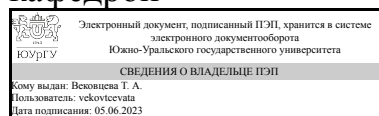


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



Т. А. Вековцева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.08 Брендинг и фирменный стиль
для направления 54.03.01 Дизайн

уровень Бакалавриат

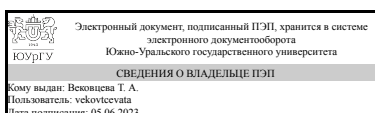
профиль подготовки Графический дизайн

форма обучения очная

кафедра-разработчик Технология и дизайн

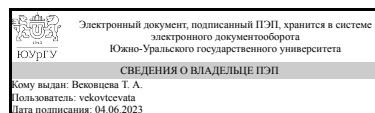
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки от 13.08.2020 № 1015

Зав.кафедрой разработчика,
к.искусствоведения, доц.



Т. А. Вековцева

Разработчик программы,
к.искусствоведения, доц.,
заведующий кафедрой



Т. А. Вековцева

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – знакомство с ключевыми идеями, концепциями и направлениями теории бренд-коммуникаций, изучение принципов создания фирменного стиля в рамках концепции брендинга. Задачи: 1. изучение бренда как социально-психологический феномена, 2. изучение методов разработки стратегии бренда 3. изучение концепций создания фирменного стиля и методов разработки графических элементов фирменного стиля 4. получение навыков работы с текстом и графикой, 5. освоение практических навыков работы с программами типографики и верстки 6. освоение графических программ Adobe Photoshop/ Illustrator/ CorelDRAW/Visme.

Краткое содержание дисциплины

В рамках дисциплины будут изучены следующие темы: бренд как социально-психологический феномен; понимание бренда в менеджменте и психологии; основные типологии и модели брендов; методики анализа и оценки бренда СМИ; методы разработки стратегии бренда СМИ; особенности формирования бренда СМИ. На практических занятиях изучается фирменный стиль, разбирается роль айдентики и бренд-дизайна, делается проект по созданию фирменного стиля с опорой на исследования аудитории и бизнеса в рамках разработанной стратегии бренда.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен использовать современные информационные технологии и графические редакторы для создания и реализации дизайн-проектов	Знает: принципы брендингового подхода в реализации рекламного сообщения, проектной идеи; графические редакторы для создания рекламного продукта Умеет: проводить исследование рынка, анализ продукции и уникальности бренда; разрабатывать позиционирование объекта на рынке; разрабатывать фирменный стиль в рамках бренда; разрабатывать макеты элементов фирменного стиля в графических редакторах Имеет практический опыт: разработки фирменного стиля и элементов бренда
ПК-3 Способен обосновывать свои проектные предложения, художественный замысел дизайн-проекта	Знает: новые технологии и инструменты брендинга; концепции бренд-проектирования Умеет: создавать визуально-ассоциативный образ фирмы; отражать коммерческую идею фирмы (предприятия); обосновывать свой выбор Имеет практический опыт: создания бренд-концепции фирмы (предприятия)

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
---	---

Компьютерная графика, Графический дизайн и реклама, Рекламные технологии в графическом дизайне, Компьютерное проектирование	Проектирование комплексных визуальных систем, Промышленная графика и упаковка, Производственная практика (преддипломная) (8 семестр)
--	--

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Компьютерная графика	Знает: программные продукты для разработки чертежей и другой конструкторской документации, стандарты, технические регламенты и правила оформления технической конструкторской документации с использованием компьютерных технологий Умеет: создавать и редактировать компьютерные чертежи объектов дизайна, их деталей и узлов, оформлять техническую конструкторскую документацию дизайн-проекта и использовать ее при создании объектов дизайна Имеет практический опыт: разработки компьютерных чертежей объектов дизайна, их деталей и узлов, оформления технической конструкторской документации дизайн-проекта с использованием компьютерных технологий
Компьютерное проектирование	Знает: Умеет: работать в графических программах для визуализации материалов дизайн-проекта Имеет практический опыт: использует программные продукты для разработки визуальных материалов дизайн-проекта
Рекламные технологии в графическом дизайне	Знает: основные виды рекламы; носители рекламы; формы и методы продвижения рекламного продукта на потребительском рынке, виды и методы продвижения рекламного продукта, эргономические и психологические особенности восприятия потребителем медиа-технологий, а также эффективных способов демонстрации проектных идей Умеет: разрабатывать макеты рекламы для полиграфии и SMM в графических редакторах, классифицировать виды рекламы, выбирать оптимально эффективный вид рекламы для продвижения товара или услуги бренда с помощью инструментария графических, растровых инструментов Имеет практический опыт: создания макетов рекламно-полиграфической продукции в цифровом виде, применения технологий продвижения рекламного продукта на конкурентном рынке различными способами и инструментами графического дизайна, а также обоснования проектных целей и задач

