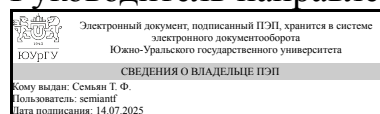


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель направления



Т. Ф. Семьян

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.02.М1.02 Основы бренд-проектирования и дизайн бренда  
для направления 45.03.01 Филология

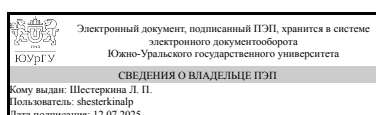
уровень Бакалавриат

форма обучения очная

кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

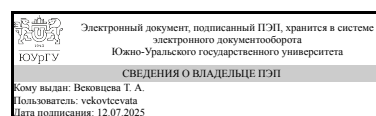
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 45.03.01 Филология, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 986

Зав.кафедрой разработчика,  
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,  
к.искусствоведения, доц., доцент



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-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | <p>Знает: основные законы планирования и организации собственной профессиональной деятельности в рамках технологии производства мультимедийного продукта; основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций; основные маркетинговые инструменты и инструменты маркетинговых коммуникаций; основные принципы конвергенции и условия функционирования медиасреды</p> <p>Умеет: применять технологии самоорганизации при выполнении профессиональных задач производства мультимедийного продукта; использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов; применять основные маркетинговые инструменты при разработке и реализации коммуникационного продукта; создавать медиапродукты для конвергентных СМИ</p> <p>Имеет практический опыт: управления траекторией саморазвития в рамках производства и распространения рекламного мультимедийного продукта; применения</p> |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде; проведения маркетинговых исследований при разработке системы маркетинговых коммуникаций; создания медиапродукта для конвергентных СМИ |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ     |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 1.Ф.02.М1.01 Теория и практика интегрированных коммуникаций   | 1.Ф.02.М7.03 Организация продуктивного мышления |

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

| Дисциплина                                                  | Требования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.Ф.02.М1.01 Теория и практика интегрированных коммуникаций | <p>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</p> <p>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</p> <p>Имеет практический опыт: контроля 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;</p> |

|  |                                                                                                                                                                                                                                           |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | выбора инструментов комплекса маркетинга; использования и анализа эффективности применения маркетинговых технологий; применения современных методик анализа и интерпретации полученных результатов в рамках профессиональной деятельности |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 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                               |
| подготовка к зачету                                                          | 26          | 26                                 |
| Оформление презентации проекта                                               | 15,5        | 15,5                               |
| Выполнение заданий по текущему контролю. Самостоятельное изучение литературы | 30          | 30                                 |
| 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 и гостиничного сервиса. Брендинг ведущих гостиниц мира и России.                 | 2            |
| 2        | 1         | Коммуникативная и творческая стратегия бренда. Позиционирование товаров и услуг. Целевая аудитория и особенности формирования бренда     | 2            |
| 3-4      | 2         | Визуальная идентичность и фирменный стиль. Фирменный знак. Понятие визуальной идентичности бренда. Творческие методики поиска креативных | 4            |

