

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.05.2023 12:01:09
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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

Б1.О.01.13 Основы дизайна

(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):

Реклама

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Основы дизайна» является структурный анализ изобразительных средств дизайна, их выразительных возможностей, систем композиционного построения, закономерностей взаимодействия для наиболее точного и эмоционального выражения рекламы.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Основы дизайна» 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)
УК-12	Способен искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.	УК-12.1. Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;
		УК-12.2. Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.
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-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
		ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.
		ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
		ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-8	Способен осмысленно и плодотворно использовать цифровые технологии для эффективного решения профессиональных задач в сфере рекламы и PR	ОПК-8.1 Знает цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ.
		ОПК-8.2 Умеет вводить и обрабатывать текстовые данные, сканировать и обрабатывать графическую информацию; использовать цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ.
		ОПК-8.3 Владеет навыками использования цифровых технологий, методов и способов технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; владеет навыками создания и ведения информационных баз данных; навыками размещения информации в цифровом пространстве.
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 (ПС	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.

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	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 «Основы дизайна» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Основы дизайна».

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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
УК-12	Способен искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а	Основы теории коммуникации Компьютерные технологии и информатика Основы речевой коммуникации	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе Основы интегрированных коммуникаций в PR Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
	также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.		
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	<p>Основы теории коммуникации</p> <p>Основы речевой коммуникации</p> <p>Социология</p>	<p>Управление медиакампаниями</p> <p>Управление коммуникационными проектами</p>
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>Искусство</p> <p>История</p> <p>Литература</p> <p>Мировая художественная культура</p>	<p>Управление медиакампаниями</p> <p>Управление коммуникационными проектами</p> <p>История кинематографа</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Компьютерные технологии и информатика	Информационные технологии в рекламе и PR Технологии производства в рекламе и связях с общественностью Теория и практика массовой информации
ОПК-8	Способен осмысленно и плодотворно использовать цифровые технологии для эффективного решения профессиональных задач в сфере рекламы и PR	Нестандартные рекламные и PR-технологии Современные технологии презентации	Информационные технологии в рекламе и PR Технологии производства в рекламе и связях с общественностью
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 (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	Реклама в современном мире PR в современном мире Компьютерные технологии и информатика Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности	Теория и практика массовой информации Теория и практика рекламных кампаний Управление коммуникационными проектами

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы дизайна» составляет 5 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2	3	4	
Контактная работа, ак.ч.	102	-	-	51	51	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	34	-	-	17	17	
Лабораторные работы (ЛР)	68	-	-	34	34	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	-	-	-	-	-	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	51	-	-	39	12	
Контроль (экзамен), ак.ч.	27	-	-	18	9	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	180	-	-	108	72
	зач.ед.	5	-	-	3	2

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	...	5	6
Контактная работа, ак.ч.	70			34	36
в том числе:					
Лекции (ЛК)	35			17	18
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	35			17	18
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	46			19	27
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	28			19	9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144		72	72
	зач.ед.	4		2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Основы визуальной культуры.	Тема 1.1. Ощущения как источник знаний. Виды ощущений.	ЛК
	Тема 1.2. Зрительные образы памяти, воображение, ассоциации – источники формирования образов в изобразительной деятельности.	ЛК, ЛР
	Тема 1.3. Психофизиология восприятия цвета и формы. Восприятие как процесс конструирования целостного образа из элементов и деталей.	ЛК, ЛР

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	Тема 1.4. Гештальт-психология: взаимодействие формы и цвета, группировки, иллюзии.	ЛК, ЛР
Раздел 2. Основные сведения о композиции. Принципы работы с формой (формообразование).	Тема 2.1. Единство форм органического мира. Спираль, шар, многогранники, труба, дерево, звезда. Закономерности предметного мира. Отражение физических законов в композиции. Законы гравитации, равновесия, движения, оптики, эквивалентов, сохранения массы, постоянства пропорций.	ЛК, ЛР
	Тема 2.2. Основные формы – квадрат, треугольник, круг – с точки зрения семантики, психологии восприятия, динамики формы и т.д. Признаки композиционного построения формы.	ЛК, ЛР
	Тема 2.3. Базовое понятие о композиции, как об организующей структуре, изобразительной системы для выражения идеи.	ЛК, ЛР
	Тема 2.4. Определение рельефа. Физические и эмоциональные характеристики рельефа. Применение рельефа в рекламе.	ЛК, ЛР
Раздел 3. Цвет, цветовая выразительность и цветовые гармонии в рекламе.	Тема 3.1. Цвет. Зрительные ощущения.	ЛК, ЛР
	Тема 3.2. Психологические характеристики цветов, позитивные и негативные характеристики цвета, возрастные особенности восприятия цвета. Роль цвета в формировании визуальных образов.	ЛК, ЛР
	Тема 3.3. Цветовые предпочтения. Гармонизации родственных, родственно-контрастных, контрастных цветов.	ЛК, ЛР
Раздел 4. Шрифт и типографика в рекламе.	Тема 4.1. Буква как знак. Этапы и исторические основания формирования шрифтовой (знаковой) формы. Линия, точка, пятно в шрифтовой графике. Системы соподчинения изображения и шрифта по нюансу и по контрасту.	ЛК, ЛР
	Тема 4.2. Форма и контрформа как единое целое. Значение ритма в шрифтовых композициях. Геометрическое и оптическое восприятие шрифтовых элементов. Системы соподчинения в типографических композициях. Модульные сетки.	ЛК, ЛР
	Тема 4.3. Образ как концентрированное выражение идеи. Шрифт и изображение. Анализ изображения. Этапы работы над созданием шрифтовой композиции в рекламном сообщении. Креативные основы	ЛК, ЛР

