

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

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

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра брендинга и визуальных коммуникаций

**ИСТОРИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ / HISTORY OF VISUAL
COMMUNICATIONS**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Брендинговые технологии в рекламе
Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения – очная, очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

**ИСТОРИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ / HISTORY OF VISUAL
COMMUNICATIONS**

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Канд. экон. наук М.Т. Гуриева

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 2 от 29.02.2024

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.....	5
3. Содержание дисциплины.....	6
4. Образовательные технологии.....	8
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	10
5.1. Система оценивания.....	10
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	11
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	14
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	17
6.1. Список источников и литературы.....	17
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	18
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	19
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	19
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	19
9. Методические материалы.....	21
9.1. Планы семинарских/ практических занятий.....	21
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	21
Приложения.....	24
Приложение 1. Аннотация дисциплины.....	24

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – представить студентам как базовый фактографический материал

по истории визуальных коммуникаций, так и ключевые теоретические концепты исследовательской парадигмы визуальных и культурных исследований.

Задачи дисциплины:

раскрытие понятия «визуальные коммуникации»; определение визуальных коммуникаций как ведущих в мультисенсорной среде современного коммуникативного пространства;

изучение современных методов восприятия, потребления и переработки визуальной информации;

изучение перцептивных возможностей человека;

психологического и физиологического аспектов зрительского восприятия;

анализ существующих проектных решений в медиа-дизайне, рассмотрение функциональных и эстетических особенностей современных медиа-объектов;

создание типологии художественно-образных решений мультимедиа-дизайна, созданных на основе цифровых технологий;

проектирование и разработка комплексных мультимедиа дизайн-проектов, с использованием различных медиа компонентов (звука, графики, анимации, видео, текста), соответствующих современным требованиям.

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-1 Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.1. Владеет навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации	<p>знать: основы теории покупательского поведения и содержание процесса принятия решения о покупке для различных типов рынка и категорий товара</p> <p>уметь: разрабатывать концепции, стратегии и маркетинговые программы по продукту ;</p> <p>владеть: методиками разработки концепции товара; методиками разработки комплексного предложения ценности</p>
	ПК-1.5. Умеет проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Знать: технологии и инструменты комплекса маркетинга</p> <p>Уметь: использует технологии и инструменты комплекса маркетинга в онлайн и онлайн среде.</p> <p>Владеть: навыками реализации коммуникационного продукта с использованием технологий и инструменты комплекса маркетинга в онлайн и онлайн</p>

		среде
--	--	-------

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения данной дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в процессе изучения дисциплин:

- Ивент-коммуникации
- История рекламы
- Разработка и технология производства рекламного продукта: печатная реклама
- Разработка и технология производства рекламного продукта: видеореклама
- Поведение потребителей

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения дисциплин:

- Реклама в отраслях и сферах деятельности
- Внутренние коммуникации
- Наружная и внутренняя реклама
- Адаптивные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
- Профессионально-творческая практика
- Преддипломная практика

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов)

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	20
5	Семинары/лабораторные работы	22
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	8
5	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

2. Discipline structure

The total labor intensity of the discipline is 3 Credit, 108 academic hours (s).

Discipline structure for full-time training

The scope of the discipline in the form of contact work of students with pedagogical workers and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other conditions during training sessions:

Semester	Type of training sessions	Number of hours
5	Lectures	20
5	Workshops/Lab Works	22
Total:		42

The scope of the discipline (module) in the form of independent work of students is 48 academic hours (s).

Discipline structure for part-time training

The scope of the discipline in the form of contact work of students with pedagogical workers and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other conditions during training sessions:

Semester	Type of training sessions	Number of hours
5	Lectures	8
5	Workshops/Lab Works	16
Total:		24

The scope of the discipline (module) in the form of independent work of students is 66 academic hours (s).

3. Содержание дисциплины

Тема 1 История визуальных искусств

Понятие визуального искусства, медиакультуры, визуального образа культуры, языка коммуникации. Влияние массового производства на появление визуального искусства. Интерпретация визуальных образов в современном социогуманитарном

знании. Традиции анализа визуального, сложившиеся в культурологии, социологии, социальной психологии, потребительском поведении.