|       |   |                                                                                                                                                                                                  |   |
|-------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|       |   | идей. Составляющие визуальной идентичности, правила построения.                                                                                                                                  |   |
| 5-6   | 2 | Визуальная идентичность и фирменный стиль. Фирменный знак: способы и приемы построения                                                                                                           | 4 |
| 7-9   | 2 | Элементы фирменного стиля: блок деловой коммуникации и основные законы его дизайн-проектирования                                                                                                 | 6 |
| 10-12 | 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 |
| 13-14 | 2 | Творческие подходы к разработке фирменной полиграфической рекламы и медиа-носителей при продвижении бренда предприятия, товара или услуги.                                                       | 4 |
| 15-16 | 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 |
|-----------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1-2       | 1         | Практическая 1. Разработка брендинга гостиницы. Анализ аудитории бренда определенной гостиницы. Составление портрета потребителя. Позиционирование. Товарная пирамида бренда гостиничных услуг.       | 4            |
| 3         | 2         | Практическая 2. Анализ конкурентов и их решений в брендинге.                                                                                                                                          | 2            |
| 4         | 2         | Практическая 3. Составление брифа. Построение пирамиды бренда. Метафора бренда                                                                                                                        | 2            |
| 5         | 2         | Практическая 4. Поиск и разработка визуальной айдентики. Проработка концепции визуальной идентификации.                                                                                               | 2            |
| 6-7       | 2         | Практическая 5. Описание концепции фирменного знака. Посторенные ассоциации знака. Разработка эскизов фирменного графического знака                                                                   | 4            |
| 8-9       | 2         | Практическая 6. Графическая проектирование знака в программе. Шрифты и особенности их использования в рекламе и дизайне.                                                                              | 4            |
| 10        | 2         | Практическая 7. Разработка визитных карточек для выбранного объекта проектирования.                                                                                                                   | 2            |
| 11-12     | 2         | Практическая 8. Разработка фирменной папки, фирменного конверта и фирменного бланка для выбранного объекта проектирования. Разработка системы визуальной идентичности предприятия (товара или услуги) | 4            |
| 13-14     | 2         | Практическая 9. Разработка рекламно-полиграфической продукции (буклета и листовки) для выбранного объекта проектирования                                                                              | 4            |
| 15-16     | 2         | Практическая 10. Разработка сувенирной продукции предприятия (товара или услуги) и оформление страницы в социальных сетях. Оформление презентации проекта.                                            | 4            |

## 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 |
| подготовка к зачету | Нестеров, Д. И. Графический дизайн                                         | 4       | 26           |

|                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |      |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|
|                                                                              | 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 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.          |   |      |
| Оформление презентации проекта                                               | 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.                                                                                                                                                                                                                                                                  | 4 | 15,5 |
| Выполнение заданий по текущему контролю. Самостоятельное изучение литературы | 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. 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]. | 4 | 30   |

## 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, | 1   | 5          | 5 баллов - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания;<br>4 балла - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания, но с | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                                                                     |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          |
|---|---|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  | анализ конкурентов и их решений в продвижении бренда                                                |   |   | незначительными недостатками;<br>3 балла - работа, выполнена не в полном объеме, не соблюдены некоторые требования технического задания;<br>2 балла - работа не раскрывает тему, не отвечает требованиям тех. задания;<br>0 баллов - контрольная не выполнена.                                                                                                                                                                                        |                          |
| 2 | 4 | Текущий контроль | Контрольная точка 2.<br>Разработка дизайна блока деловой документации бренда                        | 1 | 5 | 5 баллов - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания;<br>4 балла - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания, но с незначительными недостатками;<br>3 балла - работа, выполнена не в полном объеме, не соблюдены некоторые требования технического задания;<br>2 балла - работа не раскрывает тему, не отвечает требованиям тех. задания;<br>0 баллов - контрольная не выполнена. | дифференцированный зачет |
| 3 | 4 | Текущий контроль | Контрольная точка 3.<br>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<br>4 балла - проект соответствует теме, выполнен в хорошей графике подачи, но образ решен не ярко и не выразительно, с небольшими ошибками<br>3 балла - проект соответствует теме, но выполнен с ошибками в графике подачи, образ решен не ярко и не выразительно, с                                         | дифференцированный зачет |

