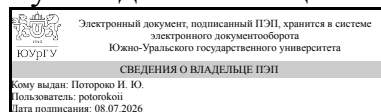


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель специальности



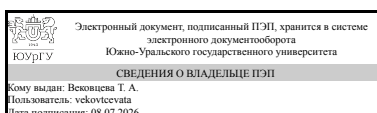
И. Ю. Потороко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.02.М2.02 Фирменный стиль и брендинг
для специальности 06.05.01 Биоинженерия и биоинформатика
уровень Специалитет
форма обучения очная
кафедра-разработчик Технология и дизайн

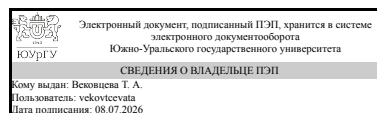
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 06.05.01 Биоинженерия и биоинформатика, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 973

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
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знает: методы разработки стратегии бренда, основные этапы процесса разработки элементов бренда, концепции создания фирменного стиля и методы разработки графических элементов фирменного стиля Умеет: изучать основные концепции брендинга в рамках поставленных задач, генерировать идеи и разрабатывать фирменный стиль для определенного потребителя Имеет практический опыт: работы инструментами создания и разработки графических элементов бренда
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни	Знает: теоретические основы оценки временных затрат и планирования времени при работе над проектом, корректировать процесс работы над проектом, исходя из внешних факторов Умеет: оценивать временные затраты и планировать время при работе над проектом, корректировать процесс работы над проектом, исходя из внешних факторов Имеет практический опыт: оценивания временных затрат и планирования времени при работе над проектом, корректировки процесса работы над проектом, исходя из внешних

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.02.М8.01 Введение в технологическое предпринимательство, 1.Ф.02.М4.01 Эмоции человека и саморегуляция, 1.Ф.02.М10.01 Основы судебно-экспертной деятельности, 1.Ф.02.М2.01 Основы дизайна, 1.Ф.02.М9.01 Основы управления трудовыми ресурсами, 1.О.27 Основы проектной деятельности, 1.О.10 Психология, 1.Ф.02.М1.01 Теория и практика интегрированных коммуникаций, 1.Ф.02.М7.01 Введение в переводоведение, 1.Ф.02.М6.01 Практическая грамматика русского языка как иностранного, 1.Ф.02.М5.01 Концептуальные решения для предприятий ресторанного сервиса, 1.О.09 Правоведение, Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	1.О.28 Проектная деятельность, 1.Ф.02.М8.03 Финансовый профиль бизнеса, 1.О.08 Техничко-экономический анализ проектных решений, 1.Ф.02.М1.03 Разработка программы продвижения бренда, 1.Ф.02.М2.03 История искусства и дизайна, 1.Ф.02.М6.03 Практическая стилистика научной речи, 1.Ф.02.М9.03 Эффективность трудовых ресурсов, 1.Ф.02.М4.03 Психология карьеры и профессионального роста, 1.Ф.02.М7.03 Практикум по устному переводу с английского языка на русский, 1.Ф.02.М10.03 Экспертные исследования документов, 1.О.25 Биоэкономика продовольственной безопасности

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

Дисциплина	Требования
1.О.27 Основы проектной деятельности	Знает: основы организации проектной деятельности, правовые нормы ее осуществления Умеет: ставить цели, определять задачи, выбирать способы решения проектных задач Имеет практический опыт: участия в проектной деятельности
1.О.09 Правоведение	Знает: предметную область, систему, содержание и взаимосвязь основных принципов, законов, понятий и категорий правоведения; систему права, механизм и средства правового регулирования, реализация права; правовые аспекты профессиональной деятельности; предметную область, систему, содержание и взаимосвязь основных принципов, законов, понятий и категорий правоведения; систему права, механизм и средства правового регулирования, реализация права; правовые аспекты профессиональной деятельности Умеет: принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом; оценивать факты и явления профессиональной деятельности с нравственной точки зрения; осуществлять с позиции этики и морали выбор

