

**Силабус навчальної дисципліни**

**«Візуальні комунікації»  
Освітньо-професійної програми «Журналістика»  
Галузь знань: 06 «Журналістика»  
Спеціальність: 061 «Журналістика»**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента із загальноуніверситетського переліку
<b>Курс</b>	3(третій)
<b>Семестр</b>	5 (п'ятий)
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години</b>	4 кредити / 120 годин
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	<b>Метою курсу</b> є освоєння теоретичних та практичних основ візуальних комунікацій, розвиток ключових компетенцій в області створення бренду, оволодіння навиками графічного дизайну; навчити приймати ефективні стратегічні та практичні рішення щодо створення та візуального оформлення бренду.
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	<b>Завдяки</b> вивченню навчальної дисципліни студенти можуть: <ul style="list-style-type: none"> <li>- отримати базові знання щодо сутності візуальних комунікацій, їх структури, значень та розуміння основних комунікативних процесів по створенню бренду;</li> <li>- зрозуміти сутність, форми та механізми формування візуальних комунікацій, як інтегральної категорії; орієнтуватися у соціологічних та комунікативних вимірах брендингу;</li> <li>- навчитись головним підходам та особливостям плануванню та моделюванню розробки бренду;</li> <li>- засвоїти навички графічного дизайну як по створенню так і по просуванню бренду.</li> </ul>
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	<b>У результаті вивчення дисципліни студент повинен знати:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуру, зміст, сутність та основні технології візуальних комунікацій;</li> <li>- зміст візуальної проблематики та її прояви у процесі створення та функціонування бренду;</li> <li>- розвиток брендів у просторі та часі, сучасні візуальні коди;</li> <li>- культурні та ментальні особливості бренду;</li> <li>- про роль та значення впливу візуальних кодів на аудиторію;</li> <li>- основні тенденції розвитку сучасного візуального оформлення.</li> </ul> <p><b>У результаті вивчення дисципліни студент повинен вміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналізувати візуал бренду та брендингу за допомогою категорій, понять, термінів соціології та комунікативісти-</li> </ul>

	<p>ки;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- застосовувати на практиці раціональні стратегії та тактики управління візуальною складовою бренду;</li> <li>- аналізувати візуалу бренду через призму формування лояльності та довіри;</li> <li>- аналізувати індивідуальність візуалу бренду, сегментування та позиціонування бренду;</li> <li>- планувати, організовувати та проводити різні комунікативні компанії по побудові бренду;</li> <li>- оцінювати якість візуального оформлення.</li> </ul>
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</b>	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</li> <li>- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</li> <li>- Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невідомістю умов.</li> <li>- Здатність використовувати базові категорії та новітні теорії, концепції, технології і методи у сфері реклами та піару з урахуванням їх основних форм, застосовувати теоретичні знання щодо функціонування та розвитку комунікаційних технологій.</li> <li>- Здатність створювати медіапродукт.</li> <li>- Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.</li> <li>- Здатність створювати тексти і документи, розробляти оптимальні за складом та функціональністю мультимедійні компоненти для використання у рекламі та PR.</li> </ul>
<b>Навчальна логістика</b>	<p><b>Зміст дисципліни:</b> Визначення візуальних комунікацій. Структура та різновиди візуального контенту бренду. Структура візуальної айдентики бренду. Формальні ознаки візуального контенту. Структура та матриця побудови модного бренду. Раціональні, асоціативні, емоційні та поведінкові складові в структурі бренду. Суть візуального контенту на різних логічних рівнях розгляду. Їх основні елементи, характеристики, різновиди та класифікації. Візуальне середовище як маркетингове поняття. Філософія нової етики візуального контенту.</p> <p><b>Види занять:</b> лекції, практичні заняття, самостійна робота</p> <p><b>Методи навчання:</b> бізнес-кейси, навчальні дискусії, ділові ігри, мозкова атака, підготовка проектів.</p> <p><b>Форми навчання:</b> денна</p>
<b>Пререквізити</b>	Загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти
<b>Пореквізити</b>	Знання з візуальних комунікацій можуть бути використані при написанні кваліфікаційної роботи
<b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b>	<p><b>Науково-технічна бібліотека НАУ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вілер А. Ідентичність бренду / А. Вілер. – К.: КМ: Букс,</li> </ol>

