

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.15

Визуальное потребление

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ИБК АКиВКвБ ОО №1-1-163.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Арт-коммуникации и визуальная культура в бизнесе
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
7	УП	17	34	56,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	
Итого	УП	17	34	56,75	0,25	3	
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

Старший преподаватель

Паршукова Полина
Николаевна

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Дисциплина призвана обеспечить развитие у обучающихся необходимых компетенций и базовых представлений о принципах визуального потребления.

1.2 Задачи дисциплины:

познакомить обучающегося с теорией общества потребления, представить процесс формирования опыта восприятия посредством медиа, отразить тенденции практик современного потребления, сформировать представление о принципах и методах комплексного исследования визуальных практик потребления, охарактеризовать воздействие визуальных образов на конституирование медиа реальности и городской среды, выработать системный взгляд на проблемы визуального загрязнения и визуального насилия.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Искусство и современная культура
- Психология массовой культуры
- Нейминг в массовой коммуникации
- Арт-коллаборации и проектирование брендов
- Имиджмейкинг
- Визуальное мышление и дизайн-проектирование
- Инструменты визуальных коммуникаций
- Основы брендинга
- Этика коммуникаций
- Социология и психология массовых коммуникаций
- Фирменный стиль и основы дизайна
- Теория и практика рекламы
- Философия
- Основы теории коммуникации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен осуществлять авторский надзор за выполнением работ по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

Знать: основные этапы визуального потребления, особенности обработки визуальной информации; основные принципы осуществления авторского надзора в реализации проектов по коммуникационной идентификации

Уметь: интерпретировать смысл получаемой информации; создавать и использовать результаты исследований визуального потребления для построения программ визуальной идентификации в коммуникациях; осуществлять авторский надзор за реализацией медиапроектов, что включает в себя оценку соответствия работ проекту, а также оказание консультаций и рекомендаций дизайнерам

Владеть: навыками исследования визуального потребления, выявления и формирования эмоциональной привязанности к образу; навыком разработки проектной документации и осуществления авторского надзора за реализацией проектов в сфере визуальных коммуникаций

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Теории общества потребления	7					Пр,Ко
Тема 1. Основные понятия и определения: потребность, потребление, консьюмеризм, коммодификация и др. Эволюция потребления. Практическое занятие: Теоретические подходы к потреблению (философский, социологический, антропологический, психологический, экономический и т.д.).		2	2	2	ИЛ	
Тема 2. Визуальная культура в эпоху "общества потребления" (Ж. Бодрийяр). Практическое занятие: 1. Устный коллоквиум по основным положениям "Симулякры и симуляции" Ж. Бодрийяра 2. Устный коллоквиум по основным положениям "Общество потребления" Ж. Бодрийяра		2	4	10	ИЛ	
Тема 3. Природа и структура потребления в концепциях Т. Веблена, Г. Зиммеля, Е. Иллоуз. Типы потребления: базовое, функциональное, демонстративно- символическое. Практическое занятие: 1. Устный коллоквиум по основным положениям "Теория праздного класса" Т. Веблена 2. Устный коллоквиум по эссе Г. Зиммеля "Мода" 3. Устный коллоквиум по статье Е. Иллоуз " Emotions, Imagination and consumption"		2	6	10	ИЛ	
Тема 4. Социальные практики. Потребление как ключевой аспект жизни в концепциях З. Баумана, Дж. Ритцера, А Уорда. Практическое занятие: 1. Устный коллоквиум по "Текучая современность" З. Баумана 2. Устный коллоквиум по "Макдональдизация общества" Дж. Ритцера 3. Устный коллоквиум по "Consumption and Theories of Practice" А. Уорда		2	4	10	ИЛ	
Раздел 2. Исследования визуальных практик потребления						Пр

<p>Тема 5. Социологический и антропологический подходы к изучению практик потребления. Теория практик потребления в концепциях: П. Бурдьё, М.де Серто, П. Бергера и Т. Лукмана. Современные практики потребления: разумное, этическое, идейное, эмоциональное потребление переживаний, креативное, визуальное и др.</p> <p>Практическое занятие:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Устный коллоквиум по концепции "габитуса" П. Бурдьё. 2. Сравнительный анализ подходов М.де Серто и П. Бергера и Т. Лукмана. 3. Подбор примеров к современным практикам потребления. 		2	6	10	НИ	
<p>Тема 6. Социальные модели потребления. Визуальный поворот. Модель визуального потребления. Визуальная социология П. Штомпки. Картирование как метод анализа потребительского опыта.</p> <p>Практическое занятие:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составление интеллект-карты визуального потребления. 2. Составление программы и проведение исследования, с последующим составлением карт путешествий клиента 3. Составление программы и проведение исследования практик визуального потребления с применением метода картирования. 		3	6	10	ИЛ	
Раздел 3. Визуальная экология						
<p>Тема 7. Эпоха изобилия визуального контента. Визуальная среда города. Проблемы визуального загрязнения и визуального насилия.</p> <p>Практическое занятие:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Визуальный анализ медиаландшафта (анализ условий восприятия медианосителей в городской среде, с применением метода фотофиксации). Коллективный сбор данных посредством формирования опыта, первичных впечатлений от восприятия медиасообщений на улицах города с высоким пешеходным трафиком. 2. Подсчет и анализ данных натурального исследования визуальных сообщений на улицах города. 		2	4	2	ИЛ	Пр
<p>Тема 8. Медиаэкология: особенности формирования опыта восприятия посредством медиа, необходимость формирования экологической и этической ответственности.</p> <p>Практическое занятие:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составление аналитической записки, включая рекомендации по изменению визуально-медийного ландшафта по результатам исследования. 		2	2	2,75	ИЛ	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	56,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		51,25		56,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-3	называет основные понятия теорий потребления, особенности потребления визуальной информации в современной культуре; ориентируется в практиках осуществления авторского надзора; формирует программу визуальной идентификации; осуществляет консультации и рекомендации дизайнерам, авторский надзор за реализацией медиапроектов; разрабатывает проектную документацию авторского надзора за реализацией проектов в сфере визуальных коммуникаций.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания Тест

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся в целом полностью выполнил предложенное практическое задание, допускается несколько (3-4 незначительные ошибки или неточности), ответил на один из вопросов преподавателя, показав знание материала в полном объеме; последовательно и продуманно изложил его с использованием терминологии учебного предмета, применяя конкретные примеры. Показал умение делать обобщение, сравнение, выводы. Содержание материала изложено самостоятельно, без наводящих или уточняющих вопросов.	
Не зачтено	Задание или не сделано, или допущено много ошибок, классифицируемых как грубые. Обучающийся не смог ответить на один из поставленных преподавателем вопросов по всему курсу, показав отсутствие знаний по изучаемой дисциплине.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	Теории общества потребления
2	Составление аналитической записки, включая рекомендации по изменению визуально-медийного ландшафта по результатам исследования.
3	Медиаэкология: особенности формирования опыта восприятия посредством медиа, необходимость формирования экологической и этической ответственности.
4	Подсчет и анализ данных натурного исследования визуальных сообщений на улицах города.
5	Основные понятия и определения: потребность, потребление, консьюмеризм, коммодификация и др.
6	Визуальный анализ медиаландшафта.

7	Эпоха изобилия визуального контента. Визуальная среда города. Проблемы визуального загрязнения и визуального насилия.
8	Визуальная экология
9	Составление программы и проведение исследования практик визуального потребления с применением метода картирования..
10	Составление программы и проведение исследования, с последующим составлением карт путешествий клиента
11	Составление интеллект-карты визуального потребления.
12	Эволюция потребления.
13	Социальные модели потребления. Визуальный поворот. Модель визуального потребления. Визуальная социология П. Штомпки. Картирование как метод анализа потребительского опыта.
14	Подбор примеров к современным практикам потребления
15	Сравнительный анализ подходов М.де Серто и П. Бергера и Т. Лукмана.
16	Устный коллоквиум по концепции "габитуса" П. Бурдьё.
17	Теория практик потребления в концепциях: П. Бурдьё, М.де Серто, П. Бергера и Т. Лукмана. Современные практики потребления: разумное, этическое, идейное, эмоциональное потребление переживаний, креативное, визуальное и др.
18	Социологический и антропологический подходы к изучению практик потребления.
19	Исследования визуальных практик потребления
20	"Макдональдизация общества" Дж. Ритцера
21	"Текущая современность" З. Баумана
22	Социальные практики. Потребление как ключевой аспект жизни в концепциях З. Баумана, Дж. Ритцера, А Уорда.
23	Е. Иллоуз " Emotions, Imagination and consumption" .
24	эссе Г. Зиммеля "Мода"
25	"Теория праздного класса" Т. Веблена
26	Природа и структура потребления в концепциях Т. Веблена, Г. Зиммеля, Е. Иллоуз. Типы потребления: базовое, функциональное, демонстративно- символическое.
27	"Общество потребления" Ж. Бодрийяра
28	"Симулякры и симуляции" Ж. Бодрийяра
29	Визуальная культура в эпоху "общества потребления" (Ж. Бодрийяр).

