



## ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

Факультет	Дизайн середовища	Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Кафедра	Міжкультурної комунікації в креативних індустріях	Рік навчання	1
Галузь знань	02 Культура і мистецтво	Вид дисципліни	Обов'язкова
Спеціальність	022 Дизайн	Семестри	1

## СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ В ДИЗАЙНІ

1 семестр 2024-2025 н.р.

<b>Викладач</b>	Єрмакова Тетяна Сергіївна, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри міжкультурної комунікації в креативних індустріях
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:yermakova.tetiana@ksada.org">yermakova.tetiana@ksada.org</a>
<b>Заняття</b>	Онлайн заняття у Zoom та / або Google Meet
<b>Адреса</b>	ауд. 301, поверх 3, корпус 2, вул. Мистецтв 6
<b>Телефон</b>	(057)706-02-46 (кафедра)

**КОРОТКА АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ**

*Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни.*

**Метою** навчальної дисципліни є отримання студентами знань про зміст, структуру, форми та організацію комунікативного процесу, набуття навичок постановки та вирішення проблемних ситуацій, набуття навичок організації процесу спілкування та використання системи візуальних комунікацій; використання сучасних інструментів брендингу для вирішення практичних завдань у дизайнерській практиці, формування умінь та навичок інформаційно-аналітичної діяльності в галузі дизайн-проектування, розвиток системного мислення та сприяння професійному і творчому зростанню.

**Завдання** дисципліни полягають в поглибленні та розширенні знань, умінь і навичок спілкування; формування вмінь побудови правильної та ефективної комунікативної системи; вивченні принципів взаємодії візуальної комунікації та суспільства.

**КОМПЕТЕНТНОСТІ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ ДИСЦИПЛІНА:**

**ЗК 1** Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

**ЗК 2** Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми.

**ЗК 3** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

**ЗК 5** Здатність розробляти та керувати проектами.

**ЗК 6** Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

**СК 3** Здатність розуміти і використовувати причинно-наслідкові зв'язки у розвитку дизайну та сучасних видів мистецтв.

**СК 9** Здатність створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну (товари і послуги).

### **ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ**

**ПРН 1** Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах

**ПРН 3** Обирати певну модель поведінки при спілкуванні з представниками інших професійних груп різного рівня.

**ПРН 10** Критично опрацьовувати художньо-проектний доробок українських і зарубіжних фахівців, застосовувати сучасні методики та технології наукового аналізу для формування авторської концепції, пошуку українського національного стилю.

**ПРН 16** Формувати дизайн-маркетингову стратегію позиціонування та просування продуктів дизайну (товарів і послуг) на внутрішньому та глобальному ринках.

**ПРН 17** Управляти процесом вироблення продукту дизайну (товарів і послуг) на різних етапах брендингу та ребрендингу.

### **КОМУНІКАЦІЯ З ВИКЛАДАЧЕМ**

Комунікація із викладачем можлива у створеній із групою телеграм-чаті з цієї дисципліни. Можливим є надсилання листів електронною поштою, де: 1) в *темі* листа обов'язково має бути зазначена назва дисципліни (скорочено – СКД); 2) в полі тексту листа позначити, хто звертається – анонімні листи розглядатися не будуть; 3) файли підписувати таким чином: *прізвище та назва завдання. Розширення: текст – doc, docx, ілюстрації – jpeg, pdf.*

### **ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

Дисципліна не має обов'язкових передумов для вивчення.

### **НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ**

1. Бренд-менеджмент: теорія і практика / укл.: І.В. Струтинська. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. 204 с. Режим доступу: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno\\_metodychnyj\\_pidruchnyk.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidruchnyk.pdf)

2. Скляренко Н.В. Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2023. 484 с.

3. Стратегічні комунікації: [словник] / Т.В. Попова, В.А. Ліпкан / за заг. ред. В.А. Ліпкана. К.: ФОП О.С. Ліпкан, 2016. 416 с. Режим доступу: [http://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/2023/Popova\\_2016\\_416.pdf](http://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/2023/Popova_2016_416.pdf)

### **НЕОБХІДНЕ ОБЛАДНАННЯ**

Блокнот для конспекту, ручка, комп'ютер або планшет.

