

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.05.2026 13:27:54
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

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):

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы дизайна» входит в программу бакалавриата «Связи с общественностью» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 3, 4 семестрах 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 6 разделов и 18 тем и направлена на изучение и овладение студентами основными принципами и техниками дизайна, развитие визуального мышления, а также формирование креативных и целенаправленных подходов к проектированию.

Целью освоения дисциплины 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;
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.;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Основы дизайна» относится к обязательной части 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 «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 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	Цифровая грамотность;	Информационные технологии в рекламе и PR; Менеджмент рекламного агентства**; Теория и практика рекламных кампаний**; Разработка Digital-проекта**; Управление коммуникационными проектами**; Out-of-home реклама**; Основы подготовки научно-практических работ и проектов; Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера**; Инструментальные средства бизнес-аналитики**; Аналитика социальных медиа для рекламы и PR**; Сторителлинг в цифровой среде**; Influence-маркетинг**; Технологии презентации и переговоров**; IT-системы E-commerce**; Информационная безопасность**; Теория и практика PR-кампаний**; Тренды в медиапотреблении**; Управление кризисами**; Контент-маркетинг**; Анализ данных и искусственный интеллект**; Мобильный маркетинг**; Омниканальность в продвижении брендов**; Тайм-менеджмент**; Основы предпринимательства**; Управление талантами**; Мерчендайзинг**; Искусственный интеллект в коммуникационной деятельности; Преддипломная практика;
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	Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам; Введение в специальность;	Технологии проектирования и производства в маркетинговых коммуникациях; Творческие аспекты PR-деятельности; Копирайтинг в PR; Преддипломная практика;
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой	Литература; Искусство; Подготовка творческих работ и	Творческие аспекты PR-деятельности; Копирайтинг в PR;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	проектов к конкурсам;	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 «Основы дизайна» составляет «5» зачетных единиц.

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)	Семестр(-ы)
			3	4
Контактная работа, ак.ч	102		51	51
Лекции (ЛК)	34		17	17
Лабораторные работы (ЛР)	68		34	34
Практические/семинарские занятия (СЗ)	0		0	0
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	51		39	12
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	27		18	9
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	180	108	72
	зач.ед.	5	3	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 визуальной культуры.	1.1	Ощущения как источник знаний.	Виды ощущений.	ЛК, ЛР
		1.2	Зрительные образы памяти, воображение, ассоциации.	Источники формирования образов в изобразительной деятельности.	ЛК, ЛР
		1.3	Психофизиология восприятия цвета и формы.	Восприятие как процесс конструирования целостного образа из элементов и деталей.	ЛК, ЛР
		1.4	Гештальт-психология	Взаимодействие формы и цвета, группировки, иллюзии.	ЛК, ЛР
Раздел 2	Основные сведения о композиции. Принципы работы с формой (формообразование).	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
		2.2	Основные формы – квадрат, треугольник, круг – с точки зрения семантики, психологии восприятия, динамики формы и т.д.	Признаки композиционного построения формы.	ЛК, ЛР
		2.3	Базовое понятие о композиции, как об организующей структуре.	Изобразительной системы для выражения идеи.	ЛК, ЛР
		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.	3.1	Цвет.	Зрительные ощущения.	ЛК, ЛР
		3.2	Психологические характеристики цветов.	Позитивные и негативные характеристики цвета, возрастные особенности восприятия цвета. Роль цвета в формировании визуальных образов.	ЛК, ЛР
		3.3	Цветовые предпочтения.	Гармонизации родственных, родственно-контрастных, контрастных цветов.	ЛК, ЛР
Раздел 4	Шрифт и типографика в рекламе.	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
		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
		4.3	Образ как концентрированное выражение идеи.	Шрифт и изображение. Анализ изображения. Этапы работы над созданием шрифтовой композиции в рекламном сообщении. Креативные основы методологии создания выразительного образа.	ЛК, ЛР
Раздел 5	Разработка креативных визуальных концепций и графических решений для рекламной продукции.	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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
		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
		5.3	Качество цвета и полиграфия.	Практические рекомендации по работе с современными цветовыми системами.	ЛК, ЛР
Раздел 6	Итоговый проект.	6.1	Практикум по разработке креативных визуальных концепций и графических решений для рекламной продукции.	Практикум направлен на создание визуальных концепций и графических решений, соответствующих целям рекламной кампании и особенностям целевой аудитории. В ходе работы отрабатываются навыки разработки креативных макетов для эффективной рекламной продукции.	ЛР

* - 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.	
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	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 : учебник для среднего профессионального образования / ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586951> (дата обращения: 17.04.2026).

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 <https://mega.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 «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>
- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Основы дизайна».

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

РАЗРАБОТЧИКИ

Препоаватель

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Заведующий кафедрой

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП

Заведующий кафедрой

Должность

Кузнецова М.В.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О