Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій



“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Директор Навчально-наукового інституту соціології та медіакомунікацій

МУРАДЯН Олена Сергіївна

“__31____”__серпня_____2026_ р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Візуальні комунікації
(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
галузь знань	С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»
спеціальність	С5 Соціологія
освітня програма	«Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю»
спеціалізація	-
вид дисципліни	обов’язкова
факультет	Навчально-науковий інститут соціології та медіакомунікацій

2026/2027 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою ННІ соціології та медіакомунікацій

“26” серпня 2026 року, протокол № 6

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:
Калашнікова Аліна Олександрівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій

Протокол від “26” серпня 2026 року № 1

Завідувач кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій

_____ Ірина СОЛДАТЕНКО
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю»

Гарант освітньої програми _____ Ірина СОЛДАТЕНКО
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією ННІ соціології та медіакомунікацій

Протокол від “26” серпня 2026 року № 1

Голова науково-методичної комісії ННІ соціології та медіакомунікацій

Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Візуальні комунікації» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки студентів
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності С5 Соціологія

1. Опис навчальної дисципліни

1.1.Мета викладання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни є формування системного уявлення про закономірності комунікації, здійснюваної за допомогою візуальних медіа

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- ознайомити студентів із історією появи візуальних медіа, еволюцією способів бачення та своєрідністю візуального сприйняття та медіакомунікації на різних етапах суспільного розвитку;
- навчити оперувати закономірностями сприйняття візуальної інформації самої по собі та в комбінації з іншими видами;
- створити уявлення про контекстуальність візуальної медіакомунікації та навчити оперувати нею;
- сформувати навички естетично привабливого, композиційно правильного, безпечного оформлення повідомлень у візуальних медіа.

1.3. Кількість кредитів – 3

1.4. Загальна кількість годин – 90

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов'язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2-й	2-й
Семестр	
4-й	4-й
Лекції	
16 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	
32 год.	6 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	
42 год.	76 год.
у тому числі індивідуальні завдання	
0 год	0 год

** у разі формування малочисельних груп обсяг аудиторного навчального навантаження, відведеного на вивчення навчальної дисципліни, зменшується відповідно до Положення про планування й звітування науково-педагогічних працівників Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.*

1.6. Перелік компетентностей, що формує дана дисципліна

Інтегральна компетентність: Здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері соціології, що передбачають застосування основних соціологічних теорій і методів та характеризуються комплексністю та невизначеністю умов; вирішувати професійні завдання в сферах реклами та зв'язків з громадськістю.

Загальні компетентності:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК05. Володіння основними методами, способами і засобами одержання, зберігання, переробки інформації, мати навички роботи з комп'ютером.

ЗК08. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК11. Здатність реалізувати свої права і обов’язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК12. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій.

Компетентності, визначені університетом:

ЗК 14. Дослідницька компетентність випускника університету як результат науковості змісту й технологій підготовки здобувача вищої освіти, націленості його на пошукову/дослідну діяльність.

Фахові компетентності:

ФК07. Здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців і нефахівців.

Компетентності, визначені університетом:

ФК14. Здатність організувати підготовку до випуску, виробництва і розповсюдження рекламної продукції, включаючи текстові та графічні, робочі та презентаційні матеріали в рамках традиційних і сучасних засобів створення рекламних та PR повідомлень.

ФК16. Цифрова компетентність, що передбачає володіння засобами її впровадження та ефективне використання цілого комплексу базових інформаційних технологій у професійній діяльності при організації власної роботи та прийнятті управлінських рішень тощо.

1.7. Перелік результатів навчання, що формує дана дисципліна

РН01. Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.

РН11. Презентувати результати власних досліджень для фахівців і нефахівців.

1.8. Пререквізити: вказати перелік дисциплін, що передують вивченню даної дисципліни

Світова культура у просторі та часі

Практикум з компєютерних технологій

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Загальні закономірності візуальних медіа

Тема 1. Поняття візуальної комунікації

Адресант і адресат візуальної комунікації. Людина як оптична істота. «Красиво» та «приємно». Комунікаційна функціональність естетики: критичність, аттракція і довіра.

Дизайн як вид діяльності. Візуальний дизайн та дизайн повідомлень. Зв'язок дизайну із декоративно-прикладним мистецтвом. Ергономіка як основа дизайну. Форма та функція. Функції журналістського повідомлення.