	норм поведения в конкретных служебных ситуациях; принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом; оценивать факты и явления профессиональной деятельности с нравственной точки зрения; давать нравственную оценку коррупционным проявлениям и другим нарушениям норм профессиональной этики Имеет практический опыт: юридического анализа социальнозначимых проблем, процессов и явлений, основами юридического анализа социальнозначимых проблем, процессов и явлений
1.Ф.02.М2.01 Основы дизайна	Знает: теоретические особенности оценки временных затрат и планирования времени при работе над проектом, основные этапы процесса дизайн-проектирования, метод дизайн-мышления, методы активизации поиска идей Умеет: оценивать временные затраты и планировать время при работе над проектом, изучать контекст в рамках задачи, выделять основные проблемы, генерировать идеи и производить их отбор, создавать прототипы, тестировать их с потребителями " Имеет практический опыт: коррекции процесса работы над проектом, исходя из внешних факторов, решения проблем, генерации идеи и производства их отбора, создания прототипов
1.Ф.02.М1.01 Теория и практика интегрированных коммуникаций	Знает: основные понятия, структуру и законы коммуникации, историю социальной коммуникации, основные модели коммуникации; профессиональные задачи и функции в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; основные запросы и потребности общества и собственного опыта по управлению ситуацией. Умеет: анализировать основные проблемы саморазвития, социальной коммуникации, интегрированных коммуникаций, используя коммуникационные категории; решать профессиональные задачи и совершенствовать профессиональные навыки в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; предвидеть, выявлять и прогнозировать потребности целевых аудиторий; проводить анализ маркетинговой среды предприятия, осуществлять выбор инструментов маркетинга; определять методику оценки эффективности маркетинговых мероприятий; строить стандартные прогнозы в профессиональной деятельности, направленные на удовлетворение общественных потребностей; применять практические навыки при работе с аудиторией Имеет практический опыт: изучения, анализа и самоорганизации и организации групповой

	коммуникации; опыт групповой дискуссии; осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; выявления ключевых запросов общества, определения потребностей реальных и потенциальных целевых групп; использования инструментов для анализа микро и макросреды; выбора инструментов комплекса маркетинга; использования и анализа эффективности применения маркетинговых технологий; применения современных методик анализа и интерпретации полученных результатов в рамках профессиональной деятельности
1.Ф.02.М9.01 Основы управления трудовыми ресурсами	Знает: основные понятия и принципы организации труда; правовые нормы в области труда, охраны труда и социальной ответственности, которые влияют на организацию работы; методы нормирования труда; анализ ресурсов; ограничения и риски; оптимизацию процессов Умеет: определять задачи, соответствующие поставленной цели; анализировать действующие правовые нормы в области труда; оценивать доступные ресурсы и ограничения; выбирать оптимальные методы и стратегии для решения задач. Имеет практический опыт: в формулировании задач в рамках конкретных целей; применении правовых норм в организации труда; анализе ресурсов и ограничений в реальных ситуациях; в разработке и обосновании оптимальных решений для достижения целей.
1.Ф.02.М6.01 Практическая грамматика русского языка как иностранного	Знает: способы формулировки цели и задач на русском языке в соответствии с грамматическими нормами русского языка, приемы планирования и выстраивания траектории профессионального развития (совершенствования грамматических навыков на русском языке как иностранном Умеет: формулировать цели и задач на русском языке в соответствии с грамматическими нормами русского языка, а также исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, планировать и выстраивать траекторию своего профессионального развития (совершенствования грамматических навыков на русском языке как иностранном) на основе навыков самоконтроля Имеет практический опыт: формулирования целей и задач на русском языке в соответствии с грамматическими нормами русского языка, планирования траектории развития и совершенствования своих грамматических навыков на русском языке как иностранном
1.Ф.02.М10.01 Основы судебно-экспертной	Знает: теоретические основы экспертологии,