	<p>2020. – 336 с.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник / О.В.Курбан. – К.: Видавництво «Кондор», 2019. – 246 с.</li> <li>3. Куцан О.І. Концептуальні засади дослідження фешн-брендингу/ О.І. Куцан. – Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції / Факультет міжнародних відносин Національний авіаційний університет; за загальною редакцією Ю. О. Волошина – Київ: Національний авіаційний університет, 2020. – С. 107-119. Режим доступу: <a href="http://fmv.nau.edu.ua/wp-content/uploads/2020/06/3_том.pdf">http://fmv.nau.edu.ua/wp-content/uploads/2020/06/3_том.pdf</a></li> <li>4. Куцан О.І. Мотиваційні чинники споживачів брендів українських дизайнерів під час пандемії / О.І. Куцан. – Актуальні питання реклами і зв'язків з громадськістю: комунікативно-інноваційні підходи Частина 1: Матеріали всеукраїнської наукової конференції. К:НАУ, ФМВ, 2020. С. 55-62.</li> <li>5. Куцан О.І. Соціальні мережі та соціальні сервіси як ефективні канали просування брендів українських дизайнерів / Гуменюк Т., Лесь І., Невара Л. та інші – Modern international relations: current problems of theory and practice/ Faculty of International Relations of the National Aviation University; Lodz Wydawnitsto Naukowe Wyzszej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Lodzi, 2021. – 403 p.</li> <li>6. Роулз Д. Цифровий брендинг / Д. Роулз. – К.: Видавництво «Фабула», 2020. – 256 с.</li> <li>7. Тодорова О. Інновації в комунікаціях / О. Тодорова. – К.: Видавництво «Інтерконтиненталь-Україна», 2018. – 176 с.</li> <li>8. Томас М. Посібник зі стратегії для соціальних медіа / М. То. – К.: Видавництво «Фабула», 2020. – 278 с.</li> <li>9. Томпсон Д. Хітмейкери: наука популярності та змагання за увагу / Д. Томпсон. – К.: Видавництво «Фабула», 2018. – 256 с.</li> <li>10. Холод О.М. Комунікаційні технології / О.М. Холод. – К.: Видавництво «Центр навчальної літератури», 2019. – 211 с.</li> </ol>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	Аудиторний фонд Факультету лінгвістики та соціальних комунікацій (8 корпус), навчальна лабораторія кафедри реклами і зв'язків з громадськістю, яка оснащена сучасною комп'ютерною технікою та обладнанням для проведення лекційних і практичних занять
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Залік, письмово
<b>Кафедра</b>	Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю
<b>Факультет</b>	Лінгвістики та соціальних комунікацій
<b>Викладач(і)</b>	<p><b>КУЦАН ОЛЕНА ІВАНІВНА</b>  <b>Посада:</b> старший викладач кафедри реклами і зв'язків з громадськістю  <b>Науковий ступінь:</b>  <b>Вчене звання:</b></p>



Профайл викладача: [http://fmv.nau.edu.ua/structure/department\\_ua/k\\_rzg/професорсько-викладацький-склад/elenakutsan](http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_rzg/професорсько-викладацький-склад/elenakutsan)  
Тел.: 406-73-65  
E-mail [kutsanolena@nau.edu.ua](mailto:kutsanolena@nau.edu.ua)  
Робоче місце: 7.216

Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	<a href="https://classroom.google.com/u/1/c/NTU3NDQ2NTEwMzda">https://classroom.google.com/u/1/c/NTU3NDQ2NTEwMzda</a>

Розробник

Куцан О.І.