

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

*Институт мировой экономики и бизнеса*

Рекомендовано МССН

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование дисциплины Основы визуальной коммуникаций**

---

**Рекомендуется для направления подготовки/специальности**

**Реклама и связи с общественностью (42.03.01)**

---

*указываются код и наименование направления подготовки/специальности)*

**Направленность программы (профиль) «Реклама», «Связи с общественностью»**

---

*(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем)*

## 1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Основы визуальной коммуникации» (ОВК) – формирование понимания современной концепции формирования и управления визуальными образами в целях эффективной коммуникации с целевой аудиторией.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания курса решаются следующие задачи:

- изучение основных понятий, связанных с визуальной коммуникацией;
- ознакомление с содержанием и категориальным аппаратом учебного курса «ОВК»;
- формирование навыков анализа визуального изображения;
- изучение эволюции художественной мысли и его отражение в современном искусстве с точки зрения интерпретации послания художника зрителю;
- ознакомление с современными визуальными технологиями взаимодействия брендов с потребителем в рекламе и PR.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «ОВК» (Б1.ДВ.02.01) относится к элективной компоненте РУП по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профили подготовки – «Реклама» и «Связи с общественностью» (бакалавры)

### Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины «Основы визуальной коммуникации»

Таблица № 1

№ п/п	Шифр и наименование компетенций	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группа дисциплин)
1.	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Введение в специальность,	Основы риторики
2.	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Искусство, Литература	История рекламы и связей с общественностью
3.	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Введение в специальность,	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины (ОС РУДН):

*Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:*

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- эволюцию представлений о месте зрителя в изобразительном искусстве;
- основные термины и понятия в визуальной коммуникации;
- основные форматы визуальной коммуникации в рекламе и PR.

**Уметь:**

- анализировать изобразительное произведение;
- определять источники и способы привлечения зрительного внимания целевой аудитории;
- использовать различные методы и приемы визуализации в рекламе и PR.

**Владеть:**

- современным инструментарием визуальной коммуникации;
- навыками визуализации образов в средствах массовой коммуникации;
- навыками подготовки эссе, рефератов, аналитических записок и т.п.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	.....	.....	...
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	36	36			
<b>В том числе:</b>					
<i>Лекции</i>	9	9			
<i>Семинары (С)</i>	18	18			
<i>Рубежная аттестация</i>	9	9			
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	36	36			
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>час.</b>	72	72		
	<b>зач. ед.</b>	2	2		

## 5. Содержание дисциплины

### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЗРИТЕЛЯ С ХУДОЖЕСТВЕННЫМ И ОБРАЗАМИ	Тема 1. Эволюция искусства в XX веке: от перформанса до флешмоба
		Тема 2. Образы в движении как концепция кинематографа
		Тема 3. Digital-art и перспективы его применения в коммуникациях
2.	ВИЗУАЛИЗАЦИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	Тема 4. Формирование современной концепции визуальной коммуникации
		Тема 5. Реклама как искусство убеждения
		Тема 6. Визуализация в PR-коммуникации

### ПРОГРАММА КУРСА:

#### РАЗДЕЛ 1. ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЗРИТЕЛЯ С ХУДОЖЕСТВЕННЫМИ ОБРАЗАМИ

##### Тема 1. Эволюция искусства в XX веке: от перформанса до флешмоба

История смены художественной парадигмы в изобразительном искусстве в XX веке. Взаимовлияние различных художественных дисциплин на становление перформанса и его влияние на последующие течения в искусстве.

Анализ эволюции сюжетной линии в изобразительном искусстве от средних веков до современного искусства.

##### Тема 2. Образы в движении как концепция кинематографа

Подобно живописи и скульптуре, кино использует контур, фактуру, цвет, форму, объем и массу, а также светотень. Многие из правил композиции, применяемые в кино, аналогичны тем, что применяются в живописи и скульптуре. Как и драма, кино общается со зрителем визуально, через драматизм действия, жесты и экспрессию, и вербально — в диалоге. Кино использует сложные ритмы, образы, метафоры и символы. Как и в перформансе, движущийся образ в кино находится в центре внимания.

