

ФОРМА опису вибіркової навчальної дисципліни*

Код та назва дисципліни	2-061-2-3_Реклама та ПР у візії постгуманістичних студій
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	061 Журналістика
Кафедра	Реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	
Рівень ВО	магістр
Курс, семестр (в якому буде викладатись)	
Мова викладання	українська / англійська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни) ¹	
Що буде вивчатися	- філософські основи постгуманістичних підходів (постгуманізм, трансгуманізм, техногуманізм) у рекламних практиках; - постантропоцентричні нарації сучасної культури в рекламних практиках; - трансформаційні перспективи зміни людини («проект нової людини», «homo virtualis», «екологія без людини», «біовлада») за доби постгуманізму в рекламних практиках.
Чому це цікаво/треба вивчати	Ознайомлення з засадами постгуманізму, його комплексом ідей, типологічних прийомів та візій, реалізованих у сучасних рекламних практиках, уможливорює переосмислення системи цінностей, оновлення естетичних та світоглядних преференцій та руйнування стереотипів поведінки споживача рекламного продукту в умовах взаємодії людини та цифрових технологій, переформатування антропоцентричного світогляду та розуміння симулятивності і віртуалізації рекламної діяльності в постгуманістичній перспективі.
Чого можна навчитися (результати навчання)	-ідентифікувати реалізацію базових положень постгуманізму в рекламних практиках; -аналізувати проекти «нової людини» в рекламних практиках; -здійснювати переформатування задач рекламної політики з позицій постгуманізму; -розробляти рекламну концепцію з розумінням основ віртуальної антропології; -імплементувати засади трансгуманістичного переосмислення тілесності в рекламних практиках.

<p>Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)</p>	<ul style="list-style-type: none"> -планування та реалізація рекламних практик на засадах ідей постгуманізму; -управління процесами стратегічного планування розробки рекламного продукту з урахуванням антропологічних аспектів цифрових технологій у постгуманістичній перспективі; - надання консультаційних послуг зі стратегічних комунікацій та плануванні промоційних заходів з позиції постгуманістичних студій; - імплементація наукових розвідок та обмін інформацією з питань постгуманістичних студій у сферах взаємодії людини та цифрових технологій.
<p>Інформаційне забезпечення</p>	
<p>Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)</p>	
<p>Вид семестрового контролю</p>	<p>диференційований залік</p>
<p>Максимальна кількість здобувачів 2</p>	
<p>Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних та творчих дисциплін)</p>	