



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність **061 Журналістика**
Освітня програма «Журналістика»
Рік навчання 3, 4, семестр 6, 7
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 4
Мова викладання українська

Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в e-Learn

д.ф.н., професор Добродум Ольга Вікторівна
dobrodum.olga@gmail.com

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4776>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Програма курсу «Візуальні комунікації» є вибірковою дисципліною для бакалаврів четвертого року навчання спеціальності «Журналістика».

Мета курсу полягає в системному оволодінні студентами теоретичними та емпіричними основами методології візуальних досліджень для застосування їх в вивченні проблематики публічної сфери, роботи в громадських організаціях, з групами і спільнотами, ЗМІ, формуванні знань і навичок в області візуальних комунікацій, необхідних у професійній діяльності журналіста. Дисципліна ставить і вирішує завдання ознайомлення студентів зі специфікою візуальних комунікацій в виробничо-технічній сфері, формування навичок створення фото- та відеографічних візуальних об'єктів для публікації в ЗМІ.

Візуальні комунікації стають все більш істотною частиною нашого повсякденного життя, швидко зростаючим сегментом сучасних креативних професій. Візуальні образи красномовніші, переконливіші і емоційніші за тисячі слів, тому важливо не тільки вміти висловлювати свої думки за допомогою графіків, діаграм та ілюстрацій, а й вміти надати їм лиск, створити відчуття завершеності і безумовної якості. Навчальний курс стимулює розвиток таких особистих якостей студентів, як естетична інтуїція, увага до деталей, здатність до створення образу за словесним описом, вміння передбачати результат, абстрактність, асоціативність і гнучкість мислення, креативність, здатність до сприйняття просторового співвідношення предметів.

Завдання курсу:

- формувати у студентів комплекс знань з актуальних питань теорії і практики візуальної комунікації;
- розглянути основні моделі і види комунікації в культурі
- ознайомити студентів з основними особливостями візуальної комунікації в різних сферах суспільного життя
- сформулювати компетенції в області розробки нових методів аналізу структур візуального і процесів сприйняття
- предметні області візуальної комунікації
- вміти транслювати отримані знання в усній і письмовій формі
- оволодіти базовими знаннями і навичками аналізу візуальних комунікативних процесів
- вміти користуватися мовою візуальних образів
- набутти навички бачення смислів візуальних послань і вміти застосовувати практичні інструменти, необхідні для створення візуального твору
- опанувати засоби зі створення якісного графічного дизайну зі специфічними знаннями з комунікативістики, брендінгу та управління проектами.
- вивчати засоби візуальної комунікації (типографіка, ілюстрування, стилі та інтонації)

- дизайну тощо), фундаментальних принципів бізнесу та комунікації у сфері дизайну, рекламної комунікації (у контексті графічного дизайну), брендингу.
- вирішувати завдання та досягати цілі, що застосовуються при роботі з клієнтом, всередині робочих груп та при презентації проектів.
 - поглиблювати знання про типографіку, колористику, основи композиції та візуальну комунікацію.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні **знати**:

- основні напрямки в рамках сучасної теорії культури;
- володіти глибокими знаннями в галузі історії візуальної культури;
- добре орієнтуватися в проблематиці сучасних візуальних досліджень;
- предмет і завдання візуальних досліджень; основні етапи розвитку візуальних досліджень соціальних проблем;
- основні теоретико-методологічні напрямки та авторів ключових робіт по візуальним дослідженням;
- основні методи вивчення візуальної комунікації
- поняття і терміни, закономірності та проблеми, що характеризують основні тонкощі, що стосуються підготовки презентацій для великих екранів і взаємодії спікера зі слайдами під час презентації
- як зробити презентацію захоплюючим шоу і утримувати до нього інтерес аудиторії

вміти:

