

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<br>(курс для ЗАО) |     | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоёмкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|-----|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------------|--------------------------------------|
|                           |     | Лекции                           | Практ.<br>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<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий | Форма<br>текущего<br>контроля |
|---|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
|   |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |                               |
| Раздел 1. Теории общества потребления   | 7                         |                   |               |              |                              | Пр,Ко                         |
| Тема 1. Основные понятия и определения: потребность, потребление, консьюмеризм, коммодификация и др. Эволюция потребления.<br>Практическое занятие:<br>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).<br>Практическое занятие:<br>1. Устный коллоквиум по основным положениям "Симулякры и симуляции" Ж. Бодрийяра<br>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.<br>Практическое занятие:<br>1. Устный коллоквиум по основным положениям "Теория праздного класса" Т. Веблена<br>2. Устный коллоквиум по эссе Г. Зиммеля "Мода"<br>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.<br>Практическое занятие:<br>1. Устный коллоквиум по "Текучая современность" З. Баумана<br>2. Устный коллоквиум по "Макдональдизация общества" Дж. Ритцера<br>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"> <li>1. Устный коллоквиум по концепции "габитуса" П. Бурдьё.</li> <li>2. Сравнительный анализ подходов М.де Серто и П. Бергера и Т. Лукмана.</li> <li>3. Подбор примеров к современным практикам потребления.</li> </ol>           |  | 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"> <li>1. Составление интеллект-карты визуального потребления.</li> <li>2. Составление программы и проведение исследования, с последующим составлением карт путешествий клиента</li> <li>3. Составление программы и проведение исследования практик визуального потребления с применением метода картирования.</li> </ol>   |  | 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"> <li>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.</li> <li>2. Подсчет и анализ данных натурального исследования визуальных сообщений на улицах города.</li> </ol> |  | 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"> <li>1. Составление аналитической записки, включая рекомендации по изменению визуально-медийного ландшафта по результатам исследования.</li> </ol>  |  | 2     | 2  | 2,75  | ИЛ |    |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)   |  | 17    | 34 | 56,75 |    |    |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)   |  | 0,25  |    |       |    |    |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>   |  | 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<br>Практико-ориентированные задания<br>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 не существенные 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. Бурдые.   |
| 17 | Теория практик потребления в концепциях: П. Бурдые, 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  |
|---|--|--|-------------|---|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b>  |  |  |             |   |
| Федосенко, А. А.,<br>Денисенко, Ю. Н.   | Поведение потребителей<br>(маркетинговый аспект)   | Ростов-на-Дону: Донской<br>государственный<br>технический<br>университет   | 2020        | <a href="https://www.iprbooks&lt;br/&gt;hop.ru/117727.html">https://www.iprbooks<br/>hop.ru/117727.html</a> |
| Агаларова, Е. Г.,<br>Антонова, И. Ю.,<br>Косинова, Е. А.,<br>Пономаренко, М. В. | Исследование поведения<br>потребителей   | Ставрополь: Секвойя  | 2020        | <a href="https://www.iprbooks&lt;br/&gt;hop.ru/121758.html">https://www.iprbooks<br/>hop.ru/121758.html</a> |
| Чуланов, Э. Ю.  | Поведение потребителей   | Санкт-Петербург: Санкт-<br>Петербургский<br>государственный<br>университет<br>промышленных<br>технологий и дизайна | 2017        | <a href="http://www.iprbooksh&lt;br/&gt;op.ru/102949.html">http://www.iprbooksh<br/>op.ru/102949.html</a>   |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>                                  |  |  |             |   |
| Аликперова, Н. В.   | Потребительские практики:<br>современные реалии и<br>глобальные тренды                       | Москва: Прометей   | 2019        | <a href="http://www.iprbooksh&lt;br/&gt;op.ru/94495.html">http://www.iprbooksh<br/>op.ru/94495.html</a>     |
| Сушкевич, Е. А.   | Поведение потребителей   | Минск: Вышэйшая<br>школа   | 2020        | <a href="https://www.iprbooks&lt;br/&gt;hop.ru/120058.html">https://www.iprbooks<br/>hop.ru/120058.html</a> |
| Сидорова, С. А.,<br>Красниковский, В. Я.  | Потребительское<br>поведение в современном<br>обществе: экономико-<br>социологический анализ | Москва: Прометей   | 2019        | <a href="http://www.iprbooksh&lt;br/&gt;op.ru/94496.html">http://www.iprbooksh<br/>op.ru/94496.html</a>     |

### 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                              |