

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.02**

Инструменты визуальных коммуникаций

Учебный план: 2025-2026 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					
5	УП	16	32	33	27	3	Экзамен
	РПД	16	32	33	27	3	
Итого	УП	16	32	33	27	3	
	РПД	16	32	33	27	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):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

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:** Сформировать компетенции обучающегося в области специфики визуальных коммуникаций, их сущности и места в современной культуре, специфике современных форм визуальных коммуникаций и различных способов их использования в различных областях профессиональной деятельности.

### 1.2 Задачи дисциплины:

- Раскрыть специфику визуальных коммуникаций в коммуникологическом, культурологическом и социально-антропологическом аспектах;
- привить обучающемуся понимание актуальных теоретических подходов к осмыслению визуальных коммуникаций и своеобразия их современных форм;
- охарактеризовать принципы отбора и виды использования визуальных коммуникаций в современной медиасфере.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Основы теории коммуникации

Теория и практика рекламы

Введение в коммуникационные специальности

Фирменный стиль и основы дизайна

## 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 тенденции, специфику формирования и управления в современных визуальных коммуникациях; основы воплощения авторской идеи;

**Уметь:** классифицировать объекты визуальных коммуникаций в соответствии с трендами отрасли и технологическими требованиями; разрабатывать проект визуальных коммуникаций; проверять качество выполненных работ и их соответствие согласованному авторскому проекту.

**Владеть:** навыком подбора и использования инструментов визуальных коммуникаций; приемки готового объекта на соответствие авторской документации, техническим характеристикам и художественным замыслам.

### 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. Предметно-методологические основания дисциплины	5					О
Тема 1. Визуальная коммуникация: определение, структура, функции. Общество визуальной культуры. Социальная значимость визуальных медиа в современной культуре. Современное общество как общество визуальной культуры. Коммуникации (визуальные, аудиальные, кинестетические, вербальные и т.д.). Коммуникация как предметная среда, связывающая людей. Фиксация и трансляция норм и ценностей в рекламной коммуникации. Практическое занятие. Эволюция визуальных коммуникаций		2	4	6	ИЛ	
Тема 2. Визуальные коммуникативные практики. Особенности визуального восприятия. Элементы процесса визуальной коммуникации: ЦА, канал, коммуникативные знания, контекст. Процессы визуальной коммуникации. Виды визуальной коммуникации. Элементы процесса визуальной коммуникации: целевая аудитория, канал, коммуникативные знания, контекст. Знаки визуальной коммуникации и язык визуальной коммуникации как совокупность знаковых систем. Фотография, рисунок, видео и их психологическое восприятие. Практическое занятие. Элементы процесса визуальной коммуникации: целевая аудитория, каналы коммуникации, коммуникативные знания и навыки, контекст. Визуальный образ человека.		2	4	4	АС	
Раздел 2. Визуальный образ как средство коммуникации						
Тема 3. Процессы визуальной коммуникации. Способы графического представления информации. Виды визуальной коммуникации. Носители информации. Используемые цвета. Текст в визуальной коммуникации: модульные технологии, алфавиты, шрифты. Размещение текста: слоганы, основной рекламный текст, заголовок. Иллюстрации, фотографии и видеоизображение как основные виды визуальной коммуникации. Практическое занятие. Носители визуальной информации. Характеристики графического представления информации		2	4	4	ГД	

<p>Тема 4. Визуальный образ, вбирающий в себя весь набор визуальных объектов. Приемы создания визуального образа. Общественная потребность в рекламе. Особенности визуальной составляющей в зависимости от средства, вида и типа рекламы. Особенности визуальных образов в рекламе. Психологическая составляющая визуальных образов в рекламе. Практическое занятие. Проектирование систем визуальной коммуникации. Изобразительность современной рекламы.</p>	2	4	4	АС	
<p>Тема 5. Дизайн рекламных образов. Основные принципы дизайна визуальных образов. Изобразительность современной рекламы. Эмоциональность визуальных сообщений. Графическое оформление рекламной продукции. Алфавиты в визуальной коммуникации: шрифты, цвета, алфавит изображений. Практическое занятие. Принципы дизайна и приемы создания визуальных образов. Визуальный ряд рекламы.</p>	2	4	4		
<p>Раздел 3. Идентификация в коммуникационной среде</p>					
<p>Тема 6. Виды корпоративных визуальных идентификаторов. Фирменный стиль. Особенности разработки фирменного стиля организации. Элементы систем корпоративной коммуникации. Носители фирменного стиля. Коммуникационный аспект фирменного стиля. Рекламоспособность фирменного стиля. Визуальная реклама в диджитал-среде. Статическая и динамическая реклама: видео, анимация, фотографии, изображения, пиктограммы, используемые в рекламных изображениях. Компьютерное создание рекламы и используемые графические пакеты. Практическое занятие. Особенности визуализации информации на физических и цифровых носителях.</p>	4	6	4	ИЛ	
<p>Тема 7. Методы постановки художественно-технических, эстетико-культурологических, проектных и прочих задач на разработку визуальных коммуникаций; написание брифов; создание прочей документации, определяющей проектные работы. Практическое занятие. Выполнение дизайн-проекта в соответствии с поставленными и согласованными ранее задачами.</p>	2	6	7	АС	
<p>Итого в семестре (на курсе для ЗАО)</p>	16	32	33		
<p>Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)</p>		2,5	24,5		
<p><b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b></p>		50,5	57,5		

#### 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 методы проведения комплексных дизайнерских предпроектных исследований в области визуальных коммуникаций; осуществляет постановку проектных задач и согласования их с заказчиком; основы планирования проектной деятельности в области визуальных коммуникаций; выявляет общие современные требования, предъявляемые к визуальным коммуникациям; формирует задание (бриф) на дизайн-проектирование и согласовывает бриф с заказчиком; проводит комплексные дизайнерские предпроектные исследования; оформляет результаты исследований и осуществляет контроль выполнения проекта.	

###### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	
4 (хорошо)	Ответ полный, стандартный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. В целом ответ демонстрирует качественные знания, основанные на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	
3 (удовлетворительно)	Ответ демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.	
2 (неудовлетворительно)	Очевидны или непонимание заданного вопроса, или неспособность ответить на него.	

##### 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 5	
1	Проблемное поле и предназначение дисциплины
2	Особенности визуальной коммуникации.
3	Актуальные теоретические подходы к визуальной коммуникации
4	Основные тенденции развития визуальных коммуникаций в XX веке.

5	Основные тенденции развития современных визуальных коммуникаций.
6	Специфика современных визуальных коммуникаций: основные теоретические подходы.
7	Факторы ранней популяризации фотоискусства (по Ф. Киттлеру «Оптические медиа»).
8	Изменение статуса и природы произведения искусства в условиях его технической воспроизводимости (по В. Беньямину «Произведение искусства в условиях его технической воспроизводимости»).
9	Влияния тотализации фотообразов (по В. Флюссеру «За философию фотографии»).
10	Проблемы и специфика восприятия в современную технологическую эпоху (по Н. Больцу «Азбука медиа»).
11	Антропологические влияния мгновенных электронных коммуникаций
12	Понятие «визуальность» и «визуальный образ»
13	Визуальная культура как понятие и явление.
14	Принципы визуальной коммуникации и примеры их использования.
15	Элементы визуальной коммуникации.
16	Специфика проектирования цветографического текста
17	Четыре группы исходных цветографических сообщений.
18	Шрифтовые (буквенно-цифровые) алфавиты. Основные группы шрифтов.
19	Товарные знаки. Условия читаемости при выборе шрифта.
20	Условие уместности шрифта. Условие гармоничности шрифта.
21	Фирменные знаки.
22	Алфавит изображений.
23	Цветовой алфавит. Весомость цветографических сообщений.
24	Функции рекламы в системе визуальной коммуникации.
25	Визуальный ряд рекламы: иллюстрации, графические изображения (логотипы), видеоизображения,
26	Визуальный ряд рекламы: шрифты рекламного текста, цветовое решение рекламного сообщения.
27	Образ как средство визуальной коммуникации в рекламном сообщении. Особенности визуальных образов в рекламе.
28	Принципы дизайна визуальных образов. Графическое оформление рекламной продукции.
29	Визуальные исследования рекламных сообщений.
30	Визуальная реклама: статическая и динамическая.
31	Оформление как средство привлечения внимания покупателя.

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Визуальные коммуникации – это... Коммуникации посредством визуального языка  
Коммуникации, нацеленные на визуальное восприятие  
Коммуникации посредством визуального языка с одной стороны и визуального восприятия с другой
2. Визуальная коммуникация базируется: На создании и передаче визуального образа от адресанта к адресату  
На особенностях целевой аудитории  
На когнитивных особенностях создателя сообщения
3. Среда повседневного визуального восприятия включает: Развлекательные зрелища, рекламу, визуальный контент, визуальные медиа  
Печатные издания, мобильные технологии, диджитал-среду  
Мысленные образы, информацию, передающуюся вербально, чувственный опыт

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. На самостоятельно избранном примере медиапродукта проанализируйте эффективное использование визуальной технологии в нем.
2. Охарактеризуйте новейшие тенденции визуальных коммуникаций в отечественной культуре и проиллюстрируйте их продуктивный учет на самостоятельно избранном примере конкретного медиапродукта.

### 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»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

## 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>				
Леврик Михаэль, Линк Патрик, Лейфер Ларри	Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам	Санкт-Петербург: Питер	2020	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=365312">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=365312</a>
Томасова, Д. А.	Развитие и применение дизайн-мышления в маркетинговых исследованиях	Саратов: Вузовское образование	2021	<a href="http://www.iprbookshop.ru/110122.html">http://www.iprbookshop.ru/110122.html</a>
Пигулевский, В. О., Стефаненко, А. С.	Дизайн визуальных коммуникаций	Саратов: Вузовское образование	2021	<a href="http://www.iprbookshop.ru/102235.html">http://www.iprbookshop.ru/102235.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Костюк И. С.	Этика современного дизайна	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202073">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202073</a>
Курушин В.Д.	Дизайн и реклама: от теории к практике	Москва: ДМК Пресс	2017	<a href="http://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=364406">http://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=364406</a>

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронная библиотека Гумер <https://www.gumer.info/>

### 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