##### Тема 3. Digital-art и перспективы его применения в коммуникациях

Появление цифровых искусств повлекло за собой появление новых художественных жанров и форм. Такие области как, например, трехмерная анимация, виртуальная действительность, интерактивные системы и интернет обнаружили небывало широкие творческие возможности. На уже устоявшиеся художественные формы – кино, двухмерную анимацию, видеоискусство, музыку – цифровые технологии также сильно повлияли, способствуя созданию новых жанровых подвидов.

Классификация цифрового искусства: код, интерактивность, сеть.

#### Раздел 2. ВИЗУАЛИЗАЦИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

#### **Тема 4. Формирование современной концепции визуальной коммуникации**

Определение основных понятий визуальной коммуникации. Визуальное искусство как инструмент управления общественным мнением. Анализ изображения. Использование фоторепортажа в СМИ для создания эмоционального контекста журналистского текста.

#### **Тема 5. Реклама как искусство убеждения**

Основные схемы коммуникации в рекламе, AIDA. Определение понятия бриф и обзор схемы разработки рекламного продукта. Классификация средств художественной выразительности в рекламе. Креативная реклама как вид постиндустриального творчества: каноны и приемы.

#### **Тема 6. Визуализация в PR-коммуникации**

Рынок труда как социально-экономическая категория. Определения понятий «рынок труда» и «занятость». Основные показатели, характеризующие эффективность занятости. Проблемы управления занятостью в России. Специфические особенности развития занятости и формирования российского рынка труда. Современное состояние и тенденции развития рынка труда в России.

#### **5.2. Разделы дисциплин и виды занятий**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семинары	СРС	Всего часов
1	РАЗДЕЛ 1. ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЗРИТЕЛЯ С ХУДОЖЕСТВЕННЫМИ ОБРАЗАМИ	8			10	18	36
2	РАЗДЕЛ 2. ВИЗУАЛИЗАЦИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	10			6	18	36

#### **6. Лабораторный практикум**

Лабораторный практикум программой курса не предусмотрен.

#### **7. Практические занятия (семинары)**

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
-------	----------------------	---	---------------------

1.	ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЗРИТЕЛЯ С ХУДОЖЕСТВЕННЫМИ ОБРАЗАМИ	<b>Семинар 1.</b> Введение в курс, основы теории коммуникации. Анализ использования изображения в СМИ в формате игры.	2
		<b>Семинар 2.</b> Эволюция сюжета в изобразительном искусстве.	2
		<b>Семинар 3.</b> Город как арт-пространство. Презентация студенческих работ по интерпретации художественных смыслов в современной городской среде.	4
2.	ВИЗУАЛИЗАЦИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	<b>Семинар 4.</b> Дискуссионная панель на тему влияния искусства на становление человечества. Использование образов в политических технологиях и анализ имиджа политика.	4
		<b>Семинар 5.</b> Задание по работе на художественной выставке. Подготовка самостоятельного доклада о выставке современного искусства в Москве с анализом представленных работ и трактовкой авторского послания.	4
		<b>Семинар 5.</b> Подведение итогов.	2
		Всего	18

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для осуществления образовательной деятельности по дисциплине «Основы визуальной коммуникации» необходимо:

учебные аудитории с рабочими местами для проведения лекций и семинарских занятий; доска; стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office 2007; мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

## 9. Информационное обеспечение дисциплины

### а) Windows, MicrosoftOffice, Интернет, Mentor

### б) Базы данных УНИБЦР РУДН:

- Электронный каталог – база книг и периодики в фонде библиотеки РУДН.
- Электронные ресурсы – в том числе раздел: *Лицензированные ресурсы УНИБЦ (НБ):*
- [Университетская библиотека ONLINE](#)
- [SPRINGER. Книжные коллекции издательства](#)

- [Вестник РУДН](#)
- [East View](#)
- Универсальные базы данных
- [eLibrary.ru](#)
- [Grebennikon](#)
- [Library PressDisplay](#)
- [SwetsWise](#)
- [Swets Wise online content](#)
- [University of Chicago Press Journals](#)
- [Книги издательства «Альпина Паблишерз»](#)
- [Электронная библиотека диссертаций РГБ](#)

