

**Відокремлений структурний підрозділ закладу вищої освіти
«Відкритий міжнародний університет розвитку людини
«Україна»»
Броварський фаховий коледж**



ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор

Олександра ГРАЖЕВСЬКА

« 31 » 03 2025 р.

**ПРОТОКОЛ
обговорення відкритого заняття**

Викладач Гервас Ольга Геннадіївна

Кафедра / циклова комісія дизайну та суспільних дисциплін

Інститут/факультет/філія/коледж: Броварський фаховий коледж

Форма навчання: денна, спеціальність: 022 Дизайн

курс III, група ДЗ-22-1фмб-br

Навчальна дисципліна «Естетика реклами»

Вид заняття: лекція

Тема заняття: «Психологія сприйняття реклами. Художньо-зображувальні засоби та сприйняття реклами»

Дата 21.03.25 Початок заняття: 11.40 Аудиторія 123

Короткий аналіз відкритого заняття

Заняття проводилося у вигляді відео конференції у системі ZOOM. Весь необхідний теоретичний матеріал (текст лекції та супроводжуючі презентації) повністю представлений на платформі Moodle у змісті ЕНК «Естетика реклами». Почалося заняття вчасно з повідомлення теми та мети. На початку заняття викладач здійснила мотивацію проведення заняття та активізацію засвоєння студентами базового теоретичного матеріалу шляхом фронтального опитування із запровадженням інтерактивної технології навчання – «метод мікрофону».

Наступним етапом проведення відкритого лекційного заняття було пояснення викладачем нового теоретичного матеріалу про: Психологія сприйняття реклами, художньо-зображувальні засоби, що аспірують кращому сприйняттю реклами

Змістовна частина лекції – викладання теоретичного матеріалу супроводжувалася використанням наочності у вигляді презентацій до лекції на теми: «Рекламний дизайн»,

Наприкінці заняття викладачем було проведене підведення підсумків лекції, оцінювалися відповіді на питання, повідомлена тема наступного лекційного заняття.

Висновки

1. Загальна констатація навчального та науково-методичного рівня заняття:

Наявність глибокої професійної компетенції викладача Гервас О.Г. дозволила продемонструвати високий рівень навчального та науково-методичного рівня проведення відкритого заняття. Мета відкритого лекційного заняття (вивчення психологія сприйняття різноманітних рекламних звернень та художньо-зображувальних засобів що сприяють сприйняттю реклами) досягнута.

2. Рівень проведення заняття: «високий», «достатній», «низький» (потрібне підкреслити або доповнити)

Пропозиції щодо вдосконалення рівнів проведення відкритого заняття:

Професійного

Наукового

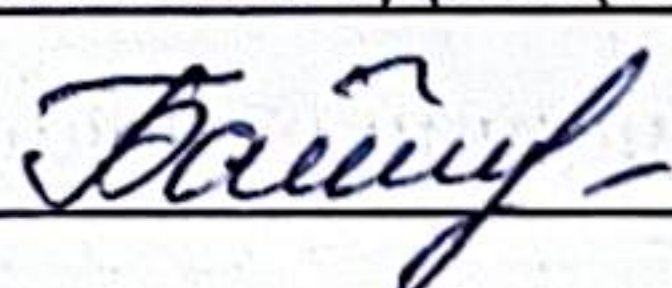
Методичного – використання інтерактивних технологій навчання у процесі заключного етапу проведення лекційного заняття

Організаційного - вивчення варіанту одночасного викладання та здійснення запису лекції на сайті YouTube з метою здійснення її ретрансляції

Відкрите заняття відвідали: посада, ПІП, підпис:

1. Директор Броварського фахового коледжу Гражевська О.Ю. 

2. Викладач циклової комісії дизайну та суспільних дисциплін Тропіна А.Ю. 

3. Провідний фахівець Барабаш І.В. 

Думка лектора: дякую відвідувачам за ретельний аналіз та сумлінне обговорення відкритого практичного заняття з курсу «Естетика реклами».

З висновками згоден (не згоден – обґрунтувати): з висновками згодна

З відгуком ознайомлена: « 24 » березня 2025 року

підпис

Результати відвідування відкритого заняття обговорені на засіданні кафедри / циклової комісії дизайну та суспільних дисциплін Протокол № 5.1 від « 24 » листопада 2025 р.

Завідувач кафедри /

Голова циклової комісії Гервас О.Г.