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	методологии создания выразительного образа.	
Раздел 5. Разработка креативных визуальных концепций и графических решений для рекламной продукции.	Тема 5.1. Феноменологические и эмоциональные характеристики для графического выражения образа фирмы и т.д. Основные рекламные средства, имиджевые понятия на которые опирается визуальный образ. Оптимальное количество цветов в рекламном обращении.	ЛК, ЛР
	Тема 5.2. Определение фирменного стиля. Функции систем корпоративной идентичности. Принцип разработки фирменного стиля, его развитие и рестайлинг. Графические составляющие фирменного стиля: знак, логотип, комбинированный знак.	ЛК, ЛР
	Тема 5.3. Качество цвета и полиграфия. Практические рекомендации по работе с современными цветовыми системами.	ЛК, ЛР
Раздел 6. Итоговый проект.	Практикум по разработке креативных визуальных концепций и графических решений для рекламной продукции.	ЛР

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.	стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы (Power Point, Prezi, Photoshop,

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		Illustrator), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS
Лаборатория	Аудитория для проведения лабораторных работ, индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и оборудованием.	Программы Power Point, Prezi, Photoshop, Illustrator. Материалы: бумага А4-А5, линейка, циркуль, набор тонких фломастеров, лайнеров или шариковых ручек, простой карандаш, ножницы
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.	
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы (Power Point, Prezi, Photoshop,

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		Illustrator), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Жукова Т.Е. Композиционное моделирование: Методические указания к изучению курса. – М.: Изд-во РУДН, 2012. - 17 с.
<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/2513>
2. Соловьева А.В. Дизайн архитектурной среды: учебное пособие. – М.: РУДН, 2016. – 177 с.
3. Тулупов В.В. Техника и технология медиадизайна. В 2-х кн.: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2018, 2019. - 208 с.
<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6230>

Дополнительная литература:

1. Агостон Ж. Теория цвета и ее применение в искусстве и дизайне. Пер. с англ. – М.: Мир, 1982.
2. Бесчастнов Н.П. Черно-белая графика. – М., Владос, 2008.
3. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике. – М.: Д.Аронов, 2006.
4. Бхаскаран Л. Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы. – М.: АСТ, Астрель, 2006.
5. Бхаскаран Л. Дизайн и время. Стили и направления в современном искусстве и архитектуре. – М.: Арт-Родник, 2007.
6. Иттен И.И. Искусство цвета. – М.: Изд. Аронов, 2001.
7. Кандинский В.В. Точка и линия на плоскости. – СПб., 2001.
8. Кнабе Д.А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. – М.: Диалектика, 2006.
9. Королькова А. Живая типографика. – М.: Индекс маркет, 2008.
10. Лаврентьев А. Н. История дизайна. Учеб. пособие для вузов. — М.: ГАРДАРИКИ, 2007.
11. Минервин Г.Б., Шимко В.Т., Ефимов А.В. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник. – М., 2004.
12. Сурина М.О. Цвет и символ в искусстве, дизайне и архитектуре. – Ростов н/Д., 2003.
13. Ткалич С.К. Основы коммуникативного дизайна. – М., 2007.
14. Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн. – СПб.: БХВ-Петербург, 2004.
15. Яньшин П.В. Психосемантика цвета. – СПб.: Речь, 2006.

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 «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- 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/>
- информационный портал о дизайне <http://kak.ru>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Основы дизайна».
2. Лабораторный практикум по дисциплине «Основы дизайна».

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

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Основы дизайна» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Основы дизайна» (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=8455>

РАЗРАБОТЧИКИ:

Доцент кафедры Рекламы и
бизнес-коммуникаций



Осмоловская А.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующая кафедрой

Рекламы и бизнес-

коммуникаций

Должность, БУП



Подпись

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О.