

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.05.2026 14:56:39
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

ТРЕНДЫ МЕДИАДИЗАЙНА

(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)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Тренды медиадизайна» входит в программу бакалавриата «Цифровые маркетинговые коммуникации» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 9 тем и направлена на изучение современных тенденций и направлений в медиадизайне, анализ практик и инноваций в области создания визуальных и интерактивных медиапродуктов, а также развитие креативных и технических навыков для успешной реализации дизайн-проектов.

Целью освоения дисциплины является овладение знаниями о последних тенденциях и инновациях в сфере медиадизайна, развитие креативного мышления, а также умение адаптировать и применять актуальные дизайн-практики для создания визуально привлекательных и востребованных медиапродуктов.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Тренды медиадизайна» 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-4	Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском (как иностранном) и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневной, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения	УК-4.1 Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства; УК-4.2 Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; УК-4.3 Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках; УК-4.4 Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на русский и обратно; УК-4.5 Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции; УК-4.6 Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки; УК-4.7 Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности;
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-

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		<p>кампаний 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;</p> <p>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.;</p>

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Тренды медиадизайна» 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 «Тренды медиадизайна».

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-4	Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском (как иностранном) и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневной, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения	<p>Русский язык и культура речи;</p> <p>Иностранный язык**;</p> <p>Русский язык как иностранный**;</p> <p>Профессиональный иностранный язык (факультатив);</p> <p>Второй иностранный язык (практический курс);</p>	<p>Преддипломная практика;</p> <p>Современные форматы Sales Promotion**;</p> <p>Контент цифровых медиа**;</p> <p>Внутренние коммуникации**;</p> <p>Практикум ведения переговоров**;</p> <p>Профессиональный иностранный язык (факультатив);</p> <p>Второй иностранный язык (практический курс);</p> <p>Визуальная идентификация брендов**;</p> <p>Нейминг**;</p> <p>Интеллектуальное право**;</p> <p>Юридическое сопровождение в рекламе и PR**;</p> <p>Социальный маркетинг**;</p> <p>Иностранный язык**;</p> <p>Введение в лингвомаркетинг**;</p> <p>Основы контент-маркетинга**;</p> <p>HR-коммуникации в PR**;</p> <p>Русский язык как иностранный**;</p>

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	Социология; Учебная практика;	Разработка коммуникационного проекта**; Технологии создания рекламного образа**; Медиапланирование; Введение в политические коммуникации**; PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы**; Сторителлинг**; Дизайн-мышление**; Менеджмент цифровых коммуникаций; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Управление человеческими ресурсами; Управление лояльностью; Основы продвижения на маркетплейсах; Практика мультимедийного контента**; Продакт плейсмент**; Знаковые системы в дизайне**; Индустрия маркетинговых услуг**; Практика социальной рекламы**; Практика цифровых коммуникаций**; Производственная (проектная) практика; Производственная (ознакомительная) практика; Преддипломная практика;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Тренды медиадизайна» 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)
			3
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.	65		65
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	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	Анализ современных тенденций в медиадизайне	1.1	Исследование актуальных дизайн-стилей и концепций.	Тема охватывает системный мониторинг и анализ визуальных трендов: платформы-источники, референс-борды, бенчмаркинг, культурные коды и технологические драйверы (генеративный ИИ, вариативная типографика, иммерсивные форматы). Результат — карты стилей и концепции с критериями уместности для бренда и аудитории (адаптивность, доступность, устойчивость), подкреплённые прототипами и А/В-тестами.	ЛК, СЗ
		1.2	Изучение инновационных подходов к созданию визуальных образов.	Тема охватывает генеративный ИИ и creative coding, параметрический и data-driven дизайн, real-time/AR-подходы, нейростилизацию и вариативную типографику для быстрого прототипирования новых визуальных языков. Результат — проверяемые прототипы и гайдлайны с метриками уместности (узнаваемость, читаемость, доступность, производительность) и критериями внедрения в бренд-систему.	ЛК, СЗ
		1.3	Оценка влияния технологических изменений на медиадизайн.	Тема рассматривает, как ИИ, AR/VR, новые веб-стандарты, 5G/HDR/новые кодеки и вариативные шрифты меняют процессы, форматы и пользовательский опыт в медиадизайне. Результат — матрица влияния и дорожная карта внедрения (скорость/стоимость/качество/доступность/устойчивость, риски и этика), подтверждённые пилотами и метриками.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Применение трендов в практике медиадизайна	2.1	Создание дизайн-концепций с учетом современных тенденций.	Тема учит превращать анализ трендов (ИИ-инструменты, интерактив, вариативная типографика, иммерсивные форматы) в чёткую дизайн-концепцию с визуальными референсами, принципами и сценариями использования. Результат — прототипы и гайдлайны, проверенные на целевой аудитории по метрикам уместности, читаемости, доступности, производительности и масштабируемости в экосистеме бренда.	ЛК, СЗ
		2.2	Разработка медиапродуктов с использованием новейших дизайн-инструментов.	ИИ-ассистированные редакторы, real-time/генеративные движки, вариативная типографика, no-code/low-code и коллаборативные платформы для быстрого прототипирования и выпуска медиапродуктов	ЛК, СЗ
		2.3	Анализ успешных кейсов и best practices в области медиадизайна.	Тема предполагает деконструкцию успешных кейсов: цели, инсайты, визуальный язык, каналы, продакшн-процессы и метрики (вовлечённость, конверсия, удержание, доступность). Результат — чеклисты и паттерны best practices с критериями переноса в собственные проекты и ограничениями уместности.	ЛК, СЗ
		2.4	Практические задания на воплощение творческих идей в дизайн-проекты.	Практические брифы под актуальные тренды: быстрые прототипы в разных медиаканалах, эксперименты с визуальными системами и интерактивом, А/В-тесты и аудит доступности. Выход — оформленные кейсы с метриками (вовлечённость/конверсия), пост-анализом и рекомендациями по масштабированию.	СЗ
Раздел 3	Эксперимент и творчество в медиадизайне	3.1	Обсуждение и критический анализ созданных студентами медиапродуктов.	Групповые разборы по критериям уместности, читабельности, доступности, бренд-консистентности и эффективности (вовлечённость, конверсия), с разбором решений и допущений. Итог — аргументированные рекомендации, правки концепций и чек-лист улучшений для следующей итерации.	СЗ
		3.2	Стимулирование инноваций и нестандартных подходов к	Дизайн-спринты, кросс-дисциплинарные коллаборации и быстрое прототипирование для безопасных экспериментов с новыми форматами, технологиями и визуальными языками. Оценка по метрикам «новизна–полезность–масштабируемость», пилоты на	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы	Содержание темы	Вид учебной работы*
		медиадизайну.	реальной аудитории и закрепление практик через пост-мортемы и лайбрари экспериментов.	

* - 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. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541560> (дата обращения: 20.04.2024).

2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540748> (дата обращения: 20.04.2024).

Дополнительная литература:

1. Графический дизайн. Современные концепции : учебное пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11169-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540078> (дата обращения: 20.04.2024).

2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537412> (дата обращения: 20.04.2024).

3. Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544815> (дата обращения: 20.04.2024).

4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16844-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531879> (дата обращения: 20.04.2024).

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.elsevier.com/locate/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Тренды медиадизайна».

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

РАЗРАБОТЧИКИ

Доцент

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Заведующий кафедрой

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП

Заведующий кафедрой

Должность

Осмоловская А.В.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О