

ЕСТЕТИКА ТОВАРІВ І ДИЗАЙН

1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

Мета навчальної дисципліни: сформуванню у здобувачів вищої освіти цілісну систему знань про специфіку естетичного сприйняття предметного середовища, що дасть змогу вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності.

Завдання навчальної дисципліни ознайомити здобувачів вищої освіти із:

- методологічною основою естетики та дизайну;
- висвітлити характерні риси художніх стилів світової культури (історичні та сучасні аспекти); пояснити значення моди у естетичному сприйнятті дійсності; виокремити цілі та проблеми ергономіки;
- сформуванню загальні поняття композиції; розкрити основні принципи розробки дизайну товарів;
- висвітлити підходи до створення дизайну упаковки як інструменту маркетингу;
- охарактеризувати основні правила естетичної оцінки товарів.

Предмет дисципліни – фактори, що впливають на формування та оцінку естетичних властивостей товарів.

2. Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Фахові компетентності:

СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розріз.

Очікувані результати навчання:

Р 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

Р 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

Р 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

При цьому здобувачі вищої освіти повинні:

знати:

- особливості основних категорій естетики та дизайну;
- терміни, визначення, поняття, які характеризують естетичні властивості товарів та їх дизайн;
- особливості становлення сучасних та історичних художніх стилів;
- порядок розробки дизайну товарів;
- систему показників, що використовуються для характеристики естетичних властивостей товарів.

вміти:

- визначати стильову належність товарів;
- оцінювати відповідність зразків товарів сучасним модним тенденціям;
- проводити естетичну оцінку товарів;
- здійснювати ергономічний аналіз непродовольчих товарів;
- прогнозувати попит на продукцію за результатами оцінки її естетичних властивостей.

3. Тематичний план дисципліни.

Тема 1. Методологічна основа естетики товарів та дизайну.
Тема 2. Характерні риси художніх стилів світової культури.
Тема 3. Особливості становлення сучасних стилів.
Тема 4. Значення моди у естетичному сприйнятті дійсності.
Тема 5. Сутність, цілі та проблеми ергономіки.
Тема 6. Загальні поняття композиції.
Тема 7. Сутність, стадії та принципи розробки дизайну товарів.
Тема 8. Дизайн упаковки як інструмент маркетингу.
Тема 9. Особливості та правила естетичної оцінки товарів.
Індивідуальне науково-дослідне завдання – «Естетична оцінка непродовольчого товару».

4. Дисципліна викладається кафедрою менеджменту.

5. Викладацький склад: Машта Н.О., к.т.н., доцент кафедри менеджменту.

6. Основна література:

1. Черняк Л. В., Яценко Ю. М. Естетика товарів та дизайн: навч. посіб. для студентів вищих навч. закладів. Київ: КНТЕУ, 2006.

2. Волошко Н. И. Эстетика и дизайн товаров: учеб. - - практ. пособ. Москва: Издательско-торговая компания «Дашков и Ко», 2008. URL: http://htbiblio.yolasite.com/resources/Voloshko_estetykadyzayn_tovariv.pdf.