Аудиторії масової комунікації. Сегментація та портретування як передумови успішної

комунікації. Семіотика й семіологія соціальної комунікації. Символ та асоціативне сприйняття. Особливості культурних кодів в масовій комунікації. Поняття культурної компетентності.

Тема 2. Естетики і джерела новацій у візуальній комунікації

Масова комунікація і візуальні медіа. Візуальні медіа у розвитку людства: вигляд, рисунок, текст. Технології і комунікативні зрушення у візуальних медіа.

Джерела естетичних потреб. Античні вчення про прекрасне і масова естетика візуального. Світові стилі як джерело естетик: романіка, готика, ренесанс, бароко, рококо, класицизм, модерн. Соціальна опосередкованість світобачення. Оптики й естетики.

Еклектизм, імпресіонізм, символізм, експресіонізм, абстракціонізм. Постмодерн: постмодернізм і плюральність естетик. Оптика сучасна і несучасна. Засоби опосередкування сприйняття користувача інтернету. Синтетичність інтернету. Естетичність повідомлення в інтернеті.

Стилі та смисли. Стилізація як спосіб продукування смислу. Контекстне сприйняття. Характерні образи епох. «Візуальна культура» чи «культура візуального». Візуальні повідомлення і візуальні медіа.

Тема 3. Загальні принципи конструювання візуального повідомлення

Простір на площині. Геометрія візуального сприйняття. Гармонія і композиція. Симетрія, асиметрія, ритмічні й метричні закономірності. Теорії перспективи: лінійна пряма та зворотна, перцептивна.

Композиція: цілісність, баланс, підпорядкованість. Гештальт-психологія та впорядкування візуального контенту. Використання принципів функціонування психіки користувача у дизайні: поява, втілення, реорганізація, інваріантність. Форми, фігури та їх поєднання. Активність користувача, можливості її розширення. Психологічна та соціологічна значущість діяльності для актора.

Основні засоби передачі простору: точка, лінія, пляма. Виразність й особливості сприйняття у точковій та лінійній графіці. Фотографія. Засоби управління виразністю фотографічного зображення (кадрування, різкість, розмитість, витримка). Впізнавані образи на фото.

Тема 4. Колір у візуальних медіа

Поняття кольору. Дослідження кольору у мистецтві та психології. Оптичний зміст кольору. Кольорова пляма. Поняття колориту. Фоновий колір. Виміри кольору: тон, яскравість, насиченість. Кольорове коло. Системи кольору та особливості їх застосування. Світло й тінь.

Методи кольорознавства у конструюванні повідомлення: забезпечення гармонії (нюанс, об’єм, рівновага), акцентування окремих елементів (контрасти), поняття колориту. Кольорові фільтри. Теплі та холодні кольори.

Психологія сприйняття кольорів. Семантика кольору. Кольори та культури. Кольори та смисли. Мода на колір.

Розділ 2. Особливості форматів візуальних медіа

Тема 5. Особливості оформлення тексту в медіа

Рукописні шрифти. Становлення друкованих шрифтів. Сучасні родини шрифтів.

Шрифт і простір. Мінускул, маюскул. Кегль, акциденції, порожнини, курсивне накреслення, засічки, співвідношення вимірів шрифта. Способи виділення окремих елементів (велика буква, абзац, пробіли, підкреслення, закреслення). Тон повідомлення та його художнє підкреслення.

Символічні шрифти. Графічні об’єкти в тексті – буквиці, рамки, віньєтки. Ілюстрації в тексті. Організація сторінки. Системи побудови сторінки залежно від формату.

Організація тексту та його представлення в інтернеті. Засоби забезпечення

відвідування сайту: ключові слова, адресність, наочність і простота. Вибір шрифтів. Шрифт і семантичні тріґґери. Візуальні об’єкти в тексті. Перевірка шрифтового дизайну на якість.

Тема 6. Комунікація за допомогою відео. Фільм та мультфільм

Особливості впливу синтетичних медіа на глядача.

Види відеоматеріалу. Репортаж, інтерв’ю, новини, ток-шоу, телереклама, відеозвернення, фільм.

Конструювання структури наративу. Пошук персонажів.

Методи композиційної побудови відео. Кадрування. Фільмування та монтаж. Відеоефекти, переходи, заставки, титри, використання фільтрів, макрозйомка та фрагментування.

Мультфільми та їхня аудиторія. Особливості сприйняття. Мультфільми та соціалізація. Стереотипи кінематографу та їх значущість для медіакомунікатора.