Графический дизайн и реклама	Знает: презентационные технологии средствами графической подачи проекта, электронной презентации, арт-бука и бренд-бука, стилистические особенности каждого этапа формирования дизайна, понятие рекламы и методы продвижения рекламного продукта на потребительском рынке, задачи и функции рекламы, взаимосвязь графического дизайна с целями и задачами рекламного продукта. Умеет: создавать презентационные файлы, графические подачи в обосновании авторских идей, способствующих реализации проектных целей, работать в графических редакторах; использовать медиа-коммуникационные технологии по предмету, с учетом его специфики; проектировать макеты рекламы с помощью графических редакторов, учитывая современные тренды в дизайне масс-медиа Имеет практический опыт: презентации проекта и обоснования основных дизайнерских идей, оппонирования при коллективном обсуждении проекта, использования информационных технологий и прикладных программ для реализации дизайн-проектов, корпоративных информационных систем
------------------------------	---

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 54,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		6
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	53,75	53,75
Оформление презентации проекта	53,75	53.75
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Основы брендинга	8	4	4	0

2	Визуальная идентичность бренда. Фирменный стиль	40	12	28	0
---	---	----	----	----	---

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Брендинг: понятие и инструменты брендинга в сфере услуг и гостиничного сервиса. Брендинг ведущих гостиниц мира и России.	2
2	1	Коммуникативная и творческая стратегия бренда. Позиционирование товара или услуги. Целевая аудитория и особенности формирования образа бренда	2
3	2	Визуальная идентичность и фирменный стиль. Фирменный знак. Понятие визуальной идентичности бренда. Творческие методики поиска креативных идей. Составляющие визуальной идентичности, правила построения.	2
4	2	Визуальная идентичность и фирменный стиль. Фирменный знак: способы и приемы построения	2
5	2	Элементы фирменного стиля: блок деловой коммуникации и основные законы его дизайн-проектирования	2
6	2	Рекламно-полиграфическая продукция: листовка и буклет (требования и законы построения). Цвет, шрифт и графика в дизайне. Сувенирная продукция в брендинге и дизайне (виды и технологии создания)	2
7	2	Творческие подходы к разработке фирменной полиграфической рекламы и медиа-носителей при продвижении бренда товара или услуги	2
8	2	Презентация проекта. Правила успешной презентации бренд-дизайна. Инструменты для создания успешной презентации	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Практическая 1. Разработка брендинга гостиницы. Анализ аудитории бренда определенной гостиницы. Составление портрета потребителя. Позиционирование. Товарная пирамида бренда товара или услуги.	2
2	1	Практическая 2. Анализ конкурентов и их решений в брендинге.	2
3	2	Практическая 3. Составление брифа. Построение пирамиды бренда. Метафора бренда.	2
4	2	Практическая 4. Поиск и разработка визуальной айдентики. Проработка концепции визуальной идентификации.	2
5	2	Практическая 5. Описание концепции фирменного знака. Посторенные ассоциации знака. Разработка эскизов фирменного графического знака.	4
6	2	Практическая 6. Графическая проектирование знака в программе. Шрифты и особенности их использования в рекламе и дизайне.	2
7	2	Практическая 7. Разработка визитных карточек для выбранного объекта проектирования.	4
8	2	Практическая 8. Разработка фирменной папки, фирменного конверта и фирменного бланка для выбранного объекта проектирования. Разработка системы визуальной идентичности бренда	4
9	2	Практическая 9. Разработка рекламно-полиграфической продукции (буклета и листовки) для выбранного объекта проектирования (гостиницы).	4
10	2	Практическая 10. Разработка сувенирной продукции и оформление страницы	4

		в социальных сетях.	
11	2	Практическая 11. Проектирование презентации проекта	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Оформление презентации проекта	https://workproekt.ru/vidyi-produktov/prezentatsiya/	6	53,75