деятельности	традиционных криминалистических экспертиз;,, особенности назначения и производства экспертиз отдельных видов Умеет: применять современные методы и возможности судебных экспертиз;,, классифицировать судебные экспертизы на роды и виды Имеет практический опыт: применения полученных знаний в области судебной экспертологии;,, классификации судебных экспертиз на роды и виды
1.Ф.02.М7.01 Введение в переводоведение	Знает: основные стратегии, методы, приемы перевода, специфику перевода некоторых разрядов лексики, некоторых грамматических явлений, место теории перевода в системе гуманитарных дисциплин; основные понятия переводоведения, основные проблемы лингвистической теории перевода Умеет: применять систему знаний о приемах, стратегиях, технологиях перевода; осуществлять выбор стратегии перевода; осуществлять перевод с соблюдением требований, предъявляемых к переводу, определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности Имеет практический опыт: применения системы переводческих знаний на практике, применения системы переводческих знаний на практике
1.Ф.02.М4.01 Эмоции человека и саморегуляция	Знает: соотношение эмоциональных явлений с другими психическими явлениями, закономерности их развития в онтогенезе и в трудных жизненных ситуациях, основные методы регуляции эмоциональных состояний , основные классы эмоциональных явлений, основные теоретические подходы к изучению эмоций в современной психологии, методы осознания своих эмоций и эмоций других людей Умеет: применять техники анализа эмоциональных состояний и техники эмоциональной саморегуляции и управления, распознавать эмоциональное состояние по его проявлениям и применять техники распознавания эмоций и навыки самовыражения для их управления Имеет практический опыт: Применения техник эмоциональной саморегуляции и управления эмоциями других людей, планирования своего эмоционального саморазвития , применения техник распознавания своих и чужих эмоций, техник самовыражения
1.Ф.02.М5.01 Концептуальные решения для предприятий ресторанного сервиса	Знает: принципы планирования деятельности в области ресторанного сервиса, конъюнктуру рынка; перспективы, возможности и угрозы рынка; нормативноправовые основы индустрии питания Умеет: планировать деятельность по направлениям ресторанного сервиса; эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных

	потребностей, мотивов и ценностей, составлять план сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей Имеет практический опыт: планирования деятельности в области сервиса; критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, анализа рынка и деятельности предприятий общественного питания
1.Ф.02.М8.01 Введение в технологическое предпринимательство	Знает: понятие и инструменты технологического предпринимательства, основные элементы инфраструктуры технологического предпринимательства и правовые нормы, инструменты выбора бизнес-модели стартап-проекта Умеет: генерировать технологические бизнес-идеи и ставить бизнес-цели, определять подходящие инструменты маркетинга для решения задач рыночного исследования и продвижения бизнес-идеи, осуществлять выбор адекватной для стартап-проекта Имеет практический опыт: селекции технологических бизнес-идей на основе их валидации по различным критериям в условиях ресурсных ограничений, заполнения разделов Lean Canvas
1.О.10 Психология	Знает: основные понятия психопрофилактики и психогигиены; уровни и виды профилактики; формы психопрофилактического воздействия, научно-практические рекомендации по реализации психопрофилактических программ, основные проблемы, задачи и разделы психогигиены Умеет: составлять профилактические программы в связи с современными задачами психологии; разрабатывать наглядно-методический и информационный материал с целью поддержания здорового образа жизни, определять меры психогигиены и их содержание с учетом возрастного фактора и вида деятельности Имеет практический опыт: разработки психопрофилактических и психогигиенических мероприятий, подготовки материалов для медико-гигиенического просвещения по основным вопросам здорового образа жизни среди дифференцированных групп населения, составления индивидуальной программы психогигиены с учетом возрастного фактора и вида деятельности
Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	Знает: индивидуальный стиль собственной деятельности; свои личностные ресурсы и возможности; способы, средства получения, хранения и переработки информации, специализированные методы математики, физики, химии и биологии, информацию баз данных по биологическим объектам и основные биоинформатические средства анализа Умеет: планировать самостоятельную работу; планировать собственную деятельность;

