

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

ЗНАКОВЫЕ СИСТЕМЫ 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 «Знаковые системы в дизайне» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 4 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 8 тем и направлена на изучение основных понятий по теории знаков и знаковых систем, области и цели использования знаковых систем в дизайне

Целью освоения дисциплины является сформировать у студентов общее понимание принципов и целей применения знаков и знаковых систем в рекламном дизайне, задач и ограничений в создании и реализации концептов с использованием знаков и знаковых систем, познакомить студентов с базовыми инструментами и методиками разработки систем идентификации, а также с примерами применения систем идентификации в бизнес-практике; сформировать навыки самостоятельного применения полученных инструментов разработки и анализа знаковой составляющей в визуализации и вербализации креативных концепций; развить навыки творческого проектирования, работы в команде, презентации и защиты идей.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Знаковые системы 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-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности; УК-6.2 Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей; УК-6.3 Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи; УК-6.4 Находит и использует источники получения дополнительной информации для повышения уровня общих и профессиональных знаний; УК-6.5 Анализирует основные возможности и инструменты непрерывного образования применительно к собственным интересам и потребностям с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; УК-6.6 Определяет задачи саморазвития, цели и приоритеты профессионального роста; УК-6.7 Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения;
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

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании 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; 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.;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Знаковые системы 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 «Знаковые системы 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-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Основы менеджмента; Учебная практика;	Преддипломная практика; Организация работы отделов рекламы; Управление человеческими ресурсами;
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	Основы менеджмента; Социология; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; <i>Методы воздействия в массовых коммуникациях**;</i> <i>Основы создания медиатекстов**;</i> <i>История кинематографа**;</i> <i>Развитие креативного мышления**;</i> <i>Имидж территорий**;</i> <i>Бизнес-этикет**;</i> <i>Практика медиакоммуникаций**;</i> <i>Введение в коучинг**;</i>	Управление человеческими ресурсами; Поведение потребителей; Теория и практика продаж в рекламе; Медиапланирование; Организация работы отделов рекламы; Производственная (проектная) практика; Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<i>Основы работы с общественным мнением**;</i> <i>Введение в психологию коммуникаций**;</i> <i>Тренды медиадизайна**;</i> <i>Проектное сопровождение фестивальной рекламы**;</i> Учебная практика;	

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Знаковые системы в дизайне» 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)
			4
<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>	38		38
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0		0
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	Дизайн исследования и дизайн мышление в проектировании визуальных коммуникаций	1.1	Дизайн как проектная деятельность	Дизайн как проектный процесс: от брифа и исследования до концепции, прототипа, тестирования и итеративной доработки с чёткими критериями качества. Роль знаковых систем — семиотическое кодирование смысла и управление восприятием для достижения измеримых коммуникационных целей.	ЛК, СЗ
		1.2	Нерекламные и рекламные визуальные коммуникации.	Введение в проектирование объектов и систем в рекламном дизайне	ЛК, СЗ
Раздел 2	Знаки и графические системы в дизайне	2.1	Дизайн объект как знаковая система.	Виды и формы знаков	ЛК, СЗ
		2.2	Семиотика в рекламной коммуникации	Анализ знаков и кодов в рекламе: денотация/коннотация, метафора, миф и культурные коды, формирующие позиционирование и эмоциональный отклик. Семиотический аудит креативов: выявление целевых кодов, снижение полисемии/шумов, усиление брендинга и консистентности сообщений.	ЛК, СЗ
		2.3	Введение в анализ рекламного сообщения	Базовые принципы разборки рекламного сообщения: цель и ЦА, медиум, структура (визуальные/вербальные коды), уровни смысла (денотация/коннотация), контекст и призывы к действию. Инструменты первичного анализа: семиотический и риторический разбор, модель кодирования/декодирования, выявление триггеров, барьеров и потенциальных шумов.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Проектирование знаковых систем для брендов.	3.1	Рекламное сообщение в брендинге	Рекламное сообщение как носитель идентичности бренда: формулирует обещание и ценность	ЛК, СЗ
		3.2	Сложности и ограничения в проектировании визуальных коммуникаций для брендов	Конфликты между креативностью и строгими бренд-гайдлайнами, правовыми и этическими ограничениями, культурной релевантностью и доступностью; риск перегрузки смыслами, утраты дифференциации и искажения кода при кросс-канальной адаптации. Ограничения медиа и форматов, бюджет/сроки и метрики эффективности диктуют упрощение, модульность и тестируемость визуальной системы.	ЛК, СЗ
		3.3	Мастер-класс: логотип как сообщение бренда.	Разработка логотипа для образовательного форума	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. Еркович, В. В. Проектирование в дизайне : учебное пособие / В. В. Еркович. – Минск : РИПО, 2022. – 216 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697594> (дата обращения: 21.12.2023). – Библиогр.: с. 211-214. – ISBN 978-985-895-031-6. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Туэмлоу Э. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. - М.: Астрель, 2006. - 298 с.¶