Тема 2 Визуальное искусство как объект исследования современных ученых

Визуальные и культурные исследования Дж. Митчелл, Дж. Элкинс, К. Мокси, Э.Холли, Н. Мирзоефф, Дж. Диди-Уберман, Д. Левин, С. Мелвилл и др. Основные теоретические построения в понимании визуальных образов в обществе (В. Беньямин, М. Фуко, Г. Дебор, М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Ж. Лакан, Р. Барт, П. Бурдьё и др.). Культурные феномены, связанные с понятием «визуальное»: живопись, театр, кино, фотография, телевидение, реклама. История современных технических визуальных практик. История кино. Братья Луи и Огюст Люмьеры в кинематографе. Кинематограф в России. Появление игрового кино. Психологическая, художественная, экспрессионистская направленность в кино. Кино как средство выражения идеологического содержания. История фото. История возникновения и развития фотографии. Дагер и Иоганн Гейнрих Шульце: изобретение светописси. Появление фото камер. Первый фотограф. Фотогалерея: лучшие старые черно белые фотографии. Периодическая печать, иллюстрированные издания. Документальная и художественная фотография, их эстетическая значимость. Фотография как традиционный язык коммуникации.

Тема 3 Разнообразие современных технических визуальных форм и практик

Семиотические методы исследования визуальных образов. Формирование смыслов визуальных текстов. Визуальные образы как дискурсивная практика. Постмодерные координаты визуального образа. Особенности современной визуальной среды в координатах постмодерного мира. Методы исследования репрезентаций визуального опыта в сознании аудитории. Визуальное восприятие: феномен, содержание, основные характеристики. Методы исследования визуального восприятия Подходы к исследованию субъективных интерпретаций визуального опыта. Психологические и социально-психологические особенности потребления визуальных образов.

Тема 4 Визуальные коммуникации и аспекты современного восприятия визуальной информации

Раскрытие понятия «визуальные коммуникации»; определение визуальных коммуникаций как ведущих в мультисенсорной среде современного коммуникативного пространства; изучение современных методов восприятия, потребления и переработки визуальной информации.

3. Discipline content

Theme 1 History of Visual Arts

The concept of visual art, media culture, visual image of culture, language of communication. Impact of mass production on the emergence of visual art. Interpretation of visual imagery in modern socio-humanitarian knowledge. Traditions of visual analysis developed in cultural studies, sociology, social psychology, consumer behavior.

Theme 2 Visual Art as an Object of Study by Modern Scientists

Visual and cultural studies by J. Mitchell, J. Elkins, K. Moxey, E. Holley, N. Mirzoeff, J. Didi-Uberman, D. Levine, S. Melville, et al. The main theoretical constructions in understanding visual images in society (V. Benjamin, M. Foucault, G. Debord, M. Horkheimer, T. Adorno, J. Lacan, R. Barth, P. Bourdieu, etc.). Cultural phenomena related to the concept of "visual": painting, theater, cinema, photography, television, advertising. History of modern technical visual practices. History of cinema. Brothers Louis and Auguste Lumiere in cinema. Cinema in Russia. Appearance of feature films. Psychological, artistic, expressionist focus in cinema.

Cinema as a means of expressing ideological content. History of the photo. History of the origin and development of photography. Dager and Johann Heinrich Schulze: Invention of light painting. Appearance of photo cameras. First photographer. Photo gallery: Best old black and white photos. Periodical print, illustrated editions. Documentary and artistic photography, their aesthetic significance. Photography as a traditional communication language.

Theme Variety of modern technical visual forms and practices

Semiotic methods of visual imaging research. Formation of the meanings of visual texts. Visual imagery as a discursive practice. Postmodern coordinates of the visual image. Features of the modern visual environment in the coordinates of the postmodern world. Methods for investigating representations of visual experience in the mind of an audience. Visual perception: phenomenon, content, main characteristics. Methods of visual perception research Approaches to the study of subjective interpretations of visual experience. Psychological and socio-psychological features of visual image consumption.

Theme 4 Visual Communications and Aspects of Modern Visual Perception information

Disclosure of the concept of "visual communications"; definition of visual communications as leading in the multisensory environment of the modern communication space; study of modern methods of perception, consumption and processing of visual information.

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.