**в) Информационно-справочные и поисковые системы:**

[Rambler.ru](#), [Yandex.ru](#), [Google.ru](#), [FileSearch](#)

**г) информационные источники по курсу**

1. Цикл документальных фильмов BBC «Как искусство сотворило мир»
2. Danielle Sacks Артём Жиганов: Будущее рекламы <http://cossa.ru/1973#more-1973>
3. Шилина М. Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций // Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. Ломоносова «Медиаскоп». 2009. URL: <http://mediascope.ru/node/404>
4. Dobrova I. Инфографика — это тренд // Электронный журнал Infographer. 2011. URL: <http://infographer.ru/infotrend/>
5. Бузинова А. Визуальный контент современного PR-текста // Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. Ломоносова «Медиаскоп». 2013. URL: <http://mediascope.ru/node/1412>
6. Bullas J. 7 key elements to creating successful infographics // Official page of Jeff Bullas. 2013. URL: <http://www.jeffbullas.com/2013/11/29/the-7-key-elements-to-creating-successful-infographics/>
7. Journalism in the age of data // Stanford University online course. 2013. URL: <http://datajournalism.stanford.edu/>
8. Nelson E. Content we love: backbone of storytelling // PR Newswire blog. 2013. URL: <http://www.commpro.biz/agile-engagement/content-we-love-backbone-of-storytelling/>

**г) периодические издания по дисциплине «Основы визуальной коммуникации»**

1. Feil S. Beyond words // Adweek online magazine. 2012. URL: <http://www.adweek.com/sa-article/beyond-words-142494>

**10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:**

**а) основная литература**

1. Стили, школы, направления. Путеводитель по современному искусству. Эми Демпси. - Искусство - XXI век: 2017г. 304 с.
2. Овруцкий А., Пигулевский В. «Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне», Издательство: Гуманитарный центр, 2011 г.

## ***б) дополнительная литература***

1. Ткачев О. «Visual бренд. Притягивая взгляды потребителей» Издательство: Альпина Паблишер, 2009
2. Роуден Марк «Корпоративная идентичность. Создание успешного фирменного стиля и визуальные коммуникации в бизнесе», Издательство: Хорошая книга, 2007 г.
3. Желязны Джин «Говори на языке диаграмм. Пособие по визуальным коммуникациям», Переводчики: Андрей Мучник, Юлия Корнилович, Издательство: Манн, Иванов и Фербер, Институт комплексных стратегических исследований, 2011 г.
4. Райн Хембри «Самый полный справочник. Графический дизайн», Переводчик: Александр Банкрашков, Издательство: АСТ, Астрель, 2008 г.

## **11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

### **а) методические указания по организации и выполнению СРС при изучении курса**

Дисциплина «Основы визуальных коммуникаций» имеет продолжительность 8 учебных недель.

Изучение дисциплины «Основы визуальной коммуникации» осуществляется по кредитно-модульной системе и заканчивается промежуточным контролем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа. Из них аудиторные занятия составляют 34 часов, из которых 16 часов – лекции и 16 часов – семинарские занятия.

Формами обучения являются аудиторные занятия и внеаудиторная работа студентов.

Основные формы и методы обучения – это лекции с использованием мультимедийного оборудования как форма подачи базовых теоретических знаний в предметной области, семинарские занятия в диалоговой форме, индивидуальное и групповое консультирование, а также самостоятельная работа студентов.

Проведение семинарских занятий предполагает: устные опросы студентов по темам лекций, анализ и обсуждение конкретных ситуаций (метод case study), основанных на лучших примерах из практик российских и зарубежных компаний, проблемные дискуссии, решение ситуационных и управленческих задач, индивидуальные и групповые презентации творческих работ, тестирование.

Внеаудиторная самостоятельная работа студента включает следующие виды деятельности:

- изучение и проработку учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
- конспектирование учебной литературы;
- задания по подготовке эссе;
- вопросы для подготовки к семинарским занятиям;
- тест по всем темам курса;
- решение case study и управленческих задач;
- письменные задания;
- творческие задания;
- задания, направленные на развитие навыков работы в малых группах;
- задания, нацеленные на формирование коммуникативных компетенций;
- задания, направленные на познавательные универсальные учебные действия;
- подготовку творческого проекта;
- подготовку к аттестационным работам.