### **ОПИС ДИСЦИПЛІНИ**

Дисципліна вивчається протягом одного семестру 1-го курсу (5 кредитів ECTS, 150 навчальних годин, в тому числі 45 годин – аудиторні – лекційні (9 годин) й практичні (36 годин) заняття та 105 годин – самостійна робота).

### ФОРМАТ ДИСЦИПЛІНИ

Теми розкриваються шляхом лекційних та практичних занять. Семінарські та лабораторні заняття не передбачені. Самостійна робота здобувача спрямована на завершення практичних завдань та закріплення лекційних тем. Зміст самостійної роботи складає пошук додаткової інформації та її аналіз, підготовка усних доповідей за темами дисципліни, розробка творчих завдань. Дисципліною не передбачено виконання індивідуального навчально-дослідного завдання (ІНДЗ). Система оцінювання має накопичувальний характер, а саме отримання певного балу за кожну тему дисципліни.

### ФОРМАТ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

Формою контролю є залік.

### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Національна	Бали	ECTS	Диференціація А (внутрішня)		Національна	Бали	ECTS
відмінно	90–100	A	A+	98–100	задовільно	64–74	D
			A	95–97		60–63	E
			A-	90–94	незадовільно	35–59	FX
добре	82–89	B			незадовільно (повторне проходження)	0–34	F
	75–81	C					

### ПРАВИЛА ВИКЛАДАЧА

Під час занять необхідно вимкнути звук мобільних телефонів як студентам, так і викладачу. Оскільки заняття відбуваються в онлайн форматі, то у студента має бути увімкнена камера та вимкнено звук. При обговоренні питання або у разі відповіді вмикається мікрофон.

Онлайн-присутність студента на занятті повинна підтверджуватись включеним відео із зазначенням власного прізвища та імені.

### ПОЛІТИКА ВІДВІДУВАНOSTІ

Студент повинен виконувати графік навчального процесу та вимоги навчального плану. В обов'язковому порядку відвідувати всі практичні заняття (дистанційно), передбачені навчальним планом.

У разі неможливості відвідати заняття (дистанційно) проінформувати викладача або старосту групи. Якщо студент з поважних причин пропустив певну тему, він повинен самостійно опрацювати її орієнтуючись на силабус курсу. Для отримання відповідних балів виконати домашнє завдання і надіслати його на електронну пошту або у месенджері викладачу до початку наступного заняття.

У разі несвоєчасного представлення роботи без поважної причини, підтвердженої документально, загальна кількість балів за таку роботу не буде перевищувати мінімальну. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності).

### АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

Студенти зобов'язані дотримуватися правил академічної доброчесності (у своїх доповідях, виконанні письмових та творчих завдань тощо). Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Якщо під час рубіжного контролю помічено

списування, студент втрачає право отримати бали за тему. Якщо це відбулось в процесі заліку – студент отримує тільки ті бали, що були зараховані за попередні етапи контролю.

**Корисні посилання:** <https://законодавство.com/zakon-ukrajiny/stattya-akademichna-dobrochesnist-325783.html>

<https://saiup.org.ua/novyny/akademichna-dobrochesnist-shho-v-uchniv-ta-studentiv-na-dumtsi/>

Положення про академічну доброчесність у Харківській державній академії дизайну і мистецтв <https://ksada.org/doc/polojennya-honesty-2020.pdf>