- проводити кваліфіковані міждисциплінарні дослідження в області візуальної культури;
- здійснювати критичний аналіз різноманітних стратегій візуальної репрезентації, використовуваних ЗМІ, рекламою, державними установами та різними соціальними і політичними групами;
- моніторити інформаційний простір та працювати в ЗМІ в якості редактора, аналітика, критика або рецензента;
- орієнтуватися в області сучасних технологій візуалізації, розуміти можливості і межі цих технологій.
- самостійно провести аналіз аудіовізуального матеріалу, співвідносити тенденції розвитку візуальних досліджень з соціокультурним контекстом розвитку науки, мистецтва і громадянського суспільства,
- оперувати основними теоретичними поняттями курсу, систематизувати факти і формулювати на цій основі аргументовані висновки, використовувати міждисциплінарний підхід до вивчення гуманітарних і соціально-економічних дисциплін;
- володіти навичками: роботи з аудіовізуальними джерелами, застосовувати понятійний апарат візуальних досліджень, ведення наукової дискусії, самостійної роботи з візуальною інформацією та науковою літературою по темі курсу, аналізу інформації з різних джерел, підготовки письмових робіт і творчих проектів, наукової дискусії.
- використовувати слайди для супроводження виступів як стандарт для сучасних презентацій та вміти висловлювати свої думки за допомогою графіків, діаграм та ілюстрацій
- обирати спосіб роботи з даними залежно від мети публікації, оцінювати журналістський матеріал з позиції його відповідності меті та запитам читацької аудиторії, розвинути концептуальне та образне мислення.
- створювати візуалізації, використовувати у своїй професійній діяльності весь комунікаційний потенціал графічного дизайну.
- генерувати, реалізовувати та ефектно презентувати ідеї і концепції засобами візуальної комунікації.
- комунікувати з клієнтом, замовником чи роботодавцем, а також з учасниками творчого колективу на тему візуальної реалізації проектів.
- використовувати психологічні особливості людського сприйняття для привернення та утримання уваги широкої аудиторії різними візуальними засобами та через різні комунікаційні канали.

- досягати бізнесові цілі засобами візуальної комунікації.

Набуття компетентностей:

Загальні компетентності (ЗК)

- ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
- ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.
- ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК07. Здатність працювати в команді.
- ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

Спеціальні (фахові, предметні) компетенції

- СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.
- СК02. Здатність формувати інформаційний контент.
- СК03. Здатність створювати медіапродукт.
- СК04. Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність.
- СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.
- СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.

Програмні результати навчання

- ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.
- ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.
- ПР03. Оцінювати свій чи чужій інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.
- ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
- ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.
- ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.
- ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.
- ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.
- ПР09. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.
- ПР10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.
- ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.
- ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.
- ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.
- ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.
- ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години	Результати навчання	Завдання	Оцінюва
------	--------	---------------------	----------	---------

	(лекції/лабораторні, практичні, семінарські)			ння
Семестр VIII (іспит)				
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Еволюція концепції взаємодії глядача з художнім образом				
Тема 1. Еволюція мистецтва в ХХ столітті: від перфомансу до флешмобу	2/2	Знати основні поняття, завдання, функції, різновиди, форми реклами; володіти інформацією про правове забезпечення рекламної діяльності	Тести	5
Тема 2. Digital-art і перспективи його застосування в комунікаціях	2/2	Знати структуру рекламної індустрії комунікувати з клієнтом, замовником чи роботодавцем, а також з учасниками творчого колективу на тему візуальної реалізації проектів	Практична робота	5
Тема 3. Реклама як мистецтво переконання	2/2	Знати основні принципи і прийоми побудови композиції реклами	Тести	10
Тема 4. Поняття візуальної комунікації	2/2	Знати специфіку телевізійної реклами та радіореклами		5
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.				
Еволюція візуальних засобів				
Тема 5. Різноманіття засобів візуальної комунікації	2/2	Знати сутність паблік рілейшнз, етичні кодекси міжнародної асоціації фахівців PR; вміти послуговуватися правилами ефективного спілкування	Практична робота	5
Тема 6. Візуальна комунікація в рекламі. Нові форми візуальної комунікації: технології доповненої і віртуальної реальності	2/2	Знати правила підготовки прес-релізів; вміти працювати з журналістами, організовувати прес-конференції, брифінги, прийоми.	Практична робота	5
Тема 7. Візуальна комунікація в сфері художнього	2/2	Розуміти сутність поняття «імідж», «іміджева стратегія»;	Практична робота	5

проектування.		вміти розробляти концепцію іміджу; володіти технологіями створення суспільного іміджу		
Тема 8. Форми візуального мистецтва в контексті постмодерністської парадигми	2/2	Вміти трактувати форми візуального мистецтва в контексті постмодерністської парадигми; досягати бізнесові цілі засобами візуальної комунікації	Практична робота	5
Всього за 1 семестр				70
Іспит				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	Списування під час контрольних модульних робіт та екзамену заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу.
<i>Політика щодо відвідування:</i>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в онлайн формі за погодженням із деканом факультету).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано