

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 07.05.2026 10:51:46  
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**

### **ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ОБРАЗЫ В КОММУНИКАЦИЯХ**

---

(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 «Художественные образы в коммуникациях» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 11 тем и направлена на изучение способов использования художественных средств, таких как символы, метафоры, иллюстрации, визуальные и текстовые образы для эффективного воздействия и коммуникации в различных сферах деятельности.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов индикаторов компетенций - развитие визуальной и информационной культуры с целью личностного и профессионального самоопределения.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Художественные образы в коммуникациях» 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 философском 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;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Художественные образы в коммуникациях» 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 «Художественные образы в коммуникациях».

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 философском контекстах	Политология; Литература; Профессиональный иностранный язык (факультатив); Русский язык и культура речи;	Преддипломная практика; Методы коммуникационных исследований**; Performance-маркетинг**; Международные маркетинговые коммуникации**; История рекламы и связей с общественностью; Профессиональный иностранный язык (факультатив); Современные стратегии и тактики продвижения**; Эффективность коммуникационных кампаний**; Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**; HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**; Маркетинг инноваций**; Коммуникационный дизайн**; Социальный брендинг**; Медиаэкономика**; Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта		Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Теория и практика брендинга; VTL-технологии продвижения; Поведение потребителей; Теория и практика продаж в рекламе; Событийный маркетинг**; Разработка нового продукта**; Креативные стратегии**; Бренд-коммуникации**; Современные стратегии и

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<p> <i>тактики продвижения**;</i>  <i>Спичрайтинг**;</i>  <i>Эффективность коммуникационных кампаний**;</i>  <i>Маркетинг инноваций**;</i>  <i>HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**;</i>  <i>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;</i>  <i>Индустрия цифровых коммуникаций**;</i>  Тренды маркетинговых коммуникаций;  Коммуникационный дизайн**;  Социальный брендинг**;  Медиапланирование;  Креатив в маркетинге**;  Визуальная коммуникация бренда**;  Спонсорство и партнерство**;  Культурные и креативные индустрии**;  Медиаэкономика**;  Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**;  Методы коммуникационных исследований**;  <i>Performanse-маркетинг**;</i>  Международные маркетинговые коммуникации**;  Проектная документация в маркетинговых коммуникациях**;  Финансовый менеджмент;  Производственная (проектная) практика;  Производственная (ознакомительная) практика;  Преддипломная 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 «Художественные образы в коммуникациях» 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)
			2
<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>	20		20
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>72</b>	72
	<b>зач.ед.</b>	<b>2</b>	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	Введение в дисциплину	1.1	Теория художественного образа.	Теория художественного образа изучает природу и структуру образа (форма/содержание, знак/символ, метафора, композиция) как средство смыслообразования и эмоционального воздействия. В коммуникациях акцент на механизмах создания и интерпретации: культурные коды и архетипы, медиа-специфика, контекст, полисемия и управляемость восприятия.	ЛК, СЗ
		1.2	Эволюция формального языка визуальной коммуникации.	Функции рекламной коммуникации в системе культуры.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Практика художественного образа в коммуникациях	2.1	История художественных образов.	Эволюция художественных образов от мифо-ритуальных и иконографических канонов к реалистическим, авангардным, постмодернистским и цифровым формам; смена эстетик, техник и медиа (живопись, печать, фотография, кино, VR/AR).	ЛК, СЗ
		2.2	Концептуальные модели художественных образов.	Концептуальные модели: семиотическая (знак/код/интерпретант), когнитивная (фреймы/скрипты/метафоры), нарративная (сюжет/персона/конфликт), архетипическая/психоаналитическая (миф/символ/бессознательное), прагматическая (цель/эффект/перлокуция), медиа-экологическая (канал/формат/аффордансы).	ЛК, СЗ
		2.3	Художественные образы в бизнесе и повседневной жизни.	Художественные образы формируют восприятие и поведение в брендинге, сервисах и быте: привлекают внимание, кодируют ценности, упрощают выбор, усиливают доверие и запоминаемость (упаковка, UX, ритейл, презентации, инфографика).	ЛК, СЗ
		2.4	Прикладная семиотика.	Прикладная семиотика изучает, как знаки, коды и уровни смысла (денотация/конотация, Пирс/Соссюр) управляют восприятием в брендинге, медиаконтенте и UX. Инструменты — аудит культурных кодов, семиотический квадрат, карта архетипов/мифологем, тест интерпретантов — для повышения ясности, консистентности и предсказуемости реакции аудитории.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
		2.5	Методология разработки проектов для создания художественных образов в коммуникациях.	Методология: исследование контекста и аудитории (инсайты, культурные коды) → креативный бриф → концепт и нарратив/архетипы → референсы, мудборды, сториборды, стиль-фреймы → прототипирование и семиотический аудит → предтесты	ЛК, СЗ
		2.6	Эскизное проектирование художественных образов.	Эскизное проектирование — быстрый поиск и визуализация концепций	ЛК, СЗ
Раздел 3	Проектная разработка художественных образов в коммуникациях	3.1	Организация работы по реализации проекта	Цели и КРІ по брифу, дорожная карта (этапы: концепт → эскизы → прототипы → продакшн → запуск), роли и ответственность, бюджет/ресурсы, календарь и контроль качества/правовых рисков.	ЛК, СЗ
		3.2	Тайминг, управление ресурсами и изменениями проекта.	Разработка итоговой программы презентации проекта.	СЗ
		3.3	Экспертиза и самооценка результатов проекта.	Оценка результатов по целям и брифу: соответствие семиотике и бренд-айдентике, качество визуально-нарративного решения, юридическая/этическая корректность, метрики эффективности (вовлечение, запоминаемость, конверсия) и фидбек целевой аудитории/экспертов.	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. Деменёв, Д. Н. Архитектурно-художественное пространство. Основы цветовой организации : учебное пособие для вузов / Д. Н. Деменёв, Ю. С. Деменёва, С. В. Рябинова. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 140 с. — ISBN 978-5-507-52052-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/471509> (дата обращения: 00.00.0000). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Смолина, Т. В. Мировая художественная культура в таблицах : учебное пособие / Т. В. Смолина. — 5-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2024. — 76 с. — ISBN 978-5-507-49720-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/401264> (дата обращения: 00.00.0000). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

*Дополнительная литература:*

1. Кондакова Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие / Ю. В. Кондакова; Уральский государственный архитектурно-художественный университет (УрГАХУ). – Екатеринбург: Архитектон, 2016. – 95 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455455>

2. Национальная культура в контексте социокультурных трансформаций / М. И.

Веренич, Т. Е. Гриценко, Т. В. Карнажицкая [и др.] ; науч. ред. В. А. Максимович ; Национальная академия наук Беларуси, Институт философии. – Минск: Беларуская навука, 2021. – 458 с.: схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685916>

3. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М. Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 137 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219>

4. Ознобихина Н.А. Политическая и художественная коммуникации в современной России: учебное пособие: [16+] / Н. А. Ознобихина, П. В. Ушанов. – 3-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2017. – 268 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363619>

*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 «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 «Художественные образы в коммуникациях».

\* - 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.*