

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 03.05.2026 20:25:33

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

ЦИФРОВАЯ КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.04.01 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):

РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Цифровая креативная индустрия» входит в программу магистратуры «Рекламный менеджмент» по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 8 тем и направлена на изучение современных технологий, методов и процессов в области цифрового творчества и создания контента, а также развития креативных компетенций для работы в сфере медиа, дизайна, маркетинга и развлечений.

Целью освоения дисциплины является развитие у студентов навыков работы с современными цифровыми инструментами, понимание процессов создания цифрового контента, а также формирование креативного мышления и способностей к инновационному подходу в области медиа, дизайна и маркетинга.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Цифровая креативная индустрия» 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-7	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-7.1 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-7.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных;
ПК-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства; ПК-1.2 Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; ПК-1.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Цифровая креативная индустрия» 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 «Цифровая креативная индустрия».

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-7	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		Digital-маркетинг; Преддипломная практика;
ПК-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью		Производственная практика; Преддипломная практика; Медиаменеджмент и медиамаркетинг; Психология управления коммуникациями; <i>Репутационный менеджмент**</i> ; <i>Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов**</i> ;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Цифровая креативная индустрия» 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)
			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>	29		29
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	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	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы цифрового творчества и дизайна	1.1	Введение в цифровую креативную индустрию.	Краткий обзор экосистемы цифровой креативной индустрии: рынки и форматы (игры, анимация, XR, контент), роли и пайплайны, инструменты и метрики ценности. Базовые принципы и тренды: дизайн-мышление, продакшн и коллаборация, IP и монетизация, а также влияние ИИ, XR и платформенной экономики.	ЛК, СЗ
		1.2	Основные принципы цифрового дизайна.	Базовые принципы: иерархия и композиция (сетка, контраст, ритм), типографика и цвет, отступы и визуальная гармония, акценты и минимализм. Практики: консистентность и паттерны, доступность, адаптивность, ясная навигация и обратная связь, ориентир на задачу пользователя и метрики.	ЛК, СЗ
		1.3	Инструменты и технологии для создания цифрового контента.	Категории инструментов: 2D/3D графика (растровые/векторные, моделирование и рендер), видео/аудио (монтаж, VFX, цвет, звук), прототипирование и дизайн-системы, движки реального времени, генеративный ИИ; форматы и кодеки, плагины и шрифты. Технологический стек и пайплайн: облака и DAM, контроль версий (Git), коллаборация, автоматизация/скрипты и CI/CD, рендер-фермы, оптимизация производительности и экспорт под каналы доставки.	ЛК, СЗ
		1.4	Графический дизайн и визуальное искусство в цифровых медиа.	Графдизайн в цифре — визуальная коммуникация через композицию, типографику, цвет и сетки, адаптированная под экраны, анимацию и интерактив. Визуальное искусство использует цифровые техники (иллюстрация, 3D, генератив, AR/VR) для экспрессии и сторителлинга с учётом брендинга, контекста платформ и доступности.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Медиа-коммуникации и маркетинговые стратегии в цифровой среде	2.1	Современные тенденции в цифровом маркетинге.	Данные и приватность: переход к first-party данным и измерениям без cookies, ИИ-автоматизация, гиперперсонализация и предиктивная аналитика во всех каналах (omnichannel, CRM, e-commerce). Креатив и дистрибуция: короткое видео и стримы, контент от создателей, социальная и live-commerce, поиски без кликов (SERP/UGC), голосовые/чат-интерфейсы, микро-сообщества и lifecycle-маркетинг.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
		2.2	Создание цифрового контента для социальных сетей и онлайн-платформ.	Создание контента строится от аудитории и целей: выбор платформ и форматов (короткое видео, сторис, карусели, лонгриды), единый тон и визуальный стиль, доступность, юридическая корректность. Процесс включает контент-план, скрипт/дизайн и адаптацию под спецификации, затем А/В-тесты, аналитику метрик (ER, удержание, CTR) и оптимизацию дистрибуции (тайминг, хэштеги/SEO, UGC, коллаборации, платное продвижение).	ЛК, СЗ
		2.3	Интерактивные и мультимедийные технологии в цифровом маркетинге.	Интерактив и мультимедиа усиливают вовлечение за счет AR/VR, 3D/шопабл-видео, стримов, квизов/игрофикации, чат-ботов и интерактивных рекламных форматов, персонализируя опыт в реальном времени. Они повышают конверсию и удержание, собирая поведенческие сигналы для предиктивной аналитики и последующей оптимизации контента и воронок.	ЛК, СЗ
		2.4	Аналитика и оценка эффективности цифровых маркетинговых кампаний.	Сбор и объединение данных из веба/приложений/CRM/рекламы, настройка целей, событий и воронок; дашборды с KPI: трафик, конверсия, CAC, LTV, ROI/ROMI, удержание. Оценка эффекта через атрибуцию (MTA/MMM), А/В-тесты и когорты с учетом задержек и инкрементальности; итеративная оптимизация креативов, аудиторий и бюджетов при соблюдении приватности и валидности данных.	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.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
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.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Проекционный экран GEHA 244*244 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
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.	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 25 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Сквиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие для вузов / А. Г. Сквиков. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 260 с. — ISBN 978-5-8114-9249-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/189400> (дата обращения: 23.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Гумерова, Г. И. Управление интеллектуальной собственностью : учебное пособие для вузов / Г. И. Гумерова, Э. Ш. Шаймиева. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17666-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533503> (дата обращения: 23.04.2024).

2. Васильева Е.В. Креативные индустрии: опытное проектирование: учебник / Е.В. Васильева, В.Л. Гунаре. - СПб.: 2021

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 «Цифровая креативная индустрия».

* - 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.