

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра маркетинга

## **ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность: Маркетинг

Уровень квалификации выпускника - бакалавр

Форма обучения – очная, очно-заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2021

Визуальные коммуникации в маркетинге  
Рабочая программа дисциплины

Составители:

*Канд. экон. наук, доцент, Т.Б.Рыжкова*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

маркетинга

№ 9 от 14.05.2021 Рабочая программа дисциплины

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины .....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций .....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	5
2. Структура дисциплины.....	6
3. Содержание дисциплины .....	7
4. Образовательные технологии .....	7
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	8
5.1. Система оценивания .....	8
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине .....	9
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	10
6.1. Список источников и литературы .....	10
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ..	12
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	13
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	13
9. Методические материалы.....	15
9.1. Планы семинарских/ практических занятий .....	15
Приложения .....	19
Приложение 1. Аннотация дисциплины .....	19

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** – познакомить с основными подходами к анализу визуальных знаков, показать сложность чтения визуальных сообщений и образов, и представить методологические возможности интерпретации визуальных образов как коммуникативных практик в маркетинге

#### Задачи дисциплины:

- Показать специфику визуальных коммуникаций и особый язык изображений;
- Анализировать систему понятий, используемых при работе с визуальным материалом;
- Изучение не только общетеоретических работ, но и текстов, посвященные анализу конкретного визуального материала и позволяющие продемонстрировать особенности применения теоретических
- формирование представления о визуальных коммуникациях как о процессе коммуникации (передачи информации) посредством визуального языка (изображений, знаков, образов, типографики, инфографики), с одной стороны, и визуального восприятия (органов зрения, психологии восприятия) – с другой;
- формирование основы понимания визуальной журналистики;
- развитие навыков профессионального представления результатов собственных научных изысканий в области современной теории коммуникации.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2. Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации	ПК-2.4. Осуществляет реализацию стратегии продвижения товаров (услуг) организации	<b>Знать:</b> круг профессиональных задач и оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм; <b>Уметь:</b> анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач; <b>Владеть:</b> навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, а также оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач.
ПК-3. Способен осуществлять информационно-коммуникационную (ИК) деятельность	ПК-3.2. Осуществляет реализацию мероприятий по формированию репутации	Знать: основные принципы работы с визуальными коммуникациями Уметь: использовать языковые средства в соответствии с

организации, направленную на формирование спроса и стимулирование сбыта	организации/торговой марки	целью и ситуацией общения; выявлять смысловые категории профессиональных текстов и применять общенаучные методы анализа текстов;  Владеть: основными методами планирования и организации рекламной и PR деятельности, направленной на укрепление репутации компании; психологическими аспектами формирования потребительского мнения и решения
---	----------------------------	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору (элективным дисциплинам) вариативной части учебного плана.

Для освоения данной дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в процессе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации», «Ознакомительная практика», «Технологическая практика»

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Репутационный менеджмент», «Преддипломная практика».

## 2. Структура дисциплины

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 48 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
			контактная						
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		Самостоятельная работа
1.	Тема 1. Общество потребления в визуальной среде	8	2		4			10	устный опрос, доклад, реферат
2.	Тема 2. Мифология визуальных коммуникаций	8	2		4			10	устный опрос доклад, реферат
3.	Тема 3. Визуальные маркеры социальной структуры	8	2		4			10	устный опрос защита проекта с презентацией
4.	Тема 4. Визуальная коммуникация в туризме	8	2		2			10	устный опрос защита проекта с презентацией
	Зачёт	8							тестирование
	Итого:		<b>12</b>		<b>16</b>			<b>48</b>	

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 16 ч., самостоятельная работа обучающихся 60 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
			контактная						
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		Самостоятельная работа
1.	Тема 1. Общество потребления в визуальной среде	8	1	1				10	устный опрос, доклад, реферат

2.	Тема 2. Мифология визуальных коммуникаций	8	1	2				10	устный опрос доклад, реферат
3.	Тема 3. Визуальные маркеры социальной структуры	8	2	1				10	устный опрос защита проекта с презентацией
4.	Тема 4. Визуальная коммуникация в туризме	8	2	2				14	устный опрос защита проекта с презентацией
	Зачёт	8							тестирование
	итого:		<b>8</b>	<b>8</b>				<b>60</b>	

### 3. Содержание дисциплины

#### Тема 1. Общество потребления в визуальной среде

Смена жестуальной парадигмы в современном обществе по Ж. Бодрийяру. Дискурс рекламы. Индикатив рекламы. Логика рекламы. Одаривание и фрустрация - две стороны социальной интеграции: роль рекламы в этом. Потребление как важнейшая социальная функция.