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	6	Текущий контроль	Контрольная точка 1. Разработка брендинга компании: анализ аудитории бренда, составление портрета потребителя, анализ конкурентов и их решений в продвижении бренда товара или услуги	1	5	5 баллов - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания; 4 балла - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания, но с незначительными недостатками; 3 балла - работа, выполнена не в полном объеме, не соблюдены некоторые требования технического задания; 2 балла - работа не раскрывает тему, не отвечает требованиям тех. задания; 0 баллов - контрольная не выполнена.	зачет
2	6	Текущий контроль	Контрольная точка 2. Разработка дизайна блока деловой документации и оформление страницы в социальных сетях	1	5	5 баллов - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания; 4 балла - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания, но с незначительными недостатками; 3 балла - работа, выполнена не в полном объеме, не соблюдены	зачет

						некоторые требования технического задания; 2 балла - работа не раскрывает тему, не отвечает требованиям тех. задания; 0 баллов - контрольная не выполнена.	
3	6	Текущий контроль	Контрольная точка 3. Разработка фирменной сувенирной и рекламной полиграфической продукции бренда	1	5	5 баллов - проект соответствует теме, выполнен в отличной графике подачи, проект оригинален и интересен, образ решен ярко и выразительно 4 балла - проект соответствует теме, выполнен в хорошей графике подачи, но образ решен не ярко и не выразительно, с небольшими ошибками 3 балла - проект соответствует теме, но выполнен с ошибками в графике подачи, образ решен не ярко и не выразительно, с принципиальными ошибками 2 балла - проект соответствует теме, но выполнен с грубыми ошибками в графике подачи, образ выбран неправильно, нечетко сформулирован и плохо реализован в проекте 0 баллов - проект не соответствует теме, выполнен в слабой графической подачи, образ не яркий и не выразительный	зачет
4	6	Промежуточная аттестация	Контрольная точка 4. Презентация и защита итогового проекта	-	5	5 баллов - проект соответствует теме, выполнен в отличной графике подачи, проект оригинален и интересен, образ решен ярко и выразительно 4 балла - проект соответствует теме, выполнен в хорошей графике подачи, но образ решен не ярко и не выразительно, с небольшими ошибками 3 балла - проект соответствует теме, но выполнен с ошибками в графике подачи, образ решен не ярко и не выразительно, с принципиальными ошибками 2 балла - проект соответствует теме, но выполнен с грубыми ошибками в графике подачи, образ выбран неправильно, нечетко сформулирован и плохо реализован в проекте 0 баллов - проект не соответствует теме, выполнен в слабой графической подачи, образ не яркий и не выразительный	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид	Процедура проведения	Критерии
-----	----------------------	----------

промежуточной аттестации		оценивания
зачет	Зачет ставится по всем выполненным работам, прикрепленным к контрольным точкам. Итогом работы является презентация со всеми макетами. Презентация должны быть защищена в устной форме в течении 10 минут. Автор описывает предприятие, целевую аудиторию, проблему и выбранную концепцию бренда, обосновывает выбор дизайна носителей. максимальная оценка - 5 баллов.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ			
		1	2	3	4
ПК-1	Знает: принципы брендингового подхода в реализации рекламного сообщения, проектной идеи; графические редакторы для создания рекламного продукта	+			+
ПК-1	Умеет: проводить исследование рынка, анализ продукции и уникальности бренда; разрабатывать позиционирование объекта на рынке; разрабатывать фирменный стиль в рамках бренда; разрабатывать макеты элементов фирменного стиля в графических редакторах	+			+
ПК-1	Имеет практический опыт: разработки фирменного стиля и элементов бренда	+			+
ПК-3	Знает: новые технологии и инструменты брендинга; концепции бренд-проектирования		+	+	+
ПК-3	Умеет: создавать визуально-ассоциативный образ фирмы; отражать коммерческую идею фирмы (предприятия); обосновывать свой выбор		+	+	+
ПК-3	Имеет практический опыт: создания бренд-концепции фирмы (предприятия)		+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Нестеров, Д. И. Графический дизайн элементов фирменного стиля [Текст] учеб. пособие по направлению 270300.62 "Дизайн арх. среды" Д. И. Нестеров, М. А. Лебедева ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Дизайн ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2014. - 44, [2] с. ил. электрон. версия
2. Хембри, Р. Графический дизайн. Как научиться понимать графику и визуальные образы [Текст] Самый полный справочник Р. Хембри ; пер. с англ. А. В. Банкрашкова. - М.: АСТ : Астрель, 2008. - 192 с. илл.

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Дизайн рекламы

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Дизайн рекламы

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. https://urait.ru/bcode/511517 (дата обращения: 23.05.2023).

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	114-5 (2)	Компьютеры с установленными графическими программами