В процессе освоения Программы применяются следующие виды контроля:

Текущий и промежуточный.

Текущий контроль проводится в форме опроса, защиты проектных заданий.

Промежуточный контроль осуществляется с помощью тестирования по пройденным темам и проводится в рамках аудиторных занятий в письменной форме с целью проверки и оценки полученных знаний. Результат рубежной аттестации выражается количеством баллов, набранных студентом.

## **б) методические указания и рекомендации по выполнению и оформлению заданий для самостоятельной работы (рефератов, эссе)**

### *Реферат*

Реферат, как вид самостоятельной работы студента, представляет собой краткое изложение в письменном виде содержания научного труда, обзора научной литературы по определенной теме.

Реферат – это сокращенное отображение реферируемого произведения, при этом необходимо по возможности точное воспроизведение предмета реферирования. Если же при подготовке реферата автор хочет выразить свои мысли, то он должен с помощью тех или иных приемов (например, путем заключения в скобки указания своих инициалов) отличить их от содержания реферируемого произведения.

Структура реферата: введение, основная часть, заключение, список литературы.

Во *введении* излагается актуальность и важность рассматриваемой темы, определяются цель, предмет, 2-3 задачи работы, указываются используемые литературные источники с точным библиографическим описанием в ссылках.

*Основная часть* должна включать 2-3 раздела (подраздела, параграфа), содержание которых должно соответствовать задачам. Изложение материала предполагает наличие схем, таблиц, позволяющих структурировать и обобщать материал.

При выполнении работы являются обязательными ссылки на использованную литературу и информационные источники, которые помещаются в виде сносок внизу страниц.

*Заключение* предполагает наличие самостоятельных выводов, т.е. краткое изложение существа содержания, короткий ответ на вопросы, сформулированные в задачах введения.

В библиографию (*список использованных источников и литературы*) помещаются источники, которые были использованы при написании текста работы.

### *Оформление реферата*

Объем реферата: 5-10 страниц печатного текста.

Шрифт

В работе можно использовать шрифты 12-14 пикселей.

Интервал – 1,5

Размер абзацного отступа – 5 знаков (1,25 см).

Поля

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей:

левое - не менее 30 мм,

правое - не менее 20 мм,

верхнее - не менее 20 мм,

нижнее - не менее 20 мм.

### *Эссе*

Эссе – это краткая письменная творческая работа студента на определенную тему (обзорные, исследовательские и аналитические записки по темам занятий и результатам

выполнения практических заданий в аудитории). Основная цель написания эссе – раскрыть предложенную тему путем приведения различных аргументов (тезисов). Они должны подкрепляться доказательствами и иллюстрироваться возможными примерами, в том числе, из жизненной практики студента.

*Первый вариант.* Эссе готовится на основе изучения современных научных источников, в качестве которых могут выступать монографии, научные и публицистические статьи, статистические и нормативно-правовые документы, учебники и учебные пособия, материалы из интернет-изданий. Всего должно быть привлечено не менее десяти источников.

*Второй вариант.* Эссе пишется в произвольной форме как сочинение и должно представлять самостоятельный анализ поставленной проблемы, стиль изложения – свободный, аналитический, но без излишней «публицистики».

Работа должна быть выполнена студентом самостоятельно на основе изученных источников. Она должна иметь структуру, позволяющую оптимально раскрыть содержание выбранной темы. В частности, работа должна иметь:

- титульную страницу;
- оглавление (перечень разделов с указанием страниц);
- введение, в котором обозначается цель и задачи эссе;
- 2-3 раздела (подраздела, параграфа);
- подстраничные ссылки (сноски) на цитируемые источники;
- таблицы и рисунки (схемы, диаграммы, графики) – иллюстрирующие статистические и проч. данные, раскрывающие тематику с указанием источника происхождения;
- заключение, содержащее основные выводы, кратко резюмирующие достигнутую цель;
- список использованных источников и литературы (в т.ч. – электронных ресурсов);

Необходимость приложений автор работы определяет самостоятельно, приложения помещаются после списка источников и в общем постраничном объеме эссе не учитываются.