Тема 7. Простір і середовище як візуальне медіа

Ергономіка просторового сприйняття. Виставка, презентація, прес-конференція. Просторові відношення та їхній зміст: влада, статус, вплив. Трансляція повідомлень просторовим каналом. Публічний, приватний, інтимний простір.

Презентація як особлива форма комунікації. Логіка та структура презентації. Основні інструменти створення презентацій. Клієнтоорієнтованість. Графіки та діаграми у презентації. Підготовка до виступу. Ключові параметри успішної презентації.

Основні простори презентації: виставка досягнень, виставка-ярмарок, нетематична торгова площа, аутдор-розміщення. Поняття затишку та просторової аттрактивності. Оформлення виставкового стенду.

Тема 8. Упаковка і роздаткові матеріали як візуальні медіа

Матеріальна складова рекламного та PR-повідомлення. Точка зору та її значення для вибору матеріалу. Матеріал, статус, враження.

Упаковка як поєднання тактильного та візуального. Забезпечення лояльності споживача через присутність у його повсякденності. Види пакувань. Функціональність, інформативність, привабливість. Айдентика і упаковка. Методи і прийоми конструювання ефективної упаковки. Поняття поверхні, розгортки, ефективного використання площі. Основні та додаткові елементи інформації на упаковці.

Візитка, буклет, портфоліо, каталог. Особливості верстання та друку. Матеріальність медіа в цифрову епоху.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	С.р.		л	п	лаб.	інд.	С.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Загальні закономірності візуальних медіа												
Тема 1. Поняття візуальної комунікації	13	2	4	0	0	5	14,5	1	0,5	0	0	9
Тема 2. Естетики і джерела новацій у візуальній комунікації	13	2	4	0	0	5	14,5	1	0,5	0	0	9

Тема 3. Загальні принципи конструювання візуального повідомлення	14	2	4	0	0	6	15	1	1	0	0	10
Тема 4. Колір у візуальних медіа	13	2	4	0	0	5	16	1	1	0	0	10
Разом за Розділом 1	53	8	16	0	0	21	45	4	3	0	0	38
Розділ 2. Особливості форматів візуальних медіа												
Тема 5. Особливості оформлення тексту в медіа	11	2	4	0	0	5	15	1	1	0	0	9
Тема 6. Комунікація за допомогою відеоматеріалів. Фільм та мультфільм	11	2	4	0	0	5	15,5	1	0,5	0	0	10
Тема 7. Простір і середовище як візуальні медіа	11	2	4	0	0	5	14,5	1	0,5	0	0	9
Тема 8. Упаковка і роздаткові матеріали як візуальні медіа	12	2	4	0	0	6	15	1	1	0	0	10
Разом за Розділом 2	45	8	16	0	0	21	45	4	3	0	0	38
Усього годин	**90**	**16**	**32**	**0**	**0**	**42**	**90**	**8**	**6**	**0**	**0**	**76**

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
1	Тема 1. Поняття візуальної комунікації	4	0,5
2	Тема 2. Естетики і джерела новацій у візуальній комунікації	4	0,5
3	Тема 3 Загальні принципи конструювання візуального повідомлення	4	1
4	Тема 4 Колір у візуальних медіа	4	1
5	Тема 5 Особливості оформлення тексту в медіа	4	1
6	Тема 6 Комунікація за допомогою відеоматеріалів. Фільм та мультфільм	4	0,5
7	Тема 7. Простір і середовище як візуальні медіа	4	0,5
8	Тема 8. Упаковка і роздаткові матеріали як візуальні медіа	4	1
	Всього	**32**	**6**

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
1	Підготовка практичних і творчих завдань, у тому числі усних відповідей	30	64
2	Підготовка до залікового тесту	12	12
	Разом	42	76

6. Індивідуальні завдання

Індивідуальні завдання не передбачені навчальним планом.

7. Методи навчання

Позааудиторні - читання, перегляд інтернет-джерел, перегляд записів, виконання тестових завдань.

Аудиторні - лекції-дискусії, семінарські дискусії, практичні заняття (рисунок, зйомка, розробка концепту, тощо), контрольна робота.

Курс адаптований для проведення як в очному, так і в дистанційному або змішаному форматі. Усіх студентів на початку курсу запрошують до Moodle-класу з дисципліни, де вони отримують усі необхідні матеріали і посилання.

Перед лекційним заняттям студенти мають переглянути відеозапис лекції, а на самому занятті мають змогу поставити питання викладачеві, висловити коментарі та думки стосовно переглянутого (таке заняття може проводитися як офлайн, так і онлайн за допомогою конференц-сервісів ZOOM чи Google Meet).

