

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 15.05.2025 17:17:53

Уникальный программный ключ:

sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЗНАКОВЫЕ СИСТЕМЫ В ДИЗАЙНЕ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Знаковые системы в дизайне» входит в программу бакалавриата «Цифровые маркетинговые коммуникации» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 4 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 8 тем и направлена на изучение основных понятий по теории знаков и знаковых систем, области и цели использования знаковых систем в дизайне

Целью освоения дисциплины является сформировать у студентов общее понимание принципов и целей применения знаков и знаковых систем в рекламном дизайне, задач и ограничений в создании и реализации концептов с использованием знаков и знаковых систем, познакомить студентов с базовыми инструментами и методиками разработки систем идентификации, а также с примерами применения систем идентификации в бизнес-практике; сформировать навыки самостоятельного применения полученных инструментов разработки и анализа знаковой составляющей в визуализации и вербализации креативных концепций; развить навыки творческого проектирования, работы в команде, презентации и защиты идей.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Знаковые системы в дизайне» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.; ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Знаковые системы в дизайне» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Знаковые системы в дизайне».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Основы дизайна; Основы менеджмента; Основы маркетинга; Социология; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы связей с общественностью; <i>Методы воздействия в массовых коммуникациях**;</i> <i>Литературное редактирование медиатекстов**;</i> <i>История кинематографа**;</i> <i>Развитие креативного мышления**;</i> <i>Имидж территорий**;</i> <i>Бизнес-этикет**;</i> <i>Практика медиакоммуникаций**;</i> <i>Введение в коучинг**;</i> <i>Основы работы с общественным мнением**;</i> <i>Введение в психологию коммуникаций**;</i> <i>Тренды медиадизайна**;</i> <i>Стереотипы и архетипы в коммуникациях**;</i> Учебная практика;	Производственная (проектная) практика; Преддипломная практика; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Управление человеческими ресурсами; Информационные технологии в рекламе и PR; Теория и практика массовой информации; Психология рекламы и PR; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Основы брендинга; Омниканальный маркетинг; Креативные технологии в цифровой среде; Управление лояльностью; Основы продвижения на маркетплейсах; <i>Организация работы отделов рекламы**;</i> <i>Организация работы PR-отделов**;</i> <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i> Медиапланирование;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Знаковые системы в дизайне» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			4
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	29		29
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Дизайн исследования и дизайн мышление в проектировании визуальных коммуникаций	1.1	Дизайн как проектная деятельность	ЛК, СЗ
		1.2	Нерекламные и рекламные визуальные коммуникации. Введение в проектирование объектов и систем в рекламном дизайне	ЛК, СЗ
Раздел 2	Навыки и графические системы в дизайне	2.1	Дизайн объект как знаковая система. Виды и формы знаков	ЛК, СЗ
		2.2	Семиотика в рекламной коммуникации	ЛК, СЗ
		2.3	Введение в анализ рекламного сообщения	ЛК, СЗ
Раздел 3	Проектирование знаковых систем для брендов.	3.1	Рекламное сообщение в брендинге	ЛК, СЗ
		3.2	Сложности и ограничения в проектировании визуальных коммуникаций для брендов	ЛК, СЗ
		3.3	Мастер-класс: логотип как сообщение бренда. Разработка логотипа для образовательного форума	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Ильин Анатолий Семенович. Реклама в коммуникационном процессе [Текст/электронный ресурс] : Курс лекций / А.С. Ильин. - Электронные текстовые данные. - М. : КноРус, 2017. - 141 с. - ISBN 978-5-390-00396-1 : 333¶<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/5294¶¶>

Дополнительная литература:

1. Туэмлоу Э. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. - М.: Астрель, 2006. - 298 с.¶
2. Ch.W. Morris. Foundation of the Theory of Signs. Chicago: Chicago University Press. 1938/1970¶
3. Актуальный дизайн. Упаковка 01: -- Москва, РИП-Холдинг, 2009 г.- 192 с.
4. Бауэр В. И др. Энциклопедия символов.- М.: Крон-пресс.-1995.¶
5. Бергер К.М. Путеводные знаки. Дизайн графических систем навигации. – М.: РИП-холдинг, 2011. – 176с.
6. Веркман К. Товарные знаки: создание, психология, восприятие. Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1990. - 520 с.¶
7. Дайана, Мо Безумцы. Иллюстрированный мир / Мо Дайана. - М.: Альпина Паблишер, 2013. - 864 с.¶
8. Клеон, Остин Покажи свою работу. 10 способов сделать так, чтобы тебя заметили. Кради как художник. 10 уроков творческого самовыражения (комплект из 2 книг) / Остин Клеон. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 404 с.¶
9. Матанцев, А. Н. Эффективность рекламы / А.Н. Матанцев. - М.: Финпресс, 2014. - 416 с.¶
10. Минчжу, Дун Жизнь как игра в шахматы / Дун Минчжу. - М.: Техносфера, 2011. - 284 с.¶
11. Музыкант, В. Л. Теория и практика современной рекламы (комплект из 2 книг) / В.Л. Музыкант. - М.: Евразийский регион, 2015. - 728 с.¶
12. Назайкин, Александр Иллюстрирование рекламы / Александр Назайкин. - М.: АВТОР, 2011. - 634 с.¶
13. Дегтярев А.Р. Изобразительные средства рекламы: Слово, композиция, стиль, цвет. - М.: Фаир-Пресс, 2006. - 256 с.¶
14. Добробабенко Н.С. «Фирменный стиль: принципы разработки.- М: Инфра-М., 1999» -с. 67¶
15. Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2014. – 381с.¶
16. Домнин, В.Н. Брендинг: новые технологии в России. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – С.30.
17. Законодательство о товарных знаках. Гражданский кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. N 230-ФЗ Часть четвертая. Вступил в силу с 1.01.2008 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.tm-patent.ru/legislation.html>.¶
18. Идея [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Идея>.¶
19. Капферер Н. «Торговая марка: испытание практикой» М. 2002
20. Ключев, М. Цвет и человек / М. Ключев // Дизайн. - 2008. - №5.¶
21. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие/ Н.В. Ткаченко, О.Н.Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. ¶
22. Лотман Ю.М.. Семиосфера. СПб, 2001, с. 250-268.¶
23. Лотман. Ю.М. Семиотическое пространство. / Я иду на занятия... Семиотика. Хрестоматия. М.: Изд-во Ипполитова, 2005, стр. 289-296.¶
24. Матанцев, А.Н. Эффективность рекламы / А.Н. Матанцев. - М.: Изд-во «Фин-пресс», 2002. - 416 с.¶
25. Махлина С.Т. Семиотика культуры и искусства. Словарь-справочник в 2-х

книгах. Книга вторая М-Я. 2-е издание. Изд-во "Композитор". Санкт-Петербург. 2003.¶
Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

3.

4.

5.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Знаковые системы в дизайне».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Осмоловская Анна
Васильевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Должность БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.