Информационные и образовательные технологии,
реализуемые в программе дисциплины для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Информационные и образовательные технологии
1	2	3	4
1.	История визуальных искусств	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	<i>Вводная лекция</i> <i>Дискуссия</i> <i>Опрос на семинаре</i> <i>Консультирование</i>
2.	Визуальное искусство как объект	Лекция 2	<i>Лекция визуализация</i>

	исследования современных ученых	Семинар 2 Самостоятельная работа	<i>Собеседование Научное сообщение (доклад или реферат)</i> <i>Консультирование по подготовке научного сообщения</i>
3.	Разнообразие современных технических визуальных форм и практик	Лекция 3. Семинар 3 Самостоятельная работа	<i>Лекция с элементами обратной связи</i> <i>Собеседование Опрос на семинаре</i> <i>Консультирование</i>
4.	Визуальные коммуникации и аспекты современного восприятия визуальной информации	Лекция 4 Семинар 4 Самостоятельная работа	<i>Лекция-визуализация.</i> <i>Опрос на семинаре</i> <i>Консультирование</i>

Информационные и образовательные технологии,
реализуемые в программе дисциплины для **заочной** формы обучения

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Информационные и образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Бренд. Управление брендом – понятие и сущность. Место брендов в современном бизнесе.	Лекция 1. Самостоятельная работа	<i>Вводная лекция</i> <i>Консультирование</i>
2.	Архитектура бренда и оптимизация марочного портфеля.	Семинар 1 Самостоятельная работа	<i>Собеседование Научное сообщение (доклад или реферат)</i> <i>Консультирование по подготовке научного сообщения</i>
3.	Оценка и прогнозирование марочного капитала.	Лекция 1. Семинар 2 Самостоятельная работа	<i>Лекция с элементами обратной связи</i> <i>Собеседование Опрос на семинаре</i> <i>Консультирование</i>
4.	Корпоративный бренд-менеджмент.	Лекция 2 Семинар 3	<i>Лекция</i> <i>Опрос на семинаре</i>

		Самостоятельная работа	<i>Консультирование</i>
5.	Международные бренды.	Семинар 4	<i>Дискуссия</i>
		Самостоятельная работа	<i>Консультирование</i>
6.	Продвижение бренда. Медиабрендинг	Лекция 2	<i>Лекция с элементами обратной связи</i>
		Самостоятельная работа	<i>Консультирование</i>

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

При оценивании *устного опроса и участия в дискуссии* на семинарах учитываются:

- степень раскрытия темы выступления (0-2 балла);
- знание содержания обсуждаемых проблем, умение использовать ранее изученный теоретический материал и терминологию (0-2 балла).
- стиль и логика изложения материала, грамотность речи (0-1);

При *оценке рефератов и научных докладов* учитывается:

- полнота и точность раскрытия исследования, правильное определение объекта и предмета исследования (0-5)
- степень структурированности материала и научности изложения (0-2)
- оформление работы (наличие введения, заключения, основных разделов, списка литературы) (0-3)

Критерии оценки ответов при *тестировании*:

- правильный ответ – 1 балл.
- неправильный ответ – 0 баллов.

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии	3 балла	9 баллов
- опрос на семинаре	4 балла	20 баллов
- научный доклад	10 баллов	20 баллов
- тестирование	11 баллов	11 баллов
Промежуточная аттестация		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину)		100 баллов

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. Evaluation of planned training outcomes

5.1. Evaluation system

When evaluating *an oral survey and participation in the discussion* at seminars, the following are taken into account:

- degree of disclosure of the speech theme (0-2 points);
- knowledge of the content of the discussed problems, ability to use previously studied theoretical material and terminology (0-2 points).
- style and logic of material presentation, speech literacy (0-1);

When *evaluating abstracts and scientific reports*, the following is taken into account:

- completeness and accuracy of the study disclosure, correct definition of the object and subject of the study (0-5)
- degree of material structuring and scientific presentation (0-2)
- execution of work (availability of introduction, conclusion, main sections, reference list) (0-3)

Test Response Evaluation Criteria:

- the correct answer is 1 point.
- incorrect answer - 0 points.