Семінарські (практичні) заняття за курсом передбачають завдання, які можливо виконувати як в аудиторії, так і вдома з консультацією викладача. Студентам також пропонується обрати зручну форму виконання завдань за курсом: вони можуть робити практичні/творчі завдання або виконувати практичні тести на застосування матеріалу курсу. Більшість творчих завдань потребують для виконання наявності олівця, маркера і паперу або будь-якого мобільного графічного редактора. Результат творчої роботи у будь-якому разі прикріплюється до завдання в Moodle-класі, там само відбувається й оцінювання. Тестові завдання виконуються в Moodle-класі. Бали за тестові і творчі завдання в рамках однієї теми не сумуються.

8. Методи контролю

Контроль знань з навчальної дисципліни визначає відповідність рівня знань, вмінь і навичок студентів вимогам нормативних документів. Програмою навчальної дисципліни передбачені різні види практичних і творчих завдань, а також контрольна робота.

Поточний контроль − виконання практичних і творчих завдань за участі викладача або самостійно, виконання тестових завдань самостійно; на семінарських заняттях оцінюється якість виконаних завдань й активності студентів. Контрольна робота дозволяє оцінити аналітичні і практичні навички студентів за якістю виконання завдань на застосування.

Підсумковим контролем знань є залік (у формі тестових завдань). Тест виконується онлайн (за допомогою Moodle). Використання Moodle можливе і під час аудиторного виконання залікового тесту.

9. Схема нарахування балів

<table>
<tr><td colspan="9">Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання</td><td>Залік</td><td>Сума</td></tr>
<tr><td colspan="4">Розділ 1</td><td rowspan="2">Контрольна робота, передбачена навчальним планом</td><td colspan="4">Розділ 2</td><td rowspan="3">40</td><td rowspan="3">100</td></tr>
<tr><td>Т1</td><td>Т2</td><td>Т3</td><td>Т4</td><td>Т5</td><td>Т6</td><td>Т7</td><td>Т8</td></tr>
<tr><td>3</td><td>5</td><td>12</td><td>4</td><td>12</td><td>10</td><td>6</td><td>4</td><td>4</td></tr>
</table>

Т1, Т2 ... – теми розділів.

Для допуску до складання підсумкового контролю (залікового завдання) здобувач вищої освіти повинен набрати не менше 10 балів з навчальної дисципліни під час поточного контролю, самостійної роботи, індивідуального завдання.

Студентам пропонується обрати зручну форму виконання завдань за кожною темою в рамках курсу: вони можуть робити практичні/творчі завдання або виконувати практичні тести на застосування матеріалу. Більшість творчих завдань потребують для виконання наявності олівця, маркера і паперу або будь-якого мобільного графічного редактора. Результат творчої роботи у будь-якому разі прикріплюється до завдання в Moodle , там само відбувається й оцінювання. Тестові завдання виконуються в Moodle. Бали за тестові і творчі завдання в рамках однієї теми не сумуються.

За активність і оригінальні відповіді можна отримати додатково до 8 бонусних балів. Бонусні бали додаються до суми набраних балів у тому випадку, якщо за іншими формами роботи студент не набрав 100, і зараховуються у кількості, якої не вистачає до 100, або у повному обсязі, якщо сума менша за 100.

Критерії оцінювання практичних і творчих завдань

Під час вивчення навчальної дисципліни використання технологій штучного інтелекту (ШІ) здійснюється відповідно до Політики використання технологій штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

У межах дисципліни застосовується модель використання ШІ «ШІ заборонено», тобто використання технологій штучного інтелекту не допускається під час виконання контрольних заходів, спрямованих на перевірку індивідуальних знань і сформованості компетентностей здобувача освіти, зокрема: усного опитування, модульних контрольних робіт, заліку, якщо інше не визначено викладачем, інших видів оцінювання, для яких викладачем встановлено обмеження щодо використання ШІ.

Через творчий характер завдань, критерії уточнюються окремо у кожному з них у відповідності до характеру роботи, але загальний принцип оцінювання за кожним параметром наступний:

Характеристика роботи	**Кількість балів**
Студент(ка) здійснює логічно правильний, послідовний аналіз усіх елементів представленого матеріалу, пропонує оригінальні ідеї, аргументує їх із посиланнями на відповідні дослідження, вірно використовує категорії і терміни	Максимальна кількість балів
Студент(ка) здійснює аналіз деяких елементів представленого матеріалу, пропонує запозичені ідеї, але розвиває їх у відповідності до завдання, аргументує їх без посилань, загалом вірно використовує деякі категорії	Половина максимальної кількості балів

Студент(ка) не аргументує аналіз, ідеї запозичені з джерел та є чистою компіляцією або відсутні, плутає або не може використати категорії	1 бал

На курсі також діють правила щодо здачі завдань у встановлені терміни, які обмежують можливість оцінювати завдання максимально високо, якщо студент запізнився із ним без поважної причини, для якої є документальне підтвердження.

