

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

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):

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Знаковые системы в дизайне» входит в программу бакалавриата «Связи с общественностью» 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 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)
		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;	Организация работы PR-отделов; Управление человеческими ресурсами; Преддипломная практика;
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; Методы воздействия в массовых коммуникациях**; Основы создания медиатекстов**; История кинематографа**; Развитие креативного мышления**; Имидж территорий**; Бизнес-этикет**; Практика медиакоммуникаций**; Введение в коучинг**; Основы работы с общественным мнением**; Введение в психологию коммуникаций**; Тренды медиадизайна**; Проектное сопровождение	Управление человеческими ресурсами; Политический PR; Кризисные коммуникации; Медиапланирование; Организация работы PR-отделов; Производственная (проектная) практика; Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		фестивальной рекламы**; 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>	32		32
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	6		6
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	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.	
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. 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 Покажи 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.elsevierscience.ru/products/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!**

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