Control form	Max. number of points	
	For one job	In total
Monitoring:		
- participation in the discussion	3 points	9 points
- survey at the seminar	4 points	20 points
- scientific report	10 points	20 points
- testing	11 points	11 points
Intermediate qualification		40 points
Total per semester (discipline)		100 points

The total result obtained is converted into the traditional rating scale and into the rating scale of the European Credit Transfer System (hereinafter - ECTS) in accordance with Table:

100-point scale	Traditional scale	ECTS scale	
95 – 100	great	A	
83 – 94		B	
68 – 82	good	set off	
56 – 67	well		D
50 – 55			E
20 – 49	unsatisfactorily	FX	
0 – 19		not counted	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)»/	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	«зачтено»	<p>промежуточной аттестации. 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/ С	«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. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «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. 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. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. 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	«неудовлетво- рительно»/ 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. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.2. Discipline Scoring Criteria

Scores/ ECTS Scale	Discipline Grade	Criteria for assessing the results of training by discipline
100-83/ A,B	Great "counted (excellent) "/ "counted"	<p>Exposed to the student, if he has deeply and firmly mastered theoretical and practical material, can demonstrate this in classes and in the course of intermediate certification.</p> <p>The student exhaustively and logically harmoniously sets out the educational material, knows how to link theory with practice, copes with solving the problems of professional orientation of a high level of complexity, correctly justifies the decisions made.</p> <p>He is fluent in educational and professional literature.</p> <p>The discipline is assessed by the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies assigned to discipline are formed at the level - "high."</p>
82-68/ C	Good "counted (good) "/ "counted"	<p>He is presented to the student, if he knows theoretical and practical material, competently and essentially sets it out in the classes and in the course of intermediate certification, avoiding significant inaccuracies.</p> <p>The student correctly applies theoretical provisions in solving practical problems of professional orientation of different levels of complexity, possesses the skills and techniques necessary for this.</p> <p>It is quite well oriented in educational and professional literature.</p>

		<p>The discipline is assessed by the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies assigned to discipline are formed at the level - "good."</p>
67-50/ D,E	<p>"satisfactory "/</p> <p>"counted (satisfactory) "/</p> <p>"counted"</p>	<p>He is presented to the student if he knows theoretical and practical material at the basic level, makes individual mistakes in his presentation in classes and during intermediate certification.</p> <p>The student experiences certain difficulties in applying theoretical provisions in solving practical problems of professional orientation of a standard level of complexity, possesses the basic skills and techniques necessary for this.</p> <p>Demonstrates a sufficient level of knowledge of educational literature in the discipline.</p> <p>The discipline is assessed by the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies assigned to discipline are formed at the level - "sufficient."</p>
49-0/ F,FX	<p>"unsatisfactory "/</p> <p>not counted</p>	<p>Presented to the student if he does not know theoretical and practical material at the basic level, makes gross mistakes in his presentation in classes and during intermediate certification.</p> <p>The student experiences serious difficulties in applying theoretical provisions in solving practical problems of professional orientation of a standard level of complexity, does not have the skills and techniques necessary for this.</p> <p>Demonstrates fragmentary knowledge of discipline teaching literature.</p> <p>The discipline is assessed by the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies at the level of "sufficient," assigned to discipline, have not been formed.</p>

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

По итогам изучения каждой темы проводятся устные и письменные **блиц-опросы** в рамках контрольных вопросов по дисциплине.

5.3.1. Контрольные вопросы по дисциплине.

Тема 1 История визуальных искусств

Понятие визуального искусства, медиакультуры, визуального образа культуры, языка коммуникации. Влияние массового производства на появление визуального искусства. Интерпретация визуальных образов в современном социогуманитарном знании. Традиции анализа визуального, сложившиеся в культурологии, социологии, социальной психологии, потребительском поведении.

Тема 2 Визуальное искусство как объект исследования современных ученых

Визуальные и культурные исследования Дж. Митчелл, Дж. Элкинс, К. Мокси, Э.Холли, Н. Мирзоефф, Дж. Диди-Уберман, Д. Левин, С. Мелвилл и др. Основные теоретические построения в понимании визуальных образов в обществе (В. Беньямин, М. Фуко, Г. Дебор, М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Ж. Лакан, Р. Барт, П. Бурдьё и др.). Культурные феномены, связанные с понятием «визуальное»: живопись, театр, кино, фотография, телевидение, реклама. История современных технических визуальных практик. История кино. Братья Луи и Огюст Люмьеры в кинематографе. Кинематограф в России. Появление игрового кино. Психологическая, художественная, экспрессионистская направленность в кино. Кино как средство выражения идеологического содержания. История фото. История возникновения и развития фотографии. Дагер и Иоганн Гейнрих Шульце: изобретение световписи. Появление фото камер. Первый фотограф. Фотогалерея: лучшие старые черно белые фотографии. Периодическая печать, иллюстрированные издания. Документальная и художественная фотография, их эстетическая значимость. Фотография как традиционный язык коммуникации.