2. Ch.W. Morris. Foundation of the Theory of Signs. Chicago: Chicago University Press. 1938/1970¶

3. Актуальный дизайн. Упаковка 01: -- Москва, РИП-Холдинг, 2009 г.- 192 с.

4. Бауэр В. И др. Энциклопедия символов.- М.: Крон-пресс.-1995.¶

5. Бергер К.М. Путеводные знаки. Дизайн графических систем навигации. – М.: РИП-холдинг, 2011. – 176с.

6. Веркман К. Товарные знаки: создание, психология, восприятие. Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1990. - 520 с.¶

7. Дайана, Мо Безумцы. Иллюстрированный мир / Мо Дайана. - М.: Альпина Паблишер, 2013. - 864 с.¶

8. Клеон, Остин Покази свою работу. 10 способов сделать так, чтобы тебя заметили. Кради как художник. 10 уроков творческого самовыражения (комплект из 2 книг) / Остин Клеон. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 404 с.¶
9. Матанцев, А. Н. Эффективность рекламы / А.Н. Матанцев. - М.: Финпресс, 2014. - 416 с.¶
10. Минчжу, Дун Жизнь как игра в шахматы / Дун Минчжу. - М.: Техносфера, 2011. - 284 с.¶
11. Музыкант, В. Л. Теория и практика современной рекламы (комплект из 2 книг) / В.Л. Музыкант. - М.: Евразийский регион, 2015. - 728 с.¶
12. Назайкин, Александр Иллюстрирование рекламы / Александр Назайкин. - М.: АВТОР, 2011. - 634 с.¶
13. Дегтярев А.Р. Изобразительные средства рекламы: Слово, композиция, стиль, цвет. - М.: Фаир-Пресс, 2006. - 256 с.¶
14. Добробабенко Н.С. «Фирменный стиль: принципы разработки.- М: Инфра-М., 1999» -с. 67¶
15. Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2014. – 381с.¶
16. Домнин, В.Н. Брендинг: новые технологии в России. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – С.30.
17. Законодательство о товарных знаках. Гражданский кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. N 230-ФЗ Часть четвертая. Вступил в силу с 1.01.2008 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.tm-patent.ru/legislation.html>.¶
18. Идея [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Идея>.¶
19. Капферер Н. «Торговая марка: испытание практикой» М. 2002
20. Клюев, М. Цвет и человек / М. Клюев // Дизайн. - 2008. - №5.¶
21. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие/ Н.В. Ткаченко, О.Н.Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. ¶
22. Лотман Ю.М.. Семиосфера. СПб, 2001, с. 250-268.¶
23. Лотман. Ю.М. Семиотическое пространство. / Я иду на занятия... Семиотика. Хрестоматия. М.: Изд-во Ипполитова, 2005, стр. 289-296.¶
24. Матанцев, А.Н. Эффективность рекламы / А.Н. Матанцев. - М.: Изд-во «Фин-пресс», 2002. - 416 с.¶
25. Махлина С.Т. Семиотика культуры и искусства. Словарь-справочник в 2-х книгах. Книга вторая М-Я. 2-е издание. Изд-во "Композитор". Санкт-Петербург. 2003.¶
26. Ильин Анатолий Семенович. Реклама в коммуникационном процессе [Текст/электронный ресурс] : Курс лекций / А.С. Ильин. - Электронные текстовые данные. - М. : КноРус, 2017. - 141 с. - ISBN 978-5-390-00396-1 : 333 <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/5294>

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 «Знаковые системы 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.