

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Антропология визуальной коммуникации»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является дать студентам необходимые теоретические знания касающиеся некоторых антропологических концепций, помогающих понять природу визуальной репрезентации явлений и объектов современного мира, а также практические навыки применения методов социологии и антропологии для изучения практик и продуктов визуальной коммуникативной культуры для решения профессиональных задач.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать системное представление о подходах к сбору и анализу данных в методологии визуальных исследований, об основных теоретических понятиях визуальной социологии, принципах визуальной этнографии;
- изучить комплекс визуальных методов, отработать навыки составления инструментария, сбора, обработки, хранения и анализа данных, написания текстов и создания творческих продуктов в жанрах, релевантных визуальной антропологии;
- освоить прикладные задачи визуальных исследований публичной сферы и социальных коммуникаций;
- отработать навыки систематизации визуальных данных и презентации результатов исследования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма:

Дисциплина «Антропология визуальной коммуникации» Б1.Б.19 относится к базовой части дисциплин учебного плана. Она изучается в шестом семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современных коммуникаций, общекультурные и исторические особенности развития современного общества, прикладные аспекты решения основных задач непосредственной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью (предшествующие дисциплины: История Отечества, Социальные институты и процессы, Основы теории коммуникации, Профессионально ознакомительная учебная практика, Философия, Культурология, Креативные технологии в рекламе, Искусство, Компьютерная графика и дизайн в рекламе, Конструирование рекламы, Теория и практика массовой информации, Профессионально-творческая производственная практика, Инфографика и визуализация коммуникационного продукта, Профессионально-творческая производственная практика, Профессионально-творческая производственная практика).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин: Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью, Поведение потребителей, Технологии производства рекламного продукта, Преддипломная практика.

Заочная форма:

Дисциплина «Антропология визуальной коммуникации» Б1.Б.19 относится к базовой части дисциплин учебного плана. Она изучается в седьмом семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современных коммуникаций, общекультурные и исторические особенности развития современного общества, прикладные аспекты решения основных задач непосредственной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью (предшествующие дисциплины: История (История России, Всемирная история), Социальные институты и процессы, Основы теории коммуникации, Профессионально ознакомительная учебная практика, Философия, Культурология, Креативные технологии в рекламе, Искусство, Компьютерная графика и дизайн в рекламе, Конструирование рекламы, Теория и практика массовой информации, Инфографика и визуализация коммуникационного продукта, Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью, Профессионально-творческая производственная практика, Профессионально-творческая производственная практика).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин: Поведение потребителей, Технологии производства рекламного продукта, Преддипломная практика.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

<p>УК 5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>Знать: общие принципы исторической обусловленности межкультурного разнообразия общества;</p> <p>Уметь: пользоваться соответствующими философскими, научными концепциями и категориями при устной и/или письменной реконструкции того или иного исторического периода развития (-прото) рекламы и/или (-прото) связей с общественностью;</p> <p>Владеть: навыками по подготовке обзоров основных исторических периодов развития (-прото) рекламы и (-прото) связей с общественностью как социальных практик и сфер социально-гуманитарного знания; навыками описания этических и философских факторов, влияющих на результат реконструкции характера рекламы или PR в тот или иной период развития общества.</p>
<p>ОПК 3 - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать: принципы формирования художественно-образных систем различных видов искусства в процессе создания медиатекстов и/или медиапродуктов и/или коммуникационных продуктов;</p> <p>Уметь: применять стилистические нормы употребления языковых единиц в процессе создания медиатекстов и/или медиапродуктов и/или коммуникационных продуктов, понимать культурное многообразие, а также отличия основных сфер общения, а также типичных для них функциональных стилей, подстилей, жанров речи;</p> <p>Владеть: при разработке идеи, концепта, содержания, структуры медиатекстов и/или медиапродуктов и/или</p>

	коммуникационных продуктов владеть навыками применения интертекста, ассоциативных отсылок к культурным объектам и знакам мирового и отечественного искусства
--	--

3. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы

4. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение семинарских занятий, направленных на освоение вопросов курса
- проведение групповых дискуссий на практических занятиях
- выполнение практических домашних заданий.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций;
- выполнение практических заданий, написание эссе
- подготовка к выступлению на семинарах, групповых дискуссиях;
- подготовка к зачету.

5. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений).

Промежуточный контроль проводится в форме выполнения практических заданий, эссе
Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.