

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

**Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета**  
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

---

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Основы визуальных коммуникаций  
(наименование дисциплины/модуля)

---

**Рекомендована МСЧН 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):**

Связи с общественностью  
(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

---

2023 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» является формирование понимания современной концепции формирования и управления визуальными образами в целях эффективной коммуникации с целевой аудиторией.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» 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-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философских контекстах.	УК-5.1. Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития;
		УК-5.2. Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;
		УК-5.3. Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения;
		УК-5.4. Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования;
		УК-5.5. Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий;
		УК-5.6. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Основы визуальных коммуникаций» 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 визуальных коммуникаций».

*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-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философских контекстах.	История, Литература	История рекламы и связей с общественностью, Психология рекламы и PR

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» составляет 4 зачетных единиц.

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

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр						
		1	2	3	4	5	6	7
Контактная работа, ак.ч.	34		34					
Лекции (ЛК)	17		17					
Лабораторные работы (ЛР)	-		-					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	92		92					
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.	18		18					
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	<b>144</b>	<b>144</b>					
	зач.ед.	<b>4</b>	<b>4</b>					

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

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		2	...	7	8
Контактная работа, ак.ч.	40	40			
в том числе:					
Лекции (ЛК)	20	20			
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	20	20			
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	99	99			
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	5	5			
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	<b>144</b>	<b>144</b>		
	зач.ед.	<b>4</b>	<b>4</b>		

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

<b>Наименование раздела дисциплины</b>	<b>Содержание раздела (темы)</b>	<b>Вид учебной работы*</b>
Раздел 1. ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЗРИТЕЛЯ С ХУДОЖЕСТВЕННЫМИ ОБРАЗАМИ	Тема 1.1. Эволюция искусства в XX веке: от перформанса до флешмоба	ЛК, СЗ
	Тема 1.2. Образы в движении как концепция кинематографа	ЛК, СЗ
	Тема 1.3. Digital-art и перспективы его применения в коммуникациях	ЛК, СЗ
Раздел 2. ВИЗУАЛИЗАЦИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	Тема 2.1. Формирование современной концепции визуальной коммуникации	ЛК, СЗ
	Тема 2.2. Реклама как искусство убеждения	ЛК, СЗ
	Тема 2.3. Визуализация в PR-коммуникации	ЛК, СЗ

## 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 для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS
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.	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 для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS
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.	

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
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 настольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

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

### *Дополнительная литература:*

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

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

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

1. Курс лекций по дисциплине «Основы визуальных коммуникаций».
2. Комплект заданий для работы на практических занятиях по дисциплине «Основы визуальных коммуникаций».

\* - 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 визуальных коммуникаций» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности,

характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

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

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

**РАЗРАБОТЧИКИ:**

**Доцент кафедры рекламы и  
бизнес-коммуникаций**

Должность, БУП

Подпись

**Осмоловская А.В.**

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

зав. каф. рекламы и бизнес-ком.

Должность, БУП



Подпись

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О.