|   |   |                          |                                                                                    |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |
|---|---|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                          |                                                                                    |   |   | <p>принципиальными ошибками</p> <p>2 балла - проект соответствует теме, но выполнен с грубыми ошибками в графике подачи, образ выбран неправильно, нечетко сформулирован и плохо реализован в проекте</p> <p>0 баллов - проект не соответствует теме, выполнен в слабой графической подачи, образ не яркий и не выразительный</p>                                                                                                                                            |                          |
| 4 | 4 | Текущий контроль         | <p>Задание 4. Разработка дизайна сайта или дизайна страницы в социальных сетях</p> | 1 | 1 | <p>5 баллов - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания;</p> <p>4 балла - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания, но с незначительными недостатками;</p> <p>3 балла - работа, выполнена не в полном объеме, не соблюдены некоторые требования технического задания;</p> <p>2 балла - работа не раскрывает тему, не отвечает требованиям тех. задания;</p> <p>0 баллов - контрольная не выполнена.</p> | дифференцированный зачет |
| 5 | 4 | Промежуточная аттестация | <p>Контрольная точка 5. Презентация и защита итогового проекта-брендбука</p>       | - | 5 | <p>Оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине происходит на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p>                                                                                                                 | дифференцированный зачет |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
|--|--|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | <p>Положительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60-100 %.</p> <p>Неудовлетворительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0-59 %.</p> <p>Обучающийся может повысить свой рейтинг, пройдя процедуру промежуточной аттестации.</p> <p>5 баллов - проект соответствует теме, выполнен в отличной графике подачи, проект оригинален и интересен, образ решен ярко и выразительно</p> <p>4 балла - проект соответствует теме, выполнен в хорошей графике подачи, но образ решен не ярко и не выразительно, с небольшими ошибками</p> <p>3 балла - проект соответствует теме, но выполнен с ошибками в графике подачи, образ решен не ярко и не выразительно, с принципиальными ошибками</p> <p>2 балла - проект соответствует теме, но выполнен с грубыми ошибками в графике подачи, образ выбран неправильно, нечетко сформулирован и плохо реализован в проекте</p> <p>0 баллов - проект не соответствует теме, выполнен в слабой графической подачи, образ не яркий и не выразительный</p> |  |
|--|--|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения                                                                                | Критерии оценивания           |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| дифференцированный зачет     | Оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине происходит на основе полученных оценок за | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |           |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|  | <p>контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Положительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60-100 %. Неудовлетворительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0-59 %.</p> <p>Обучающийся может повысить свой рейтинг, пройдя процедуру промежуточной аттестации. Аттестационное мероприятие (зачет) проводится в виде защиты всех разработанных макетов (презентация). Презентация должна 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.</p> | Положения |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|

### 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

| Компетенции | Результаты обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | № КМ |   |   |   |   |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---|---|---|---|
|             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 1    | 2 | 3 | 4 | 5 |
| УК-6        | Знает: основные законы планирования и организации собственной профессиональной деятельности в рамках технологии производства мультимедийного продукта; основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций; основные маркетинговые инструменты и инструменты маркетинговых коммуникаций; основные принципы конвергенции и условия функционирования медиасреды                                    | +    | + | + | + | + |
| УК-6        | Умеет: применять технологии самоорганизации при выполнении профессиональных задач производства мультимедийного продукта; использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов; применять основные маркетинговые инструменты при разработке и реализации коммуникационного продукта; создавать медиапродукты для конвергентных СМИ                                      | +    | + | + | + | + |
| УК-6        | Имеет практический опыт: управления траекторией саморазвития в рамках производства и распространения рекламного мультимедийного продукта; применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде; проведения маркетинговых исследований при разработке системы маркетинговых коммуникаций; создания медиапродукта для конвергентных СМИ | +    | + | + | + | + |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

#### а) основная литература:

1. Рунге В. Ф. Эргономика в дизайне среды : учеб. пособие для специальности 290200 "Дизайн архитектур. среды" направления 630100 "Архитектура" и др. / В. Ф. Рунге, Ю. П. Манусевич. - М. : Архитектура-С, 2007. - 327 с. : ил.

2. Ткачев В. Н. Архитектурный дизайн: Функциональные и художественные основы проектирования : учеб. пособие для вузов по специальности 052400 Дизайн / В. Н. Ткачев. - М. : Архитектура-С, 2006. - 350 с. : ил.

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 в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, — 239 с.

2. Бренд-менеджмент: методические указания к изучению дисциплины / составитель Я.С. Добрынина – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2015. – 24 с.

*из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, — 239 с.

2. Бренд-менеджмент: методические указания к изучению дисциплины / составитель Я.С. Добрынина – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2015. – 24 с.

### 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]. <a href="https://urait.ru/bcode/511517">https://urait.ru/bcode/511517</a> (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 |
|---------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Зачет                           | 454<br>(1) | компьютер с выходом в Интернет                                                                                                                   |
| Практические занятия и семинары | 410<br>(1) | компьютеры с графическими программами                                                                                                            |
| Самостоятельная работа студента | 454<br>(1) | компьютер с выходом в Интернет                                                                                                                   |
| Лекции                          | 410<br>(1) | проектор, экран, компьютер, парты, доска                                                                                                         |