Тема 3 Разнообразие современных технических визуальных форм и практик

Семиотические методы исследования визуальных образов. Формирование смыслов визуальных текстов. Визуальные образы как дискурсивная практика. Постмодерные координаты визуального образа. Особенности современной визуальной среды в координатах постмодерного мира. Методы исследования репрезентаций визуального опыта в сознании аудитории. Визуальное восприятие: феномен, содержание, основные характеристики. Методы исследования визуального восприятия Подходы к исследованию субъективных интерпретаций визуального опыта. Психологические и социально-психологические особенности потребления визуальных образов.

Тема 4 Визуальные коммуникации и аспекты современного восприятия визуальной информации

Раскрытие понятия «визуальные коммуникации»; определение визуальных коммуникаций как ведущих в мультисенсорной среде современного коммуникативного пространства; изучение современных методов восприятия, потребления и переработки визуальной информации.

5.3.2. Примерные темы выступлений и обсуждений на семинарах:

1 Понимание роли визуальных образов в сфере визуальных средств массовой коммуникации. Социокультурный контекст функционирования визуальных образов. Понятия образа, социального представления, имиджа.

2 История телевидения. Технологии телевидения. Механическое телевидение. Роль Термена в развитии телевидения в СССР. Электронное телевидение. Первый российский телецентр. Роль кинематографа в появлении массового ТВ. Создание спутниковой связи. Формирование канального телевидения. Принципы построения программ интеллектуального, культурного, просветительского и развлекательного характера в

сочетании с новостным, политическим, аналитическим и общественным направлениями как ведущие в отечественном телевидении.

3 Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: опыт прикладных исследований. Знаковая структура телевизионной политической рекламы. Знаково-семантический анализ как средство оптимизации рекламной коммуникации.

4 Изучение перцептивных возможностей человека; психологического и физиологического аспектов зрительского восприятия.

5.3 Assessment tools (materials) for current monitoring of academic performance, intermediate certification of students in the discipline

Based on the results of the study of each topic, oral and written **blitz surveys** are conducted as part of discipline control questions.

5.3.1. Discipline control questions.

Theme 1 History of Visual Arts

The concept of visual art, media culture, visual image of culture, language of communication. Impact of mass production on the emergence of visual art. Interpretation of visual imagery in modern socio-humanitarian knowledge. Traditions of visual analysis developed in cultural studies, sociology, social psychology, consumer behavior.

Theme 2 Visual Art as an Object of Study by Modern Scientists

Visual and cultural studies by J. Mitchell, J. Elkins, K. Moxey, E. Holley, N. Mirzoeff, J. Didi-Uberman, D. Levine, S. Melville, et al. The main theoretical constructions in understanding visual images in society (V. Benjamin, M. Foucault, G. Debord, M. Horkheimer, T. Adorno, J. Lacan, R. Barth, P. Bourdieu, etc.). Cultural phenomena related to the concept of "visual": painting, theater, cinema, photography, television, advertising. History of modern technical visual practices. History of cinema. Brothers Louis and Auguste Lumiere in cinema. Cinema in Russia. Appearance of feature films. Psychological, artistic, expressionist focus in cinema. Cinema as a means of expressing ideological content. History of the photo. History of the origin and development of photography. Dager and Johann Heinrich Schulze: Invention of light painting. Appearance of photo cameras. First photographer. Photo gallery: Best old black and white photos. Periodical print, illustrated editions. Documentary and artistic photography, their aesthetic significance. Photography as a traditional communication language.

Theme 3 Variety of modern technical visual forms and practices

Semiotic methods of visual imaging research. Formation of the meanings of visual texts. Visual imagery as a discursive practice. Postmodern coordinates of the visual image. Features of the modern visual environment in the coordinates of the postmodern world. Methods for investigating representations of visual experience in the mind of an audience. Visual perception: phenomenon, content, main characteristics. Methods of visual perception research Approaches to the study of subjective interpretations of visual experience. Psychological and socio-psychological features of visual image consumption.