Характеристика роботи	**Максимальна можлива кількість балів**
Студент(ка) виконує роботу у встановлений термін	Максимальна кількість балів
Студент(ка) виконує роботу після встановленого дедлайну, однак не пізніше ніж за тиждень після нього	Половина максимальної кількості балів
Студент(ка) не виконує роботу взагалі або виконує її пізніше, ніж через тиждень після встановленого дедлайну	0 балів

Критерії оцінювання контрольної роботи (тестове завдання)

Характеристика відповіді	**Максимальна кількість балів**
Правильна відповідь на стандартне тестове запитання	1
Усього	12

Критерії оцінювання залікового тесту

Характеристика відповіді	**Максимальна кількість балів**
Правильна відповідь на стандартне тестове запитання	1
Усього	40

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	зараховано
70 – 89	
50 – 69	
1– 49	не зараховано

10. Рекомендована література

Основна література

1. Емброуз, Ґ. Оно-Біллсон, Н. (2019) Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова / Ґевін Емброуз, Найджел Оно-Біллсон; з англійської переклали Любов Базь, Ростислав Дзюба, Тетяна Кривов’яз. Київ : ArtHuss. 192 с.

2. Єлісєєв, І., & Басанець, Ю. (2024). Колір у візуально-просторовій композиції (Doctoral dissertation, Національний авіаційний університет).
3. Іттен Йоганнес. Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва. Пер. з нім. С. Святенко. Київ: ArtHuss, 2022, 96 с.
4. Іттен Йоганнес. Наука дизайну та форми: Вступний курс, який я викладав у Баугаузі та інших школах. Пер. з нім. С. Святенко. Київ: ArtHuss, 2021, 136 с.
5. Мараховська, К. Д. (2023). Колір в психології, культурі та дизайні: взаємозв'язок, сприйняття та вплив на емоції та поведінку людини. Психологія життєвого простору особистості в сучасних умовах кризи, глобалізації та цифрової трансформації суспільного життя: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції,(14-15 вересня 2023р.), м. Одеса.–Міжнародний гуманітарний університет. 338 с. URL: http://surl. li/lsnqd, 209.
6. Печенюк Т. Кольорознавство [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] /. Таміла Печенюк; Львів. нац. акад. мистецтв. – К. : Грані-Т, 2009.
7. Сідорова, О. (2024). Колірні вправи дисципліни «Композиція і кольорознавство» (Doctoral dissertation, Національний авіаційний університет).
8. Синєпупова Н. Композиція: Тотальний контроль / Наталія Синєпупова; з рос. переклала Роза Туманова. Київ : ArtHuss. 240 с.
9. Шевченко В.Я. Композиція плаката. Колорит, 2004.
10. Buialo, A. (2021). Motifs of negative space as a constructive space in typography (Doctoral dissertation).
11. Csillag, P. (2022). The visual communication impacts of Itten's color contrasts investigated and empirically tested as basic principles for use in art and design. Color Research & Application, 47(4), 841-854.
12. Deavours, D., & Roberts, C. (2024). The Visual Journalism Credibility Scale: Including Pathos for Visual Journalists in the Convergent Media Era. Journalism & Mass Communication Quarterly, 10776990241233670.
13. Dhanesh, G. S., & Rahman, N. (2021). Visual communication and public relations: Visual frame building strategies in war and conflict stories. Public Relations Review, 47(1), 102003.
14. Guan, X., & Wang, K. (2022). Visual communication design using machine vision and digital media communication technology. Wireless Communications and Mobile Computing, 2022(1), 6235913.
15. Halimi, N. (2021). FROM WRITTEN WORD TO ART/CALLIGRAPHY. PHILOSOPHICA International Journal of Social and Human Sciences, 8(15-16), 78-86.
16. Lars G. Wallentin. Creativity takes courage. Book #2. The world's greatest book about packaging communication
17. Lauer, D.A. Pentak, S. Design Basics – Boston : Wordsworth, 2011. – 324 p.
18. Li, Y. (2021, April). Analysis of Visual Communication Packaging Design Based on Interactive Experience. In Journal of Physics: Conference Series (Vol. 1852, No. 2, p. 022074). IOP Publishing.
19. Maehle, N., Presi, C., & Kleppe, I. A. (2022). Visual communication in social media marketing. The SAGE handbook of social media marketing, 291-306.
20. Russmann, U., & Svensson, J. (2017). Introduction to visual communication in the age of social media: Conceptual, theoretical and methodological challenges. Media and Communication, 5(4), 1-5.
21. Skliarenko, N. V., Gryshchenko, I., & Kolosnichenko, M. V. (2021). Symmetry in the visual communication design: methods of dynamic image construction. Art and design.
22. Storytelling : art and technique / Janice M. Del Negro, Editor.
23. Xiang, S. (2023). The application of big data and Artificial intelligence in visual communication design. Journal of Computational Methods in Sciences and Engineering, 23(2), 639-649.

