

Галина Брюханова

кандидат педагогічних наук, доцент
кафедра журналістики та реклами
(Державний торговельно-економічний університет)

Галина Алданькова

кандидат економічних наук, доцент
кафедра журналістики та реклами
(Державний торговельно-економічний університет)

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИКЛАДАННІ МИСТЕЦЬКИХ ДИСЦИПЛІН

Основним трендом сучасної цифрової мистецької освіти є прагнення до втілення різноманітних інноваційних технологій та новітніх комп'ютерних програм у навчальний процес. Безперервний розвиток технологій пропонує різні форми і методи навчання і викладання, розширює педагогічні технології та удосконалює методики викладання дисциплін, які актуальні для підготовки майбутніх рекламістів. Необхідно зазначити що мистецькі дисципліни можуть застосовувати найрізноманітніші інструменти і методи роботи з дизайнерськими програмами, тож комп'ютерні технології можуть бути застосовані досить ефективно тому що будь-яка візуальна інформація може бути опрацьована і змінена у відповідності до задуму.

З метою підготовки фахівців рекламної галузі було розроблено і впроваджено в навчальний процес низку дисциплін, серед яких: «Комп'ютерна графіка в рекламі», «Дизайн у рекламі», «Макетування у рекламі» та ін. Навчальний план та програми дисциплін складені таким чином що студенти на протязі навчання отримують повний спектр знань і навичок необхідних для подальшої роботи у дизайнерських програмах пакету Adobe та графічного редактора векторної графіки Corel Draw.

При вивченні дисциплін використовується індуктивний метод. Викладач надає студентам досить велику кількість теоретичного і практичного матеріалу, який студенти повинні засвоїти і опрацювати. В процесі роботи над матеріалом майбутні рекламісти привчаються до самостійної роботи та накопичують необхідні навички для подальшого навчання. Такий підхід породжує впевненість у своїх силах та зацікавленість у практичному застосуванні отриманих навичок. Відповідно студенти набувають прагнення до самореалізації, інтерес до втілення власних проєктів. Головне – це формування внутрішньої мотивації до навчання за допомогою закріплення набутих теоретичних знань та практичних навичок у володінні комп'ютерними дисциплінами для створення графіки за допомогою постійного повторення і відпрацювання.

Таким чином стають очевидними переваги такого підходу:

- пошук інформації і прикладів виконаних робіт;
- повторення вивченого матеріалу за допомогою постійно виконання практичних завдань;

- контроль з боку викладача засвоєння матеріалу;
- самоконтроль студента при виконанні практичних завдань.

Дисципліни «Комп'ютерна графіка в рекламі», «Дизайн в рекламі» та «Макетування в рекламі» мають в своєму складі курс лекцій, що допомагають систематизації знань, необхідних майбутнім рекламістам, таких як: основи композиції, знайомство із стилями, нові тенденції у рекламі тощо. Це допомагає пом'якшити суперечності між переваженістю інформацією та сучасними вимогами підготовки майбутнього фахівця з реклами, дає розуміння щодо застосування набутих знань на практиці. Лекції проводяться з використанням мультимедійних технологій що допомагає уникнути тих недоліків, що присутні при викладанні матеріалу традиційними методами, таких як брак наочності, відсутність прикладів, інтерактивність, недостатня інформативність.

Таким чином, у процесі навчання майбутніх фахівців ринку маркетингових комунікацій ми маємо шукати нові шляхи для вдосконалення якості і засвоєння лекційного матеріалу, підвищення рівня його розуміння. Необхідно застосовувати на лекціях і на практичних заняттях різні інформаційні ресурси, аудіо і відео матеріали, рекламні ролики тощо. Варто застосовувати у практичних заняттях вправи, ділові ігри, кейси із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій, домагатися зворотного зв'язку що покращить засвоєння матеріалу та динаміку навчання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Nicolescu, B. (2018). The Transdisciplinary Evolution of the University Condition for Sustainable Development. In: Fam D., Neuhauser L., Gibbs P. (eds) Transdisciplinary Theory, Practice and Education. Springer, Cham. 73-81. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-319-93743-4_6 (дата звернення: 16.01.2022).
2. Бордюк О.М. Науково-методичні засади впровадження курсу «Інформаційно-комунікаційні технології в мистецькій освіті»/ Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми // Зб. наук. пр. – Випуск 44 / редкол. – Київ-Вінниця: ТОВ фірма «Планер», 2016. с. 226-231.
3. Левчук О.В., Гусак А.П., Бублик К.С. Технологія моніторингу професійно-особистісного саморозвитку майбутніх фахівців сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми: збірник наукових праць. Вінниця: ТОВ «Друк плюс», 2022. Вип. 64. с.193-206.
4. Лисак Г.О. Педагогічні основи контролю і оцінювання професійної підготовленості з гуманітарних дисциплін студентів університетів : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. – Хмельницький, 2010. 20 с.