Theme Visual Communications and Aspects of Modern Visual Perception information

Disclosure of the concept of "visual communications"; definition of visual communications as leading in the multisensory environment of the modern communication space; study of modern methods of perception, consumption and processing of visual information.

1.

5.3.2. Approximate topics of speeches and discussions at seminars:

1 Understanding the role of visual imagery in the field of visual media. Sociocultural context of the functioning of visual images. Concepts of image, social representation, image.

2 History of television. Television technology. Mechanical television. The role of television in the development of television in the USSR. Electronic television. The first Russian television center. The role of cinema in the emergence of mass TV. Creation of satellite communications. Formation of channel television. The principles of building intellectual, cultural, educational and entertainment programs in combination with news, political, analytical and social directions as leading in domestic television.

3 Visual images in social and marketing communication: experience in applied research. Iconic structure of television political advertising. Sign-semantic analysis as a means of optimizing advertising communication.

4 Study of human perceptual capabilities; psychological and physiological aspects of spectator perception.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4 (ГК РФ ч.4), Раздел VII. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/
2. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ (последняя редакция). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/
3. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (последняя редакция). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
4. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей» (последняя редакция). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

Литература:

Основная:

1. Старов, С. А. Управление брендами : учебник / С. А. Старов. - 4-е изд., перераб. - Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2021. - 557 с. - ISBN 978-5-288-06100-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840353>
2. Дмитриева Л. М. Бренд в современной культуре: Монография. - 1. - Москва ; Москва : Издательство "Магистр" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018. - 200 с. - [Электронный ресурс] // URL <http://znanium.com/go.php?id=941943>
3. Кузьмина О.Г. Бренд-менеджмент : Учебное пособие. - 1. - Москва ; Москва : Издательский Центр РИОР : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018. - 176 с. - [Электронный ресурс] // URL: <http://znanium.com/go.php?id=939859>
4. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). — DOI: <https://doi.org/10.12737/2142>. - ISBN 978-5-369-01236-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1239252>
5. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая

корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>

Дополнительная:

6. Аакер Дэвид А. Бренд-лидерство : новая концепция брендинга : [пер. с англ.] / Дэвид Аакер, Эрик Йохимштайлер. - М. : Изд. дом Гребенникова, 2003. - 374 с. : рис. ; 24 см. - (Бренд-менеджмент). - Пер. изд.: Brand leadership / David A. Aaker, Erich Joachimstahler (The Free Press, 2000).
7. Аакер Дэвид А. Как обойти конкурентов : создаем сильный бренд : [пер. с англ.] / Дэвид А. Аакер. - Москва [и др.] : Питер, 2012. - 350 с. : рис. ; 24 см. - Пер. изд.: Brand Relevance : Making Competitors Irrelevant / David A. Aaker (2011)
8. Аакер Дэвид А. Создание сильных брендов : пер. с англ. / Дэвид Аакер. - М. : Изд. дом Гребенникова, 2003. - 439 с. : рис., табл. - (Бренд-менеджмент). - Пер.изд.: Building strong brands / D. A. Aaker. - Доп. тит. л. ориг. англ.
9. Тангейт М. Мужские бренды: Создание и продвижение товаров для сильного пола / Тангейт М., Шалунова М. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 213 с - [Электронный ресурс] // URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=390471>
10. Чернатони, Лесли. Бренддинг. Как создать мощный бренд / Лесли де Чернатони, Малькольм МакДональд; пер. с англ. под ред. Б. Л. Ерёмкина; предисловие Б. Л. Ерёмкина. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 559 с. - [Электронный ресурс] // URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=390471>
11. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 270 с. - ISBN 978-5-394-03640-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093679>

Справочная:

12. Шарков, Ф. И. Коммуникология : энциклопедический словарь / Ф. И. Шарков. — 3-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 766 с. - ISBN 978-5-394-02169-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093003>
13. Шарков, Ф. И. Коммуникология: теория и практика массовой информации : учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; Межд. акад. коммуникологии. — 2-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 160 с. - ISBN 978-5-394-03263-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091132>

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

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR
9. <http://kafmr.rggu.ru/> - сайт кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы, факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ. Сайт создан для информирования студентов и преподавателей, взаимодействия между ними. На сайте публикуются материалы, касающиеся маркетинговой тематики.

