

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 07.05.2026 10:51:45

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

КРЕАТИВ 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):

РЕКЛАМА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Креатив в дизайне» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 9 тем и направлена на изучение и развитие студентов в области оригинального и инновационного мышления, а также на освоение техник и приемов, способствующих созданию уникальных и эстетически привлекательных дизайнерских решений.

Целью освоения дисциплины является развитие у студентов способностей к творческому мышлению, формированию индивидуального стиля и подготовке к созданию инновационных, эстетически привлекательных дизайнерских проектов, способных внести вклад в современную культуру и общество.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Креатив 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)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4 Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и обосновывает свои выводы с применением философского понятийного аппарата; УК-1.5 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.6 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.7 Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностно-го характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте;
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Креатив 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 «Креатив 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*
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		Преддипломная практика; Учебная практика; <i>Индустрия цифровых коммуникаций**</i> ; <i>Креатив в маркетинге**</i> ; <i>Визуальная коммуникация бренда**</i> ; <i>Спонсорство и партнерство**</i> ; <i>Культурные и креативные индустрии**</i> ; <i>Проектная документация в маркетинговых коммуникациях**</i> ; Основы экономики; Мировая экономика; Маркетинговые исследования; Основы подготовки научно-практических работ и проектов; <i>Событийный маркетинг**</i> ; <i>Разработка нового продукта**</i> ; <i>Креативные стратегии**</i> ; <i>Бренд-коммуникации**</i> ; <i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**</i> ; <i>Спичрайтинг**</i> ;
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий		Производственная (ознакомительная) практика; Преддипломная практика; История рекламы и связей с общественностью; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Психология рекламы и PR; Теория и практика продаж в рекламе; <i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**</i> ; <i>Тренды в медиапотреблении**</i> ; <i>Теория и практика PR-кампаний**</i> ; <i>Out-of-home реклама**</i> ; <i>Управление</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<p>коммуникационными проектами**; <i>Разработка Digital-проекта**;</i> <i>Теория и практика рекламных кампаний**;</i> <i>Менеджмент рекламного агентства**;</i> <i>Управление кризисами**;</i> <i>Контент-маркетинг**;</i> <i>Анализ данных и искусственный интеллект**;</i> <i>Мобильный маркетинг**;</i> <i>Мерчендайзинг**;</i> Искусственный интеллект в коммуникационной деятельности; <i>Этика в маркетинговых коммуникациях**;</i> <i>Маркетинг на B2C рынке**;</i> <i>Нейромаркетинг**;</i> <i>Практика немедийных коммуникаций**;</i> <i>CRM-системы**;</i> <i>История коммуникационного бизнеса**;</i> <i>Управление медиамиксом**;</i> <i>Продвижение в шоу-бизнесе**;</i> <i>Эмоциональный интеллект**;</i> <i>Современные аспекты мониторинга СМИ**;</i> <i>Создание видеоконтента**;</i> <i>Психологические аспекты работы с аудиторией**;</i> Производственная (проектная) практика;</p>

