

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.15

Визуальное потребление

Учебный план: 2026-2027 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:
(специализация)

Арт-коммуникации и визуальная культура в бизнесе

Уровень образования:

бакалавриат

Форма обучения:

очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
7	УП	16	32	59,75	0,25	3	Зачет
	РПД	16	32	59,75	0,25	3	
Итого	УП	16	32	59,75	0,25	3	
	РПД	16	32	59,75	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. Вводная лекция: основные понятия и определения: потребность, потребление, консьюмеризм, коммодификация и др. Основные этапы эволюции потребления. Практическое занятие: 1. Выступление с презентацией, содержащей сравнительную таблицу теоретических подходов к изучению феномена потребления (философский, социологический, антропологический, психологический, экономический и т.д.).		2	2	2		
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		
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	4	10		
Тема 4. Социальные практики. Потребление как ключевой аспект жизни в концепциях З. Баумана, Дж. Ритцера, А. Уорда. Практическое занятие: 1. Устный коллоквиум по "Текущая 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		
Раздел 2. Исследования визуальных практик потребления						Ко,Пр

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. Практические занятия: 1. Устный коллоквиум по концепции "габитуса" П. Бурдьё. 2. Выступление с презентацией, содержащей сравнительный анализ подходов М.де Серто и П. Бергера и Т. Лукмана 3. Выступление с презентацией, содержащей подбор примеров современных практик потребления (разумное, этическое, идейное, эмоциональное потребление переживаний, креативное, визуальное).		2	6	10		
Тема 6. Визуальные практики потребления: от теории к методологии исследования. Феномен визуального. Визуальный поворот (В. Беньямин, Г. Дебор). Модель визуального потребления. (Р. Барт, С.Сонтаг, П. Вирильо) Визуальная социология П. Штомпки. Картирование как метод анализа потребительского опыта Практические занятия: 1. Выступление с презентацией, содержащей интеллект-карты визуального потребления. 2. Выступление с презентацией, содержащей программу исследования, результаты которого должны быть визуализированы с помощью карт путешествий клиента. 3. Выступление с презентацией, содержащей программу и результаты исследования практик визуального потребления с применением метода картирования.		2	6	10		
Раздел 3. Визуальная экология						
Тема 7. Эпоха изобилия визуального контента. Визуальная культура (Н. Мирзоев). Визуальная среда города. Проблемы визуального загрязнения и визуального насилия. Практическое занятие: 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. Выступление с презентацией, содержащей программу исследования медиаландшафта: визуальных сообщений на улицах города		2	4	3,5		Пр,Л

Тема 8. Медиаэкология: особенности формирования опыта восприятия посредством медиа, необходимость формирования экологической и этической ответственности. Практическое занятие: 1. Выступления с презентацией по итогам составления аналитической записки, включая рекомендации по изменению визуально-медийного ландшафта на основе результатов исследования.		2	2	4,25		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		16	32	59,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		48,25		59,75		

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.	

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 изложив 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	Основные понятия и определения: потребность, потребление, консьюмеризм, коммодификация и др.
2	Основные этапы эволюции феномена потребления.
3	Теоретические подходы к изучению феномена потребления: антропологический, психологический, экономический.
4	Теоретические подходы к изучению феномена потребления: философский, социологический.
5	Основные положения "Симулякры и симуляции" Ж. Бодрийяра
6	Основные положения "Общество потребления" Ж. Бодрийяра
7	Основные положения "Теория праздного класса" Т. Веблена
8	Основные положения эссе "Мода" Г. Зиммеля
9	Основные положения статьи "Emotions, Imagination and consumption" Е. Иллоуз
10	Основные положения "Текущая современность" З. Баумана
11	Основные положения "Макдональдизация общества" Дж. Ритцера
12	Социологический подход к изучению практик потребления.
13	Антропологический подход к изучению практик потребления.
14	Основные положения концепции "габитуса" П. Бурдьё.
15	Основные положения концепции М.де Серто относительно практик потребления
16	Основные положения концепции П. Бергера и Т. Лукмана относительно практик потребления
17	Приведите и охарактеризуйте примеры современных практик потребления: эмоциональное потребление переживаний, креативное, визуальное.
18	Приведите и охарактеризуйте примеры современных практик потребления: разумное, этическое, идейное.
19	В чем заключается визуальный поворот.
20	Ключевые идеи В. Беньямина, Ги Дебора. связанные с визуальным поворотом
21	Ключевые идеи Р. Барта, С.Сонтаг, связанные с визуальным поворотом
22	Ключевые концепции П. Вирильо, связанные с визуальным поворотом
23	Основные положения визуальной социологии П. Штомпки.
24	Опишите картирование как метод анализа потребительского опыта
25	Эпоха изобилия визуального контента: основные характеристики.
26	Основные положения «Как смотреть на мир» Н. Мирзоева
27	Визуальная среда города. Проблемы визуального загрязнения и визуального насилия.
28	Основные положения Визуальной экологии
29	Медиаэкология: особенности формирования опыта восприятия посредством медиа, необходимость формирования экологической и этической ответственности.
30	Обоснуйте тезис о том, что современное потребление стало ключевым полем для конструирования социальной идентичности.

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Составьте сравнительную таблицу теоретических подходов к изучению феномена потребления (философский, социологический, антропологический, психологический, экономический и т.д.).
2. Спроектируйте программу исследования, направленную на изучение визуального потребления в конкретном городском пространстве (например, торговом центре, парке, метро).
3. Проанализируйте любой современный рекламный образ (например, билборд или рекламный ролик) с помощью инструментария Р. Барта («миф») и Ж. Бодрийяра («симулякр»).

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 все задания текущего контроля предусмотренных 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 21.

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 согласно таблице из Положения о балльно-рейтинговой системе оценивания академических достижений обучающихся от 31.10.2023.

Зачет проводится в устной форме и может быть оценен максимально на 30 баллов. Обучающийся получает 2 вопроса.

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	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	https://www.iprbooks.hop.ru/121758.html
Чудова, И. А.	Постмодернистский ракурс в методологии. Методологические подходы и составляющие их теории	Новосибирск: Новосибирский государственный университет	2022	https://www.iprbooks.hop.ru/128139.html
Кравченко, А. И.	Социология города	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2023	https://www.iprbooks.hop.ru/130797.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Чуланов, Э. Ю.	Поведение потребителей	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2017	http://www.iprbookshop.ru/102949.html
Сушкевич, Е. А.	Поведение потребителей	Минск: Вышэйшая школа	2020	https://www.iprbooks.hop.ru/120058.html
Аликперова, Н. В.	Потребительские практики: современные реалии и глобальные тренды	Москва: Прометей	2019	https://www.iprbooks.hop.ru/94495.html

Шавель, С. А., Шухатович, В. Р., Коршунов, Г. П.	Потребление и стабильность общества	Минск: Белорусская наука	2010	https://www.iprbookshop.ru/10104.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

ВКвидео [Электронный ресурс]. URL: <https://vkvideo.ru/>

Интегрированный информационный ресурс электронной научной библиотеки

«КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

Google Forms

Microsoft Windows 10 Pro

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