



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	В Культура, мистецтво та гуманітарні науки	Вид дисципліни	Обов'язкова
Спеціальність	B2 Дизайн	Семестри	1

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ В ДИЗАЙНІ

ОПП: Універсальний дизайн та відновлювальні артпрактики
(2025-2026 н.р.)

Викладач	Єрмакова Тетяна Сергіївна, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри міжкультурної комунікації в креативних індустріях
Заняття	Заняття відбуваються в онлайн форматі відповідно до розкладу
Адреса	ауд. 301, поверх 3, корпус 2, вул. Мистецтв 6
Телефон	(057)706-02-46 (кафедра)

1. Коротка анотація до курсу. Дисципліна «Стратегічні комунікації в дизайні» орієнтована на підготовку магістрів-дизайнерів до створення ефективних, інклюзивних і соціально відповідальних комунікаційних стратегій. Курс поєднує теоретичні засади стратегічних комунікацій з практикою універсального дизайну та елементами арттерапії, що дозволяє формувати візуальні продукти, здатні позитивно впливати на суспільство. Особливу увагу приділено аналізу ідентичності бренду, роботі з цільовими аудиторіями, застосуванню кольору, символів і форм для забезпечення інклюзивності, а також використанню знака як ключового елемента комунікації. Практичний блок зосереджений на розробці комунікаційних матеріалів для соціальних і культурних проєктів, їх адаптації до різних груп користувачів та оцінці ефективності комунікаційних кампаній. **Мета дисципліни** – сформувати у студентів систему знань і практичних навичок зі створення та реалізації стратегічних комунікацій у сфері дизайну з урахуванням принципів універсального дизайну, соціальної відповідальності та арттерапевтичних підходів.

2. Згідно вимог освітньо-професійної програми студенти мають засвоїти такі **загальні компетентності** в результаті опанування дисципліни:

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 проєктами.

ЗК 6 Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК 7 Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 8 Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

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 (за спеціалізаціями).

3. Політика курсу

1. Загальні положення

1.1. Участь у курсі відбувається в онлайн-форматі через Google Meet та Google Classroom.

1.2. Студент зобов'язаний приєднуватися до заняття вчасно (рекомендовано – за 5 хвилин до початку), аби перевірити справність обладнання та уникнути технічних затримок. Студент повинен мати ввімкнену камеру та мікрофон (за потреби), щоб підтвердити свою присутність і брати участь в навчальному занятті. Виключення можливі лише з дозволу викладача або у разі вимкнення світла в певних причин. Оскільки заняття проходять з використанням онлайн-платформи, студент має бути підписаний власним прізвищем та ім'ям, а не нікнеймом. У Google Classroom студент також зобов'язаний бути зареєстрованим під справжнім прізвищем та ім'ям. Якщо студент використовує нікнейм замість реальних даних, він вважається відсутнім як на заняттях, так і у групі загалом.

1.3. Вхід до заняття після його початку допускається лише у виняткових випадках; систематичні запізнення прирівнюються до часткової відсутності.

1.4. Студенти повинні дотримуватись академічної етики у віртуальному середовищі: повага до викладача та одногрупників, відсутність перебивань, некоректних висловлювань та небажаних шумів у мікрофоні.

2. Завантаження домашніх завдань

2.1. Усі завдання подаються виключно через Google Classroom.

2.2. Виконані роботи надсилаються у форматі, визначеному викладачем та (за певних умов) узгоджені із групою (docx, pdf, презентація тощо).

2.3. Роботи, надіслані через інші канали (месенджери), не приймаються до розгляду.

2.4. Термін завантаження завдань визначається в Google Classroom. Прострочені роботи оцінюються із зниженням балів або не зараховуються (за рішенням викладача).

3. Відвідування та участь у заняттях

3.1. Під час онлайн навчання викладач очікує активну участь студентів.

Регулярне невідвідування занять без поважних причин може стати підставою для недопуску до підсумкового контролю. Подальші дії регламентуються положенням «Про організацію освітнього процесу в Харківській державній академії дизайну і мистецтв» <https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2025/03/polozhennya-pro-organiz-osvit-procz.pdf>

У випадку оголошення повітряної тривоги або необхідності перебування в укритті студент має право негайно від'єднатися від онлайн-заняття для забезпечення особистої безпеки.

4. 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).

5. Формат дисципліни. Теми розкриваються шляхом лекційних та практичних занять. Самостійна робота спрямована на поглиблене вивчення модульних тем. Зміст самостійної роботи складає роботу над темами, виділеними для самостійного опрацювання.

6. Формат семестрового контролю. Формою контролю є залік. Присутність на заліку є обов'язковою. Завдання, які є у класрумі мають бути завантажені у визначений строк.

Вимоги на залік: виконання всіх завдань протягом семестру

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					

7. Правила викладача. Під час занять усі учасники, включно зі студентами та викладачем, мають вимкнути звук мобільних телефонів. Якщо студент планує тимчасово вийти з онлайн-заняття, він повинен попередити про це викладача (виняток становлять випадки небезпеки чи форс-мажорні обставини).

Заохочується активна участь у занятті, зокрема висловлення власної думки англійською мовою з розмовної теми та аргументоване відстоювання своєї позиції. Викладач створює умови для рівноправного висловлення думок усіх студентів. Камера під час онлайн-занять має бути увімкнена, як у викладача так і у студента, щоб підтримувати ефективну комунікацію.

