. В. Розробка і дизайн рекламних видань : навч. посібн. / Б. В. Дурняк, А. Є. Батюк. – Львів : Українська акад. друкарства, 2006. – 315 с.

4. Прищенко С. В. Теорія та методологія дизайну : навч.метод. посібн. / С. В. Прищенко / За ред. проф. Є. А. Антоновича. – К. : Альтерпрес, 2010. – 208 с

14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:

20 год. лекцій, 20 год. семінарських занять, 80 год. самостійної роботи. Разом – 120год.

Методи: інтерактивні лекції, опрацювання першоджерел, практичні заняття, індивідуальні завдання, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

15. Форми та критерії оцінювання:

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль (40 балів): усний в середині семестру.

Поточний контроль (60 балів): опитування.

Підсумковий контроль: залік в кінці сьомого семестру.

Поточний контроль (100 балів): опитування.



Завідувач кафедри доктор філософських наук, професор, *Наконечна О.П.*

DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE

1. Code: FP 1.20

2. Title: Advertising, design, branding

3. Type: Required

4. Level of higher education: bachelor

5. Year of study, when the discipline is offered: the fourth year of study

6. Semester when studying the discipline: 7

7. Number of established ECTS credits: 4

8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position: Sarnavska Oksana Vyacheslavivna, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor.

9. Learning outcomes: after studying the discipline the student must be able to:

Understand the meaning, development and prospects of advertising, design and branding; their practical significance in culture and applied nature.

Know the main categories of advertising, understand advertising, design and branding as a cultural phenomenon.

10. Forms of organization of classes: lectures, independent work, practical training.

11. Disciplines preceding the study of the specified discipline: ethics, aesthetics, corporate culture and business ethics, event industry

12. Contents of the course

1. Advertising as a cultural phenomenon. The history of the emergence and development of advertising. 2. Advertising as a socio-spiritual, artistic and marketing phenomenon. The structure and functions of advertising. 3. Advertising and advertising communications. 4. Functions and types of advertising. Legal and ethical principles of advertising in the democratic space of culture. 5. Types of advertising activities. Advertising services. 6. Main means of advertising. Advertising aids. Means of mass communication in advertising. 7. Design as a cultural phenomenon. 8. Cultural understanding of brand and branding. Types of brands and their content. Features of branding and the process of brand management 9. Branding is the main stages of brand creation. Brandbook. 10. Brand management culture.

13. Recommended editions: (indicate up to 5 sources)

1. Bilodid Y. M. Basics of design: teaching. manual / Y. M. Bilodid, O. P. Polishchuk. - K.: Parapan, 2004. - 240 p.

2. Vladimirska A. O. Advertising: education. manual / A. O. Vladimirska, P. O Vladimirskyi. - K.: Condor, 2006. - 334 p.

3. V. Y. Danylenko. Design: a textbook / V. Y. Danylenko. - Kh.: KhDADM, 2003. - 320 p. 6.

Durnyak B. V. Development and design of advertising publications: teaching. manual / B.V. Durnyak, A.E. Batiuk. – Lviv: Ukrainian Acad. printing house, 2006. - 315 p.

4. Pryshchenko S. V. Design theory and methodology: teaching method. manual / S. V. Pryshchenko / Ed. Prof. E. A. Antonovych. - K.: Alterpress, 2010. - 208 p

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

20 hours of lectures, 20 hours of seminars, 80 hours of independent work. Total - 120 hours



Національний університет
та природокористування

15. Form and evaluation criteria:

The evaluation is carried out on a 100-point scale.

Final control (40 points): oral in the middle of the semester.

Current control (60 points): poll.

Final control: completion at the end of the semester.

Current control (100 points): poll.

16. Language of teaching: Ukrainian

Head of the department is Doctor of Philosophy, Professor, Nakonechna O.P.



Національний університет
водного господарства
та природокористування