24. Yudhanto, S. H., Risdianto, F., & Artanto, A. T. (2023). Cultural and communication approaches in the design of visual communication design works. Journal of Linguistics, Culture and Communication, 1(1), 79-90.
25. Waddington A. The Creative Calligraphy Source Book / A. Waddington. – NY: Watson-Gutpill Publications, 1996. – 144 p.

Допоміжна література

26. Басанець, О., & Осипчук, М. (2024). Роль локальної кольорової площини у візуально-просторовій рекламі (Doctoral dissertation, Національний авіаційний університет).
27. Горіна, Ж. Д., Величко, Д. О., & Величко, Д. А. (2023). «Мова» кольору у формуванні візуальної культури: інтермедіальний контекст.
28. Сусська, О. (2023). Символізація як процес та інструмент масової комунікації.
29. Ash, E., Durante, R., Grebenschikova, M., & Schwarz, C. (2021). Visual representation and stereotypes in news media.
30. Bernhard, J., & Russmann, U. (2024). Blurring boundaries: a longitudinal analysis of skills required in journalism, PR, and marketing job ads. Journalism & Mass Communication Quarterly, 101(3), 612-636.
31. Byrne M. T. The Art of Layout and Storyboard / M. T. Byrne. – Leikslip : M. T. Byrne Publications, 1999. – 196 p.
32. Li, H. (2021). Visual communication design of digital media in digital advertising. Journal of Contemporary Educational Research, 5(7), 36-39.
33. Tan, Z. H. (2022). See the Text and Read the Image: the Role of Text in PR Content on Visual Social Media (Doctoral dissertation, Tunku Abdul Rahman University College).
34. Valentini, C., & Murtarelli, G. (2023). Digital corporate communication and visual communication. In Handbook on Digital Corporate Communication (pp. 326-342). Edward Elgar Publishing.
35. Wetcho, S., & Na-Songkhla, J. (2021). VISUAL LITERACY FROM THEORY TO PRACTICE: A PARADIGM OF VISUAL THINKING, LEARNING AND COMMUNICATION. JOURNAL OF EDUCATION NARESUAN UNIVERSITY, 23(4), 464-478.
36. Zeqian, W. (2024). THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF VISUAL COMMUNICATION DESIGN. Наука та освіта під впливом глобальних викликів, 251.
37. Zhou, Y., Hu, X., & Shabaz, M. (2021). Application and innovation of digital media technology in visual design. International Journal of System Assurance Engineering and Management, 1-11.

Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відеолекції, інше методичне забезпечення

Відеолекції: https://youtube.com/playlist?list=PLmMj2N0C7ICKT10061p3DTFDwbtcDRoy6
Історія візуальних мистецтв і культури: https://smarthistory.org/
Визначення кольорової гами зображення: http://pictaculous.com/
Онлайн-редактор шрифтів: http://fontstruct.com/
Сервіс для миттєвого запису відео: http://screencastle.com/
Створення кольорових комбінацій: http://colorschemedesigner.com/

Додаток до робочої програми навчальної дисципліни «Візуальні комунікації»
(назва дисципліни)

Дію робочої програми продовжено: на 2027/2028 н.р.

Заступник декана ННІ соціології та медіакомунікацій з навчальної роботи

_____ _В’ячеслав НІКУЛІН_
(підпис) (прізвище, ініціали)

«____» _____ 2027 р.

Голова науково-методичної комісії ННІ соціології та медіакомунікацій

_____ Юлія СОРОКА___
(підпис) (прізвище, ініціали)

«____» _____ 2027 р.