Викладач дотримується структури заняття та часу, відведеного на кожний етап.

Викладач повідомляє студентів про зміни у розкладі або форматі проведення занять завчасно.

Студенти виконують завдання у визначені строки та дотримуються вимог академічної доброчесності.

Спілкування з викладачем можливе наприкінці заняття, у дні консультацій або через Google Classroom. Викладач відповідає на повідомлення у межах робочого часу, а студенти формують питання чітко та по суті.

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 завдання призначені викладачем і завантажити на онлайн платформу Classroom або надіслати їх на електронну пошту до початку наступного заняття.

У разі несвочасного представлення роботи без поважної причини, підтвердженої документально (наприклад, участь у конференції в іншому місті, лікарняний та ін.) 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 балів). Таким чином, студент не має права претендувати на високий бал.

9. Академічна доброчесність. Студенти зобов'язані дотримуватися правил академічної доброчесності (у своїх доповідях, тестах, при складанні заліків тощо). Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку виявлення фактів плагіату в роботах, студенту надається спроба виправити свою роботу. Але, у такому разі, студент отримує нижчий бал. Якщо у студента виявлено факти плагіату знову, то надалі викладач керується «Положенням про академічну доброчесність ХДАДМ» <https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2024/05/polojennya-honesty-2020.pdf>

РОЗКЛАД КУРСУ

Тиждень	Тема	Вид заняття	Зміст	Години	Рубіжний контроль	Деталі
Модуль 1. Основний концепт комунікації						
<i>Тема 1. Процес комунікації.</i>						
1	1	Лекція	Лекція 1. Вступ до стратегічних комунікацій у дизайні	3	Заповнення таблиць / схем за результатами лекції	
2	1	Лекція	Лекція 2. Візуальні комунікації та арттерапевтичні підходи	3		
3	1	Лекція	Лекція 3. Технології та інструменти стратегічних комунікацій	3		
<i>Тема 2. Комунікація як система.</i>						

4	2	Практичне заняття	Комунікативний менеджмент.	3		
5-6	2	Практичне заняття	Soft skills у комунікативному процесі	6		Розбір шаблонів і проблемних ситуацій
7-8	2	Практичне заняття	Розробка інклюзивних комунікаційних матеріалів: колір, символи, форми та знак як ключовий елемент комунікації.	6		Завдання № 1 Побудувати карту цільових аудиторій для обраного соціального чи культурного проєкту.
Модуль 2. Роль бренду в суспільстві.						
<i>Тема 3. Суспільство і бренд.</i>						
9-10	3	Практичне заняття	Робота з цифровими медіаплатформами	6		Завдання № 2 2.1. Аналіз бренду 2.2. Бренд як «особистість» 2.3. Бренд і суспільство 2.4. Комунікація через бренд
11-12-13	3	Практичне заняття	Аспекти ідентичності бренду.	9		Завдання №3 Скласти матрицю ідентичності бренду для обраного проєкту
14-15	3	Практичне заняття	Сторітелінг	6		Завдання №4 Створення історії для певного бренду або товару

Система оцінювання та вимоги. Оцінюванню підлягають завдання практичних занять та проміжні завдання. Максимальна оцінка за дисципліну складає 90 балів та нараховується під-час заліку. Залік отримується шляхом накопичення балів за Модуль 1 і Модуль 2, своєчасно виконані завдання. Додатковим балом (10 балів) може бути написання тезисів та/або участь у конференції, конкурсі тощо. Обов'язковим є наявність відповідних підтверджувальних документів.

РОЗПОДІЛ БАЛІВ

Модуль	Форма звітності	Бали
1	Заповнення таблиць / схем за результатами лекції	0-15
	Розбір шаблонів і проблемних ситуацій	0-10

	Завдання №1	0-20
	Модуль 1	0-45
2	Завдання № 2 (4 складові)	0-20
	Завдання № 3	0-15
	Завдання № 4	0-10
	Модуль 2	0-45
	Додатковий бал	0-10

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Єрмакова Т.С. Стратегічні комунікації в дизайні. Методичні рекомендації для студентів освітньо-професійної програми «Арт-терапія та комунікативні практики» ступеня вищої освіти «Магістр». Харків: ХДАДМ, 2024. 20 с.

2. Єрмакова Т.С. Синергія засобів дизайну і педагогіки в організації ресурсної кімнати. *Інклюзивне освітнє середовище: проблеми, перспективи та кращі практики*: тези доповідей XXIV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 26—28 листопада 2024 р.), у 3-х частинах. Ч. 1. – К.: Університет «Україна», 2024. С. 148-151.

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

4. Прищенко С.В., Антонович Є.А. Основи рекламного дизайну: підручник. 2-ге вид. Київ: Кондор, 2020. 400 с.

5. Сбітнєва Н.Ф. Історія графічного дизайну: навчальний посібник. Харків: ХДАДМ, 2014. 224 с.

6. Симоненко С. Психологія візуального мислення: автореф. дис. ... д-ра психол. наук / Харк. нац. університет ім. В. Н. Каразіна. Харьков, 2005. 38 с.

7. Щегельська О. Брендинг на споживчих і промислових ринках. Режим доступу: <http://www.management.com.ua/marketing/mark002.html>