## РОЗКЛАД КУРСУ

Тижні	Тема	Вид заняття	Зміст	Години	Рубіжний контроль	Деталі
<b>Модуль 1. Основний концепт комунікації</b>						
<i>Тема 1. Процес комунікації.</i>						
1	1	Лекція	Термін «комунікація». Поняття «комунікативної петлі». Вербальна та невербальна комунікація.	3	Заповнення таблиць за результатами лекції	
2	1	Лекція	Підходи до розвитку комунікації. Основні принципи комунікації.	3	Заповнення таблиць за результатами лекції	
3	1	Лекція	Концептуальні основи комунікативного процесу.	3	Заповнення таблиць за результатами лекції	
4	1	Практичне заняття	Комунікативний менеджмент.	3		
<i>Тема 2. Комунікація як система.</i>						
5-6	2	Практичне заняття	Побудова комунікативної системи в організації. Методи побудови та типові помилки.	6		Розбір шаблонів і проблемних ситуацій
7-8	2	Практичне заняття	Знак як основний елемент комунікації. Стилї комунікації.	6	Тест за модулем 1	Творче завдання № 1
<b>Модуль 2. Роль бренду в суспільстві.</b>						
<i>Тема 3. Суспільство і бренд.</i>						
9	3	Практичне заняття	Тригери та «ловушки» комунікативної системи. Контекст.	3	Розбір шаблонів і проблемних ситуацій	
10	3	Практичне заняття	Візуальні стимули комунікативної системи	3		Творче завдання № 2

11-12	3	Практичне заняття	Соціальні мережі та пошукові системи в комунікативному процесі. Комунікація через бренд.	6		Творче завдання № 3
13	3	Практичне заняття	Аспекти ідентичності бренду: бренд як товар, бренд як організація, бренд як «особистість», бренд як символ. Взаємозв'язок бренду і суспільства.	3		
14-15	3	Практичне заняття	Особливості створення сторітелінгу для бренда.	6	Створення історії для певного бренду або товару	
			<b>Залік</b>			

### СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Оцінюванню підлягають **завдання практичних занять**, модульні тести, завдання за відповідними темами. У результаті виставляється загальна оцінка з кожної звітної теми практичного заняття. При оцінюванні навчальної діяльності студентів надається перевага стандартизованим методам контролю: усне повідомлення на релевантну тематику, тестування, структуровані письмові роботи, метод стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності.

Максимальна оцінка за дисципліну складає 100 балів та нараховується під-час заліку.

Залік отримується шляхом накопичення балів за Модуль 1 і Модуль 2, своєчасно виконані завдання.

### РОЗПОДІЛ БАЛІВ

Модуль	Форма звітності	Бали
1	Заповнення таблиць за результатами лекції	0-10
	Розбір шаблонів і проблемних ситуацій	0-15
	Творче завдання №1	0-20
	Активна участь на практичних заняттях та своєчасно виконані завдання	0-5
	<b>Модуль 1</b>	<b>0-45/50</b>
2	Творче завдання № 2	0-15
	Творче завдання № 3	0-15
	Створення історії для певного бренду або товару	0-15
	Активна участь на практичних заняттях та своєчасно виконані завдання	0-5
	<b>Модуль 2</b>	<b>0-45/50</b>

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Оленіна О.Ю. Реклама як явище художньої культури: автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства: 17.00.01 / Харківська державна академія культури. Харків, 1998. 23 с.

2. Прищенко С.В., Антонович Є.А. Основи рекламного дизайну: підручник. 2-ге вид. Київ: Кондор, 2020. 400 с.
3. Сбітнева Н.Ф. Історія графічного дизайну: навчальний посібник. Харків: ХДАДМ, 2014. 224 с.
4. Симоненко С. Психологія візуального мислення: автореф. дис. ... д-ра психол. наук / Харк. нац. університет ім. В. Н. Каразіна. Харьков, 2005. 38 с.
5. Щегельська О. Брендинг на споживчих і промислових ринках. Режим доступу: <http://www.management.com.ua/marketing/mark002.html>

#### **Додаткова література**

1. Костюченк О., Михайлова Р. (2022). Стратегії кольору в сучасному бренд-дизайні. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 5 (2), 227–242. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.5.2.2022.266909>
2. Wheeler A. *Designing Brand Identity*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. 2014. 338 p.
3. White A. W. *The elements of logo design: design thinking, branding, making marks*. New York, NY: Allworth Press, an imprint of Skyhorse Publishing, Inc. 2017. 223 p.
4. Yongsheng Z. *Brand: vision design*. Hong Kong: Star Elegance. 2017. 311 p.