#### Тема 2. Мифология визуальных коммуникаций

«Миф» в концепции Р. Барта. Буржуазный миф, «псевдофизис» и типология риторических фигур в контексте анализа рекламных изображений. Анализ визуального изображения с помощью системы знака и мифа.

#### Тема 3. Визуальные маркеры социальной структуры

Типология «когнитивных стилей» А. Шюца. Социальные типизации и их роль в анализе визуального ряда в повседневности. Коллективные визуальные маркеры социальной структуры.

#### Тема 4. Визуальная коммуникация в туризме

Визуальное потребление Дж. Урри - что это такое? Трансформация практики фотографирования в «неэлитную» и вседозволенную по Урри. Формы туристического созерцания.

### 4. Образовательные технологии

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

В учебном курсе дисциплины используются следующие виды образовательных технологий: лекции-визуализации; групповые дискуссии; практикумы; различные формы самостоятельной работы студентов; case study (разбор конкретных ситуаций).

В заключение курса проводится итоговая письменная контрольная работа, включающая вопросы по всем разделам курса.

№ п/п	Наименование темы	Виды учебной работы	Информационные и образовательные технологии
1	2	3	4
	Тема 1. Общество потребления в визуальной среде	Лекция Семинар Практические занятия	Проблемная лекция Семинарское занятие Практическое занятие
	Тема 2. Мифология визуальных коммуникаций	Лекция Семинар Практические занятия	Проблемная лекция Семинарское занятие Практическое занятие
	Тема 3. Визуальные маркеры социальной структуры	Лекция Семинар Практические занятия	Проблемная лекция групповая дискуссия Семинарское занятие Практическое занятие
	Тема 4. Визуальная коммуникация в туризме	Лекция Семинар Практические занятия	Проблемная лекция Семинарское занятие Практическое занятие

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Организация учебного процесса по дисциплине осуществляется на основе общих принятых академических требований, а также рейтинговой оценки знаний и умений студентов. Этот подход направлен на повышение уровня преподавания и усвоение знаний студентами, на повышение точности и дифференцированности и оценке результатов учебной деятельности обучающихся. Итоги промежуточной аттестации студентов (аттестован/ не аттестован) подводятся на основе различных критериев: посещаемости студентами лекционных и практических занятий, содержания и активности их выступлений на семинарах, а также по результатам отчетности студентов о различных формах самостоятельной работы.

**Форма промежуточной аттестации:** выполнение устного задания с презентацией в Powerpoint. Проводится на 7,8 неделе обучения.

**Форма итоговой аттестации:** зачет. Проводится на 17 неделе обучения.

#### Задание для промежуточной аттестации:

Анализ выбранных case study из рекламных видеороликов отечественной рекламы 1990-2000-х гг. По следующим критериям: - анализ компонентов рекламы; Уровни визуальной аргументации; Коммуникативные и социологические последствия; Смысловые перспективы взаимодействия; Коллективные представления о визуальных образах, их социальная интерпретация.



Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Анализ выбранных case study из рекламных видеороликов отечественной рекламы 1990-2000-х гг. По следующим критериям: - анализ компонентов рекламы; Уровни визуальной аргументации; Коммуникативные и социологические последствия; Смысловые перспективы взаимодействия; Коллективные представления о визуальных образах, их социальная интерпретация.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Список источников и литературы

#### *Литература:*

1. Антоновский, А. Ю. Никлас Луман: эпистемологическое введение в теорию социальных систем / А. Ю. Антоновский ; Рос. акад. наук, Ин-т философии. - Москва : ИФ-РАН, 2007. - 136 с. - ISBN 978-5-9540-0077-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/357030>

2. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учеб. пособие для студентов вузов / Г.П. Бакулев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 192 с. - ISBN 978-5-7567-0795-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038937>
3. Блюмин, А. М. Мировые информационные ресурсы: Учебное пособие для бакалавров / Блюмин А.М., Феоктистов Н.А., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 384 с.: ISBN 978-5-394-02411-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/344375> (дата обращения: 08.01.2020)
4. Интернет-коммуникация как новая речевая формация : колл. монография / под науч. ред. Т.Н. Колокольцевой, О.В. Луговиновой. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 328 с. - ISBN 978-5-9765-1310-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034255>
5. Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа [Электронный ресурс] / М. О. Кошлякова. - Москва : РГУТиС, 2008. - 128 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/365046> (дата обращения: 08.01.2020)
6. Кошлякова, М. О. Социальное пространство имиджа: Монография / Кошлякова М.О. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с. (Научная мысль) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-006408-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/557157> (дата обращения: 08.01.2020)
7. Круткин В.Л. Гуманитарное знание в визуальной антропологии [Вестник Удмуртского университета. Серия 3. Философия. Социология. Психология. Педагогика, Вып. 4, 2013, стр. -] - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/504626>
8. Куликова, Л. В. Коммуникация. Стиль. Интеркультура: прагматингвистические и культурно-антропологические подходы к межкультурному общению [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. В. Куликова. - Красноярск: СФУ, 2011. - 268 с. - ISBN 978-5-7638-2183-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/443095> (дата обращения: 08.01.2020)
9. Мурзин А.А. Репрезентация визуальных образов сакрального пространства в вузовской практике / Мурзин А.А. [Znanium.com, 2016, вып. №1-12, стр. 0-0] - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/780547>
10. Ореховская, Н. А. PR в сфере социальной коммуникации: учебник / Н. А. Ореховская. - Москва : Альфа-М, 2013. - 198 с. - ISBN 978-5-98281-385-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/448801>
11. Орлова, И. Б. Социология исторического знания : учебник для бакалавриата и магистратуры / И. Б. Орлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-08902-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426683> (дата обращения: 08.01.2020).
12. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 330 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00952-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433159> (дата обращения: 08.01.2020).
13. Проблема понятийного аспекта социологии имиджа [Сервис Plus, №4, 2010, стр. -] - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/365123> (дата обращения: 08.01.2020)
14. Садохин, А. П. Межкультурная коммуникация : учебное пособие / А. П. Садохин. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 288 с. - ISBN 978-5-16-104204-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/542898> (дата обращения: 08.01.2020)
15. Сорокина, Н. В. Национальные стереотипы в межкультурной коммуникации: Монография / Сорокина Н.В. - Москва : ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 265 с.

- (Научная мысль) ISBN 978-5-369-01325-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/445197>
16. Социально-стилевые характеристики имджа [Социально-гуманитарные знания, №1, 2012, стр. -] - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/364751> (дата обращения: 08.01.2020)
17. Социологические методы исследования имиджа [Сервис Plus, №3, 2011, стр. -] - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/365128> (дата обращения: 08.01.2020)
18. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация. Семиотический подход : учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 199 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08259-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/424712> (дата обращения: 08.01.2020).
19. Урри, Д. Как выглядит будущее? / Д. Урри ; пер. с англ. А. Матвеевко ; под науч. ред. С. Щукиной. — Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018. - 32 с. - ISBN 978-5-7749-1324-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1042633>
20. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - Москва : Дашков и К, 2017. - 488 с. (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/329134>
21. Шомова, С. А. От мистерики до стрит-арта. Очерки об архетипах культуры в политической коммуникации [Электронный ресурс] / С. А. Шомова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 264 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5 ; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1471-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018842>

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для материально-технического обеспечения дисциплины используются: фонды библиотеки РГГУ, лаборатории документооборота, ПК и проектор. Для чтения лекций необходимы: специализированная аудитория с ПК и компьютерным проектором, аудитория с доской.

Состав программного обеспечения (ПО) (2020 г.)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

## 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачет проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1. Планы семинарских/ практических занятий

#### Изучение визуальных маркеров социальной структуры.

1. Особенности социальной структуры в соответствии с П. Бурдьё.
2. Проблематика визуального знака в понимании П. Бурдьё
3. Мода как главный аспект коммуникации.
4. Социологическое изучение визуальной культуры («социоанализ»).