Эссе предполагает:

- творческий подход к изложению темы;
- раскрытие авторской точки зрения в свободной манере изложения;
- аргументированность, конкретность и четкость в ответе на поставленный вопрос;
- образность и выразительность изложения, оригинальность мышления;
- грамотность изложения материала (отсутствие орфографических, синтаксических и стилистических ошибок).

#### *Оформление эссе*

Письменная работа должна иметь *объем не менее 3 страниц* печатного текста (шрифт Times New Roman) и состоять из титульного листа, введения, основного текста, заключения и списка использованной литературы.

#### Шрифт

В работе можно использовать шрифты 12-14 пикселей.

Интервал – 1,5

Размер абзацного отступа – 5 знаков (1,25 см).

#### Поля

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей:

левое - не менее 30 мм,

правое - не менее 20 мм,

верхнее - не менее 20 мм,

нижнее - не менее 20 мм.

## **в) Рекомендации по выполнению и оформлению творческих проектов**

Творческая работа – это самостоятельно выполненная законченная научно-исследовательская работа, освещающая одну из актуальных проблем дисциплины, но выходящая за рамки учебной программы курса.

Цель – развитие ключевых управленческих компетенций, навыков и интереса к исследовательской деятельности, расширение профессионального кругозора студентов.

*Защита творческой работы.* Презентация творческой работы осуществляется в форме авторского доклада, на который отводится 15-30 минут (в зависимости от сложности и масштаба проблемы).

Требования к содержанию работы:

В творческих работах авторы должны:

- Осветить любые из аспектов предложенной тематики;
- Сделать самостоятельные выводы относительно проблем, существующих в исследуемой сфере.
- Выводы и предложения авторов должны иметь научно-теоретическое, а также практическое значение;
- Составить список использованных источников информации.

Требования к оформлению работы:

Работа должна быть построена по общепринятой для научных работ структуре: титульный лист, оглавление, введение, основная часть, заключение, библиографический список, приложения (в случае необходимости).

Тексты выступлений должны содержать 5 - 8 страниц текста (формат бумаги – А4). Набор текста должен осуществляться компьютерным способом, шрифт – Times New Roman, высота букв – 12, межстрочный интервал – 1,5. Размеры полей: левое – 30 мм, правое – 20 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм.

Творческая работа сдается преподавателю на электронном и бумажном носителях после ее презентации на семинарском занятии.

## **г) рекомендации по выполнению и оформлению письменных заданий для самостоятельной работы студента**

Домашнее задание – это письменное выполнение конкретных заданий на предложенную тему.

Цель – проработка и закрепление пройденного материала на лекционных и семинарских занятиях, развитие навыков исследовательской деятельности.

В ходе выполнения домашних заданий студент учится классифицировать и анализировать, получает новые дополнительные знания и умения.

Задания для самостоятельной работы (домашние задания) выполняются студентами после того, как они прослушали лекцию по конкретной теме.

Срок выполнения каждого задания - 2 недели.

Выполненные задания сдаются преподавателю на семинарских занятиях в распечатанном виде. Задание должно быть скреплено.

Если студент не сдал задание во время без уважительной на то причины, то он все равно должен выполнить и сдать все задания по каждой теме, при этом его работы оцениваются минимальным баллом (не более 50% от установленной максимальной оценки за задание по данной теме).

Набор текста должен осуществляться компьютерным способом, шрифт – Times New Roman, высота букв – 12, межстрочный интервал – 1,5.

Размеры полей: левое – 30 мм, правое – 20 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм.

## **12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

<https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=8204>

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

### **Разработчики:**

Старший преподаватель

кафедры рекламы и бизнес-коммуникаций \_\_\_\_\_ А.В. Глаголева

### **Руководитель программы**

Заведующая кафедрой

Рекламы и бизнес-коммуникаций \_\_\_\_\_ Н.В. Трубникова

### **Заведующая кафедрой**

Рекламы и бизнес-коммуникаций \_\_\_\_\_ Н.В. Трубникова