10. www.interbrand.com
11. www.powerbranding.ru
12. Издательский дом Гребенникова (www.grebennikov.ru) Материалы подготовлены профессиональными практиками в области менеджмента, маркетинга и рекламы.
13. Информационно-справочный портал «Индустрия рекламы» <http://adindustry.ru>
14. Маркетинг в России и за рубежом (издательство Дело и сервис) (www.dis.ru). Журнал посвящен теории и методологии маркетинга, маркетингу в различных отраслях и сферах деятельности.
15. Официальный сайт Гильдии Маркетологов www.marketologi.ru
16. Форум «Маркетинг журнал 4p» www.4p.ru
17. Портал, посвященный наружной рекламе www.outdoor.ru
18. Блог сайта агентства рыночных исследований и консалтинга «Маркет» <https://market-agency.ru/blog/>
19. Сайт, посвященный корпоративному менеджменту www.cfin.ru
20. Сетевое издание AdIndex www.adindex.ru

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

Консультант Плюс

Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины **необходимы:**

- демонстрационные приборы для лекций,
- мультимедийные средства для презентаций докладов и рефератов.

Требования к аудиториям:

- для проведения семинаров необходимы компьютерные классы,
- для лекций и семинаров в аудитории необходимы: оборудование для письма, оборудование для показа слайдов и персональные компьютеры.

Состав программного обеспечения:

Windows

Microsoft Office

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 зачёт 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

Темы семинарских занятий отражают последовательность изучения дисциплины в соответствии с рабочей программой и выбраны исходя из их значимости для изучения дисциплины. На семинарах отрабатываются наиболее важные теоретические аспекты дисциплины, а также типовые задачи и ситуации, которые появляются в ходе реализации деятельности по управлению брендом.

При подготовке к занятию студент должен ознакомиться с планом семинара, повторить теоретический материал по данной теме на основании конспектов лекций, рекомендуемой литературы и электронных образовательных ресурсов. В ходе семинаров на базе самостоятельной подготовки обучающийся выполняет теоретические и практические задания, в ходе обсуждения которых оцениваются навыки в области профессиональной подготовки.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ.

1 Понимание роли визуальных образов в сфере визуальных средств массовой коммуникации. Социокультурный контекст функционирования визуальных образов. Понятия образа, социального представления, имиджа.

2 История телевидения. Технологии телевидения. Механическое телевидение. Роль Термена в развитии телевидения в СССР. Электронное телевидение. Первый российский телецентр. Роль кинематографа в появлении массового ТВ. Создание спутниковой связи. Формирование канального телевидения. Принципы построения программ интеллектуального, культурного, просветительского и развлекательного характера в сочетании с новостным, политическим, аналитическим и общественным направлениями как ведущие в отечественном телевидении.

3 Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: опыт прикладных исследований. Знаковая структура телевизионной политической рекламы. Знаково-семантический анализ как средство оптимизации рекламной коммуникации.

4 Изучение перцептивных возможностей человека; психологического и физиологического аспектов зрительского восприятия.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Научное сообщение на базе доклада или реферата является самостоятельной работой студента и подводит итоги его теоретической и практической подготовки по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада обучающийся должен показать свои способности и возможности по решению реальных проблем, используя полученные в процессе обучения знания. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении письменных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляются умения четко формулировать и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.

Выполнение работы предполагает консультационную помощь со стороны преподавателя. В ходе выполнения работы студент должен показать, в какой мере он

овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился ставить научно-исследовательские проблемы, делать выводы и обобщать полученные результаты.

Подготовка письменной работы имеет целью:

- закрепление навыков научного исследования;
- овладение методикой исследования;
- углубление теоретических знаний в применении к конкретному исследованию;
- применение знаний при решении конкретных задач управленческой деятельности;
- выяснение подготовленности студента к самостоятельному решению проблем, связанных с дисциплиной.

Общие требования.

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы студенту необходимо:

- иметь знания по изучаемой дисциплине в объеме программы РГГУ;
- владеть методами научного исследования;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- свободно ориентироваться при подборе различных источников информации и уметь работать со специальной литературой;
- уметь логично, грамотно и научно обоснованно формулировать теоретические и практические рекомендации, результаты анализа;
- квалифицированно оформлять графический материал, иллюстрирующий содержание работы.