#### Источники:

1. Бурдьё Пьер. Социальное пространство: поля и практики : пер. с фр. / Бурдьё Пьер ; Пьер Бурдьё ; сост., общ. ред. пер. и послесл. Н. А. Шматко. - М. : Ин-т эксперим. социологии, 2005 : Алетейя.
2. Общедоступное искусство: опыт о социальном использовании фотографии / Бурдьё Пьер [и др.] ; Пьер Бурдьё [и др. ; пер. с фр. Б. М. Скуратова]. - Москва : Практис, 2014.
3. Социоанализ Пьера Бурдьё : Альм. Рос.-фр. центра социологии и философии Ин-та социологии Рос. акад. наук. - М. : Ин-т эксперим. социологии, 2001 : Алетейя : Алетейя.

#### Литература:

1. Алябьева Е. Побороть симулякры / Екатерина ; Екатерина Алябьева
2. // Новое литературное обозрение. - 2007. - N 3. - С. 397-403.
3. Воронцов А. В. Теоретико-методологические основания социологии П. Бурдьё[Текст] / А. В. Воронцов, И. А. Громов ; А. В. Воронцов, И. А. Громов
4. // Вестник Московского университета. Сер. 18, Социология и политология. - 2010. - N 4. - С. 82-102.
5. Гурова О. Ю. Социология моды[Текст] : обзор классических концепций / Ольга Юрьевна ; О. Ю. Гурова
6. // Социологические исследования. - 2011. - N 8. - С. 72-82.
7. Шматко Н. А. Анализ культурного производства Пьера Бурдьё // Социологические исследования — М., 2003. — N 8. — С. 113—120.
8. Шматко Н. А. Введение в социоанализ Пьера Бурдьё. Предисловие к книге П. Бурдьё «Социологии политики». — М.: Socio-Logos, 1993.

### Блок 2

#### Визуальная культура в контексте социологической парадигмы (Г. Зиммель, Э. Дюркгейм)

1. Коммуникативные и социологические последствия визуального беспокойства жителей мегаполисов (по Г. Зиммелю)
2. Смысловые перспективы взаимодействия и контуры группобразования видимого мира (по Г. Зиммелю).
3. Коллективные представления о визуальных образах, их социальная интерпретация (по Э. Дюркгейму).

#### Источники:

1. Дюркгейм Э. Социология : ее предмет, метод, предназначение [пер. с фр. А. Б. Гофмана]. - М. : Канон+, Реабилитация, 2006.

2. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни. // Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения. Антология. / Пер. с англ., нем., фр. Сост. и общ. ред. А. Н. Красникова. – М.: Канон+, 1998. [http://sbiblio.com/biblio/archive/durkgeym\\_elementarnie/](http://sbiblio.com/biblio/archive/durkgeym_elementarnie/)
3. Зиммель Г. Из «Экскурса о социологии чувств» // Новое литературное обозрение. 2000. № 43. – С. 5-13.
4. Зиммель Г. Избранное. В 2 тт. [сост.: С. Я. Левит, Л. В. Скворцов]. – М. : Юристь, 1996.
5. Зиммель Г. Конфликт современной культуры [Текст] . - С.378-398. // Культурология. XX век : антология / [сост. С. Я. Левит]. - М. : Юристь, 1995

#### **Литература обязательная:**

1. Ахутин Анатолий Валерианович. Понятие культуры Г. Зиммеля / А. В. Ахутин // АРХЭ. - М. : РГГУ, 2005. - Вып. 4. - С. 60-72.
2. Ватье П. Метод понимания, социальность и проблема устройства общества // Проблемы теоретической социологии. - Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2000. - Вып. 3. - С. 70-90.
3. Зиммель Георг. Конфликт современной культуры // Логика культуры. - Москва ; Санкт-Петербург : Унив. кн., 2009. - С. 241-260.
4. Зиммель Георг. Кризис культуры // Логика культуры. - Москва ; Санкт-Петербург : Унив. кн., 2009. - С. 236-240.
5. Зиммель Г. Область деятельности социологии // Вестник Московского университета. Сер. 18, Социология и политология. - 1996. - N 2. - С.114-123.
6. Назирзаде Л. Соотношение социального и культурного / Л. Назирзаде
7. // Вопросы культурологии. - 2009. - N 10 (октябрь). - С. 12-15