5.2.2 Типовые тестовые задания

1 Ж. Бодрийяр в «Общество потребления» процесс потребления может быть рассматривает, как:

- а) как процесс классификации и социальной дифференциации
- б) как процесс смысла и коммуникации
- в) как процесс классификации общества
- г) все ответы правильны

2. Коммуникация - это процесс взаимодействия, предполагающий ...:

- а) создание новых материальных ценностей;
- б) выявление закономерностей развития мира
- в) обмен информацией

3. Художественно-проектная деятельность, направленная на создание визуальной программы или системы – это:

- а) брендинг
- б) система айдентики
- в) реклама
- г) графический дизайн
- д) граффити

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Предложить программу иконического ритуала (inconic ritual) бренда/организации - особое столкновение с образом, в котором формируется эмоциональная привязанность к образу и уверенность в его «иконической значимости».

2. Предложить проект исследование социального визуального опыта: исследовать, какие иконы доминируют в том или ином обществе/сообществе.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

Для допуска к промежуточной аттестации обучающемуся необходимо выполнить не менее 70 % от общего количества заданий предусмотренного календарным графиком

занятий. Оценка при промежуточной аттестации определяется из полученного обучающимся суммарного семестрового балла. Обучающийся может быть допущен к промежуточной аттестации в том случае, если его суммарный семестровый балл не менее 20.

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Промежуточная аттестация проводится с учетом успешности обучающегося в различных видах деятельности на протяжении семестра. Определение степени достижения обучающимся планируемых результатов обучения по каждому из принятых для оценки видов деятельности осуществляется в течение семестра в баллах по 100-балльной шкале. Оценка при промежуточной аттестации определяется из полученного обучающимся суммарного семестрового балла.

Зачет проводится в устной форме и может быть оценен максимально на 20 баллов. Обучающийся проходит тест. Обучающийся получает 1 вопрос и 1 практическое задание.

На подготовку к ответу по вопросу зачета обучающемуся дается 20 мин.

При ответе на вопрос зачета обучающийся должен быть способен связно излагать (а не читать) подготовленный ответ и свободно переходить к ответам на вопросы преподавателя, тематически связанные с его заданием.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Федосенко, А. А., Денисенко, Ю. Н.	Поведение потребителей (маркетинговый аспект)	Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет	2020	<a href="https://www.iprbooks
hop.ru/117727.html">https://www.iprbooks hop.ru/117727.html
Агаларова, Е. Г., Антонова, И. Ю., Косинова, Е. А., Пономаренко, М. В.	Исследование поведения потребителей	Ставрополь: Секвойя	2020	<a href="https://www.iprbooks
hop.ru/121758.html">https://www.iprbooks hop.ru/121758.html
Чуланов, Э. Ю.	Поведение потребителей	Санкт-Петербург: Санкт- Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2017	<a href="http://www.iprbooksh
op.ru/102949.html">http://www.iprbooksh op.ru/102949.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Аликперова, Н. В.	Потребительские практики: современные реалии и глобальные тренды	Москва: Прометей	2019	<a href="http://www.iprbooksh
op.ru/94495.html">http://www.iprbooksh op.ru/94495.html
Сушкевич, Е. А.	Поведение потребителей	Минск: Вышэйшая школа	2020	<a href="https://www.iprbooks
hop.ru/120058.html">https://www.iprbooks hop.ru/120058.html
Сидорова, С. А., Красниковский, В. Я.	Потребительское поведение в современном обществе: экономико- социологический анализ	Москва: Прометей	2019	<a href="http://www.iprbooksh
op.ru/94496.html">http://www.iprbooksh op.ru/94496.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>

Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>

Сайт профессионального PR-портала «Советник.ру». URL: <http://sovetnik.ru>

Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>

Интегрированный информационный ресурс электронной научной библиотеки «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>

Комплексные исследования информационного агентства InterMedia [Электронный ресурс]. URL: <https://www.intermedia.ru/content/222>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска