

Культурологічні аспекти сучасної реклами

Тип	ЗП-Ф
Код	К 32
Семестр	7
Загальна кількість кредитів / годин:	5 кредити / 150 год.
Форма контролю	іспит
Викладач	к. філол. н., доцент, доцент української філології і культури Антонюк О.В.
Необхідні обов'язкові попередні та супутні навчальні дисципліни:	«Теорія культури», «Історія культури», «Філософія», «Прикладна культурологія: практикум екскурсійної справи», «Культурологічні аспекти туристичної та екскурсійної справи»
Місце у структурно-логічній схемі:	Дисципліна викладається на четвертому році навчання у цьому семестрі
Форми навчання:	лекції, практичні заняття, самостійна робота
Критерії оцінювання:	поточний контроль – 60 балів підсумковий контроль (іспит) – 40 балів
Мова викладання:	українська

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Теоретичні засади вивчення реклами в ракурсі культурології. Історія виникнення і розвитку реклами як соціокультурного феномена. Витоки рекламної діяльності. Реклама як культурний феномен у працях вітчизняних та зарубіжних науковців. Міжнародні стандарти і законодавче забезпечення рекламної діяльності в Україні. Проторекламні процеси як історико-культурне підґрунтя розвитку професійної рекламної діяльності. Соціально-культурні чинники формування реклами (урбанізм, потреба в масовій інформації). Розвиток реклами в епоху середньовіччя (західноєвропейська культура). Головні напрями офіційного рекламування: комерційний, адміністративно-правовий, соціальний. Фольклорний різновид реклами. Розвиток реклами в ракурсі культури Нового часу. Нові види і жанри реклами (друкований аркуш, каталог, проспект і прейскурант, друкована афіша, газетна реклама та ін.). Розвиток реклами на території України з давніх часів до сьогодення. Розвиток реклами в XIX столітті (Західна Європа). Інноваційні рекламні процеси в англійській культурі (пересувна реклама, плакат). Реклама в ракурсі суспільства масового споживання. Реклама як

система віртуальних цінностей. Спрямованість реклами на «людину маси» (Х. Ортега-і-Гассет). Реклама як шоу. Алгоритм створення рекламного тексту. Жанрово-стилістичні особливості рекламних повідомлень. Реклама як результат сучасного міфотворення. Реклама й міф як феномени соціальної комунікації. Семіотичне трактування рекламного повідомлення (реклама як специфічний знак, що представляє сукупність «текстів» у системі комунікації). Реклама як гендерний контекст (гендерне тло), що містить комплекс уявлень про жіноче і жіночність, чоловіче і мужність. Чинники візуального сприйняття рекламних повідомлень. Особливості використання та сприйняття кольору і звуку в рекламних повідомленнях. Звук (музика) як потужний засіб впливу на свідомість і підсвідомість споживача. Крос-культурний аналіз рекламних повідомлень

Результати навчання, визначені в освітніх програмах:

ПРН-1. Продемонструвати знання і розуміння основних понять і термінів, сучасних концепцій, підходів, методів, що перебувають в основі професійної діяльності.

ПРН-2. Виявити знання історичних передумов формування, специфіки функціонування, а також видатних явищ української та зарубіжної культури.

ПРН-4. Продемонструвати знання і розуміння сучасних соціокультурних процесів; особливостей, видів, форм соціокультурної діяльності.

ПРН-5. Підтвердити навички застосування технологій і методів в організації й проведенні наукових досліджень.

ПРН-6. Відобразити глибокі знання з теоретичних і практичних аспектів організації соціокультурної діяльності.

ПРН-7. Розробляти і реалізовувати соціокультурні проекти й програми та сценарії культурно-дозвіллевих заходів; планувати організацію дозвілля людей різних вікових категорій.

ПРН-8. Продемонструвати навички реалізації культурно-мистецьких проектів.

ПРН-9. Довести знання та розуміння специфіки етнокультурних феноменів (зразків народної творчості, народних звичаїв, свят і обрядів тощо), а також здатність розробляти й реалізовувати етнокультурні проекти.

ПРН-11. Аналізувати соціально-культурну діяльність за визначеними критеріями, оцінювати і аргументувати проблеми та перспективи соціокультурної політики в Україні.

ПРН-12. Підтвердити навички технічного й художнього оформлення культурно-дозвіллевих заходів.

ПРН-13. Продемонструвати знання й розуміння концептуальних засад методологічних принципів управління колективом.

ПРН-14. Виявити вміння застосовувати комунікації та здійснювати контроль діяльності колективу та організації в цілому, аналізувати виробничі ситуації

та приймати рішення, раціонально використовувати наявні матеріали, трудові, фінансові та інформаційні ресурси.

ПРН-15. Засвідчити знання основ ділового спілкування, його принципів, видів і засобів, правил етики ділових відносин; причин виникнення, видів і наслідків конфліктів у процесі спілкування та способів і механізмів їх розв'язання.

ПРН-16. Продемонструвати вміння вибудовувати міжособистісні відносини в професійній сфері з урахуванням мети спілкування й індивідуально-психологічних якостей; демонструвати високу культуру поведінки; вміння вибирати правильну стратегію поведінки в конфліктній ситуації й ефективно розв'язувати конфлікти.

ПРН-17. Підтвердити вміння продуктивно працювати як індивідуально, так і в складі команди.

ПРН-18. Виявити розуміння основ безпечного здійснення професійної діяльності, а також здатність самостійного застосування професійних знань та умінь у виробничих умовах.

ПРН-19. Продемонструвати володіння методикою підготовки та організації різноманітних форм дозвілєвої діяльності з представниками різних вікових та соціальних категорій населення.