#### **Литература дополнительная:**

8. Антоновский А. Ю. Начало социознания: Эмиль Дюркгейм // Эпистемология & философия науки. - 2007. - N 4. - С. 142-161.
9. Бадина А. А. Социология крупного города в контексте западной исследовательской парадигмы / А. А. Бадина, О. Ю. Снегирев // Социология власти. - 2006. - N 6. - С. 117-125.
10. Батуренко С. А. Солидаристская традиция в истории социологической теории: О. Конт, Э. Дюркгейм [Текст] // Вестник Московского университета. Сер. 18, Социология и политология. - 2012. - № 4. - С. 86-92.
11. Громов И. А. Методология научного познания и теория ценности Э. Дюркгейма / И. А. Громов, В. Г. Лукьянов // Социологические исследования. - 2010. - N 8. - С. 123-132.
12. Рейфман Б. В. "Вчерашний человек в каждом из нас" [Текст] : размышления о месте концепции Э. Дюркгейма в философии культуры // Вестник РГГУ. - 2013. - № 7 : Серия "Культурология. Искусствоведение. Музеология". - С. 18-24.
13. Турома С. Семиотика городского пространства Ю. М. Лотмана : опыт переосмысления / Санны Турома ; авториз. пер. с англ. Н. Мовниной // Новое литературное обозрение. - 2009. - N 4. - С. 66-76.

### **Блок 3**

#### Тема 1.

- 1.1. Типология «когнитивных стилей» А. Шюца.
- 1.2. Социальные типизации и их роль в анализе визуального ряда в повседневности.
- 1.3. Коллективные визуальные маркеры социальной структуры.

#### Тема 2.



- 2.1. Что представляет собой «миф» в соответствии с концепцией Р. Барта?
- 2.2. Буржуазный миф, «псевдофизис» и типология риторических фигур в контексте анализа рекламных изображений.
- 2.3. Анализ визуального изображения с помощью системы знака и мифа.

### Тема 3.

- 3.1. Акт вымыслообразования и акт придания смысла по В. Изеру.
- 3.2. Их роль в исследовании смыслового компонента визуальной культуры.

### **Литература обязательная:**

1. Барт Р. Избранные работы : Семиотика. Поэтика : пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К.Косикова. - М. : Прогресс, Универс, 1994
2. Барт Р. Мифологии / Ролан Барт ; пер. с фр. С. Зенкина. - М. : Изд-во им. Сабашниковых, 2004.
3. Изер В. Вымыслообразующие акты / Пер. Г. Дашевского
4. // Новое литературное обозрение. - 1997. - N27.-С.23-40.
5. Новиков М. А. Основания понятийного аппарата феноменологической социологии А. Шюца // Вестник РГГУ. - 2012. - № 2 : Серия "Социологические науки". - С. 67-75.
6. Новиков М. А. Типизация - инструмент феноменологической социологии А. Шюца // Вестник РГГУ. - 2013. - № 2: Социологические науки. - С. 243-249.
7. Шюц Альфред. Феноменология и социальные науки // Логика культуры. - Москва ; Санкт-Петербург : Унив. кн., 2009. - С. 517-536.

### **Литература дополнительная:**

8. Рупова Р. М. Антиглобалистский оптимизм А. Шюца и К. Гирца / Р. М. Рупова
9. // Социологические исследования. - 2008. - N 4. - С. 138-143.
10. Шюц Альфред. Избранное: Мир, светящийся смыслом : [пер. с нем. и англ.] / Альфред Шюц. - М. : РОССПЭН, 2004.

## **Блок 4**

### **Вопросы для обсуждения:**

- 1.1 Что такое «драматургический» подход И. Гофмана?
- 1.2 Визуальное оформление пространства интеракции: Личные территории, территориальные маркеры, территориальные преступления, территориальное насилие.
- 2.1 Смена жестуальной парадигмы в современном обществе по Ж. Бодрийяру.
- 2.2 Дискурс рекламы. Индикатив рекламы. Логика рекламы.
- 2.3 Одаривание и фрустрация - две стороны социальной интеграции: какова роль рекламы в этом?
- 2.4 Потребление как важнейшая социальная функция.
- 3.1 Визуальное потребление Дж. Урри - что это такое?
- 3.2 Трансформация практики фотографирования в «неэлитную» и вседозволенную по Урри.
- 3.3 Формы туристического созерцания.

### **Литература обязательная:**

1. Бодрийяр Жан. Система вещей / Жан Бодрийяр ; пер. с фр. и сопровод. ст. С. Н. Зенкина. - М. : Рудомино, 2001.

2. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Ирвинг Гофман ; пер. с англ. А. Д. Ковалева ; Ин-т социологии РАН, Моск. высш. шк. соц. и экон. наук, Центр фундам. социологии. - М. : Канон-пресс-Ц : Кучково поле, 2000.
3. Урри Д.. Туристическое созерцание и "окружающая среда" // Вопросы социологии. Вып. 7. 1996. С. 70-99.
4. Урри Джон. Социология за пределами обществ : виды мобильности для XXI столетия / Джон Урри ; пер. с англ. Д. Кралечкина ; [Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экономики"]. - Москва : Изд. дом Высш. шк. экономики, 2012.

**Литература дополнительная:**

5. Ватолина Юлия Владимировна. Коммуникация как проблема существования : (на основе опыта М. Виттиг, В. Беньямина, Ж. Бодрийара) // Журнал социологии и социальной антропологии. - 2008. - N 1. - С. 117-126.
6. Вахштайн Виктор Семенович. "Неудобная" классика социологии XX века: творческое наследие Ирвинга Гофмана / В. С. Вахштайн ; Гос. ун-т Высш. шк. экономики. - М. : ГУ ВШЭ, 2006.
7. Власова Ольга Александровна. Социология человека Ирвинга Гофмана : личность как сопротивление социальному в теориях стигматизации и тотальных институций // Социологический журнал. - 2011. - № 4. - С. 5-19.
8. Желнова А. М. Философский путь Жана Бодрийара: между эстетическим и эпистемическим / А. М. Желнова // Вопросы философии. - 2007. - N 10. - С. 151-158.
9. Львов Александр Александрович. Ж. Бодрийар: от производства эстетического к обществу потребления // Общество. Среда. Развитие. - 2013. - № 4. - С. 183-188.
10. Смирнов А. В. Проблемы повседневности в работах Ж. Бодрийара / А. В. Смирнов // Вопросы культурологии. - 2010. - N 10 (октябрь). - С. 26-30.
11. Урри Дж. Мобильность и близость [Текст] / Дж. Урри ; пер. с англ. Н. Л. Мжаванадзе, Н. В. Романовского // Социологические исследования. - 2013. - № 2. - С. 3-14.

### Приложение 1. Аннотация дисциплины

Дисциплина «Визуальные коммуникации в маркетинге» реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга.

**Цель дисциплины** – познакомить с основными подходами к анализу визуальных знаков, показать сложность чтения визуальных сообщений и образов, и представить методологические возможности интерпретации визуальных образов как коммуникативных практик.

**Задачи дисциплины:**

- Показать специфику визуальных коммуникаций и особый язык изображений;
- Анализировать систему понятий, используемых при работе с визуальным материалом;
- Изучение не только общетеоретических работ, но и текстов, посвященные анализу конкретного визуального материала и позволяющие продемонстрировать особенности применения теоретических
- формирование представления о визуальных коммуникациях как о процессе коммуникации (передачи информации) посредством визуального языка (изображений, знаков, образов, типографики, инфографики), с одной стороны, и визуального восприятия (органов зрения, психологии восприятия) – с другой;
- формирование основы понимания визуальной журналистики;
- развитие навыков профессионального представления результатов собственных научных изысканий в области современной теории коммуникации

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

<b>Компетенция</b> (код и наименование)	<b>Индикаторы компетенций</b> (код и наименование)	<b>Результаты обучения</b>
ПК-2. Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации	ПК-2.4. Осуществляет реализацию стратегии продвижения товаров (услуг) организации	<b>Знать:</b> круг профессиональных задач и оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм; <b>Уметь:</b> анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач; <b>Владеть:</b> навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, а также оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач.
ПК-3. Способен осуществлять информационно-коммуникационную (ИК) деятельность	ПК-3.2. Осуществляет реализацию мероприятий по формированию репутации	Знать: основные принципы работы с визуальными коммуникациями Уметь: использовать языковые средства в соответствии с

<p>организации, направленную на формирование спроса и стимулирование сбыта</p>	<p>организации/торговой марки</p>	<p>целью и ситуацией общения; выявлять смысловые категории профессиональных текстов и применять общенаучные методы анализа текстов;</p> <p>Владеть: основными методами планирования и организации рекламной и PR деятельности, направленной на укрепление репутации компании; психологическими аспектами формирования потребительского мнения и решения</p>
--	-----------------------------------	---

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.