Являясь законченной самостоятельной научно-исследовательской разработкой студента, письменная работа должна отвечать основным требованиям:

1. Актуальность темы исследования.
2. Предметность, конкретность и обоснованность выводов о состоянии разработки поставленной проблемы.
3. Соответствие уровня разработки темы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в соответствующей литературе.

Темы письменных работ формулируются на основе Примерной тематики, представленной в разделе 5.3. настоящей Рабочей программы.

Предлагаемая обучающимся тематика работ является примерной и не исключает возможности выполнения работы по проблемам, предложенным студентом. При этом тема должна быть согласована с преподавателем. При выборе темы необходимо учитывать, в какой мере разрабатываемые вопросы обеспечены исходными данными, литературными источниками, соответствуют индивидуальным способностям и интересам обучающегося.

Требования к содержанию и структуре текста

Предлагаемая примерная тематика охватывает широкий круг вопросов. Поэтому структура каждой работы должна уточняться студентом с преподавателем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п.

Каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- главы и/или параграфы;
- заключение;
- список использованных источников и литературы.

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Дисциплина «История визуальных коммуникаций» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой брендинга и визуальных коммуникаций.

Цель дисциплины – представить студентам как базовый фактографический материал

по истории визуальных коммуникаций, так и ключевые теоретические концепты исследовательской парадигмы визуальных и культурных исследований.

Задачи дисциплины:

раскрытие понятия «визуальные коммуникации»; определение визуальных коммуникаций как ведущих в мультисенсорной среде современного коммуникативного пространства;

изучение современных методов восприятия, потребления и переработки визуальной информации;

изучение перцептивных возможностей человека;

психологического и физиологического аспектов зрительского восприятия;

анализ существующих проектных решений в медиа-дизайне, рассмотрение функциональных и эстетических особенностей современных медиа-объектов;

создание типологии художественно-образных решений мультимедиа-дизайна, созданных на основе цифровых технологий;

проектирование и разработка комплексных мультимедиа дизайн-проектов, с использованием различных медиа компонентов (звука, графики, анимации, видео, текста), соответствующих современным требованиям.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы теории покупательского поведения и содержание процесса принятия решения о покупке для различных типов рынка и категорий товара; технологии и инструменты комплекса маркетинг

Уметь: разрабатывать концепции, стратегии и маркетинговые программы по продукту; использует технологии и инструменты комплекса маркетинг в онлайн и онлайн среде

Владеть: методиками разработки концепции товара; методиками разработки комплексного предложения ценности; навыками реализации коммуникационного продукта с использованием технологий и инструменты комплекса маркетинг в онлайн и онлайн среде

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

The discipline "History of Visual Communications" is implemented at the Faculty of Advertising and Public Relations by the Department of Branding and Visual Communications.

Purpose of the discipline - present to students as basic factual material

on the history of visual communications, as well as key theoretical concepts of the research paradigm of visual and cultural studies.

Tasks of the discipline:

disclosure of the concept of "visual communications"; definition of visual communications as leading in the multi-sensory environment of the modern communicative space;

study of modern methods of perception, consumption and processing of visual information;

the study of perceptual capabilities of a person;

psychological and physiological aspects of the viewer's perception;

analysis of existing design solutions in media design, consideration of the functional and aesthetic features of modern media objects;

creation of a typology of artistic and figurative multimedia design solutions created on the basis of digital technologies;

design and development of complex multimedia design projects using various media components (sound, graphics, animation, video, text) that meet modern requirements.

The discipline is aimed at the formation of competencies:

PC-1 Able to conduct marketing research using marketing mix tools

As a result of mastering the discipline, the student must:

To Know: fundamentals of the theory of purchasing conduct and the content of the process of making a purchase decision for various types of market and product categories; technologies and tools of the marketing mix

To Be able to: develop concepts, strategies and marketing programs for the product; uses technologies and tools of the marketing mix in the online and online environment

To Own: product concept development methods; methodologies for developing a comprehensive value proposition; skills in the implementation of a communication product using technologies and tools of the marketing mix in an online and online environment

The discipline provides for intermediate certification in the form of an exam. The total labor intensity of mastering the discipline is 3 credit units.