	определять направление ближайшего развития., проводить исследования в области биоинженерии и биоинформатики по различным фундаментальным методам, использовать информацию, накопленную в базах данных по биологическим объектам Имеет практический опыт: самоорганизации и самоанализа , использования фундаментальных методов для осуществления исследований в области биоинженерии и биоинформатики, использования информации по биологическим объектам, включая нуклеиновые кислоты и белки, владения основными биоинформатическими средствами анализа
--	---

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 72,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		4
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
<i>Аудиторные занятия:</i>	64	64
Лекции (Л)	32	32
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	71,5	71,5
Оформление задания 2 - Разработка фирменного знака и дизайна блока деловой документации	71,5	71.5
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	диф.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	56	28	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, питания и	2

		строительства. Позиционирование бренда. Инструменты бренда. Концепция бренда.	
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.	4
4	2	Визуальная идентичность и фирменный стиль. Фирменный знак: способы и приемы построения	4
5,6	2	Элементы фирменного стиля: блок деловой коммуникации и основные законы его дизайн-проектирования	6
7,8	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)	6
9	2	Творческие подходы к разработке фирменной полиграфической рекламы и медиа-носителей при продвижении бренда товара или услуги	4
10	2	Презентация проекта. Правила успешной презентации бренд-дизайна. Инструменты для создания успешной презентации	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Практическая 1. Разработка бренда выбранного объекта проектирования. Анализ аудитории бренда. 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 в социальных сетях.	4
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 задания 2 - Разработка фирменного знака и дизайна блока деловой документации	Волкова Н.В. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования.	4	71,5

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	4	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.	дифференцированный зачет
2	4	Текущий контроль	Контрольная точка 2. Разработка фирменного знака и дизайна блока деловой документации	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	дифференцированный зачет

						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.	
3	4	Текущий контроль	Контрольная точка 3. Разработка фирменной сувенирной и рекламно-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	дифференцированный зачет
4	4	Текущий контроль	Контрольная точка 4. Дизайн веб сайта 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	дифференцированный зачет

					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	
5	4	Промежуточная аттестация	Контрольная точка 5. Презентация и защита итогового проекта	-	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	дифференцированный зачет

					сформулирован и плохо реализован в проекте 0 баллов - проект не соответствует теме, выполнен в слабой графической подачи, образ не яркий и не выразительный	
--	--	--	--	--	--	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
дифференцированный 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	5
УК-2	Знает: методы разработки стратегии бренда, основные этапы процесса разработки элементов бренда, концепции создания фирменного стиля и методы разработки графических элементов фирменного стиля	++	++	++	++	++
УК-2	Умеет: изучать основные концепции брендинга в рамках поставленных задач, генерировать идеи и разрабатывать фирменный стиль для определенного потребителя	++	++	++	++	++
УК-2	Имеет практический опыт: работы инструментами создания и разработки графических элементов бренда	++	++	++	++	++
УК-6	Знает: теоретические основы оценки временных затрат и планирования время при работе над проектом, корректировать процесс работы над проектом, исходя из внешних факторов		++	++	++	++
УК-6	Умеет: оценивать временные затраты и планировать время при работе над проектом, корректировать процесс работы над проектом, исходя из внешних факторов		++	++	++	++
УК-6	Имеет практический опыт: оценивания временных затраты и планирования времени при работе над проектом, корректировки процесса работы над проектом, исходя из внешних факторов		++	++	++	++

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. Волкова Н.В. Дизайн рекламы

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Волкова Н.В. Дизайн рекламы

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Костина, Н. Г. Фирменный стиль и дизайн : учебное пособие / Н. Г. Костина, С. Ю. Баранец. — Кемерово : КемГУ, 2014. — 97 с. — ISBN 978-5-89289-847-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/93556 (дата обращения: 29.04.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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
Дифференцированный зачет	207 (3г)	Компьютеры с установленными графическими программами
Практические занятия и семинары	114-5 (2)	Компьютеры с установленными графическими программами

Лекции	204 (3г)	Мультимедийное оборудование
--------	-------------	-----------------------------