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Креатив в дизайне» составляет «3» 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)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	71		71
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	3		3
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Развитие креативного мышления в дизайне	1.1	Техники стимулирования творческого мышления	Методы дивергентного/конвергентного мышления: брейншторм, морфологический анализ, карты мыслей, латеральные техники, рефрейминг и осознанные ограничения для генерации идей. Быстрое прототипирование, комбинирование и ассоциации для отбора, проверки гипотез и развития дизайн-концептов.	ЛК, СЗ
		1.2	Исследование и воплощение новаторских идей в дизайн-проектах	Тренд- и техноскаутинг, пользовательские исследования и рефрейминг проблем для выявления инсайтов и формулирования новаторских гипотез; использование speculative design и дизайн-экспериментов для оценки ценности и рисков. Быстрое прототипирование (low/high-fi), тестирование с пользователями, итерации и сторителлинг-концепции для убедительной материализации идеи и подготовки к внедрению.	ЛК, СЗ
		1.3	Влияние культурных и искусственных трендов на креативный процесс	Культурные контексты, субкультуры и художественные движения (включая цифровые/ИИ-тренды) формируют референсы, смыслы и эстетики, влияя на генерацию идей и критерии новизны. Применяются трендотчинг, семиотический анализ, отслеживание weak signals и moodboard-практики для конвертации трендов в дизайн-гипотезы с учетом межкультурной чувствительности и избегания клише/апроприации.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Эксперименты в дизайне и исследовательские методы	2.1	Роль экспериментов и исследований в создании нестандартных дизайнерских концепций	Эксперименты и исследования (материаловедение, пользовательские инсайты, прототипирование, А/В-проверки) раскрывают скрытые возможности формы/функции и снижают неопределённость гипотез. Культура «быстрых» итераций и допущения ошибок превращает данные и неочевидные находки в нестандартные концепции с верифицированной ценностью.	ЛК, СЗ
		2.2	Принципы дизайн-мышления и их применение в практике	Дизайн-мышление строится на эмпатии, точной постановке задач, дивергентной идеации, быстром прототипировании и тестировании, объединяя желанность, осуществимость и жизнеспособность решений.	ЛК, СЗ
		2.3	Взаимосвязь креативности и	Креативность в дизайне работает через осмысленные	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
			функциональности в дизайне	ограничения и усиливает функциональность: идея должна решать задачу пользователя, упрощать сценарий и усиливать идентичность. Баланс проверяется прототипированием и тестами (понятность, удобство, скорость выполнения, эмоциональный отклик), чтобы форму и выразительность поддерживала эргономику и технологичность.	
Раздел 3	Программное обеспечение и технологии в креативном дизайне	3.1	Применение графических редакторов и специализированных программных инструментов	Освоение графических редакторов и специализированных инструментов (растровые, векторные, 3D, motion, прототипирование) для решения дизайн-задач: от сеток, типографики и цветокоррекции до моделинга, анимации и интерактивов	ЛК, СЗ
		3.2	Виртуальная и дополненная реальность в дизайне	Принципы проектирования пространственного UX для VR/AR: иммерсия, интерактивность, масштаб и навигация, эргономика и безопасность; применение 3D-движков, трекинга и гайдлайнов платформ для быстрого прототипирования и тестирования. Создание сценариев смешанной реальности для брендов, образования и индустрии с учетом производительности, латентности, комфорта пользователя и интеграции с физической средой.	ЛК, СЗ
		3.3	Интерактивные и мультимедийные технологии в создании креативных дизайн-проектов	Интеграция интерактивности и мультимедиа (аудио, видео, анимация, сенсоры, генеративная графика)	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.	Ауд. 101, 103, 107, 109, 346, 428, 319, 423. Мультимедиа проектор, экран настенный
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.	Ауд. 101, 103, 107, 109, 346, 428, 319, 423. Мультимедиа проектор, экран настенный
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.	4 зал библиотеки

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-8968-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/185976>» (Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — ISBN 978-5-8114-8968-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/185976> (дата обращения: 17.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — С. 190.).

Дополнительная литература:

1. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18674-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518856>

2. Хамидулин, В. С. Основы проектной деятельности / В. С. Хамидулин. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 144 с. — ISBN 978-5-507-46254-4. — Текст :

электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/303623>» (Хамидулин, В. С. Основы проектной деятельности / В. С. Хамидулин. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — ISBN 978-5-507-46254-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/303623> (дата обращения: 17.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — С. 139.).

3. Сабирова, Ф. М. Теория и практика реализации STEAM-образования / Ф. М. Сабирова, Т. И. Анисимова. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 104 с. — ISBN 978-5-507-48160-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/367421>» (Сабирова, Ф. М. Теория и практика реализации STEAM-образования / Ф. М. Сабирова, Т. И. Анисимова. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — ISBN 978-5-507-48160-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/367421> (дата обращения: 17.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — С. 21.).

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/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Креатив 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:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.