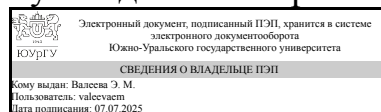


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель направления



Э. М. Валеева

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.09.М2.02 Основы бренд-проектирования и дизайн бренда  
для направления 39.03.01 Социология

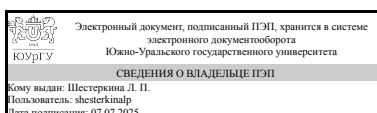
уровень Бакалавриат

форма обучения очная

кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

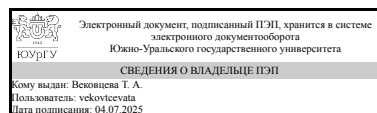
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утверждённым приказом Минобрнауки от 05.02.2018 № 75

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.09.М5.01 Технологии цифровизации и интернет вещей,<br>1.Ф.09.М3.01 Основы стратегического менеджмента,<br>1.Ф.09.М2.01 Теория и практика интегрированных коммуникаций,<br>1.Ф.09.М1.01 Антропология цифровых трансформаций | 1.Ф.09.М1.03 Цифровизация и критическое мышление,<br>1.Ф.09.М4.03 Технологии формирования делового имиджа и межличностная коммуникация,<br>1.Ф.09.М5.03 Информационные технологии в управлении организационными структурами,<br>1.Ф.09.М3.03 Основы проектной деятельности |

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

| Дисциплина                                       | Требования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.Ф.09.М1.01 Антропология цифровых трансформаций | Знает: этические и правовые аспекты цифровых исследований (конфиденциальность, информированное согласие, регулирование цифровых исследований (GDPR, этика работы с данными соцсетей)); влияние цифровых технологий на общество, основные теоретические концепции антропологии в цифровом контексте (теории культуры, идентичности, сообществ в киберпространстве), содержание ключевых терминов курса, методологию цифровых антропологических исследований, особенности этнографических методов в онлайн-среде (нетаграфия, цифровое включённое наблюдение), эволюцию антропологии под влиянием технологий (от классических подходов к big data и AI) Умеет: проводить цифровые этнографические исследования (разрабатывать дизайн исследования для онлайн-среды (форумы, соцсети, игры), собирать и систематизировать данные (тексты, аудио/видео, метаданные)), анализировать цифровые культуры (интерпретировать поведение пользователей, идентичность в анонимных сообществах, ритуалы онлайн-взаимодействия, применять смешанные методы: качественный анализ (тематическое кодирование) и количественный (статистика, визуализация), использовать |

|                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                       | <p>цифровые инструменты (программы для анализа данных, визуализации, сбора информации); критически оценивать феномены цифровой реальности, анализировать влияние алгоритмов ИИ, VR / AR на социальные практики Имеет практический опыт: навыками презентации и коммуникации, визуализации результатов через интерактивные дашборды, цифровые сторителлинг-платформы (Shorthand, StoryMap), навыками публичной защиты исследований с использованием мультимедийных форматов; навыками этической рефлексии, управления дилеммами цифровых исследований (анонимность vs. прозрачность, взаимодействие с контентом), методами цифровой антропологии: навыки полевой работы в онлайн-среде (включённое наблюдение, глубинные интервью через платформы Zoom/Discord), обработка больших данных (базовые навыки Python/R для текстового анализа); навыками работы с инструментами для анализа соцсетей (Brandwatch, Netlytic), создания цифровых архивов, основами моделирования антропологических сценариев</p> |
| 1.Ф.09.М3.01 Основы стратегического менеджмента       | <p>Знает: методы и принципы целеполагания; механизмы отбора оптимальных решений; правовые нормы в рамках профессиональной деятельности, методы постановки целей саморазвития и стратегического планирования саморазвития Умеет: выбирать оптимальные решения с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, выстраивать траекторию саморазвития с учетом существующих ограничений Имеет практический опыт: выбора оптимальных решений с учетом действующих ограничений и ресурсов на основе результатов стратегического анализа, постановки целей саморазвития</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 1.Ф.09.М5.01 Технологии цифровизации и интернет вещей | <p>Знает: основные направления технологического развития и его влияние на человеческое общество; свойства и процессы взаимодействия человеческого и киберфизического социумов; информационные и лингвистические свойства сети "интернет"; трансформационные особенности влияния сети "интернет", свойства и особенности информационных представлений в аналоговой и цифровой формах; основные математические модели обработки информации; способы получения информации из окружающей среды, методы ее интеграции, обработки, анализа и реализации воздействий; способы и интерфейсы Умеет: определять и анализировать группы требований и требования групп проектов интернета вещей; строить модели и этапы саморазвития в рамках модели целенаправленной деятельности, пользоваться</p>                                                                                                                                                                                                                  |

|                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                    | <p>основными приемами анализа и преобразований информации в различных формах и форматах; использовать формальные модели объектов и систем для описаний состояний и процессов различных предметных областей Имеет практический опыт: применения онтологий как цифровой модели предметной области и формирования требований групп при реализации проектов интернета вещей, анализа и преобразований цифровых моделей физических и виртуальных объектов</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p>1.Ф.09.М2.01 Теория и практика интегрированных коммуникаций</p> | <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. 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</p> |

#### 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 презентации проекта                                               | 15,5        | 15,5                               |
| Выполнение заданий по текущему контролю. Самостоятельное изучение литературы | 30          | 30                                 |
| подготовка к зачету                                                          | 26          | 26                                 |
| 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 идей. Составляющие визуальной идентичности, правила построения. | 4            |
| 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                                                                                                                                      | 4            |

|       |   |                                                                                                                |   |
|-------|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|       |   | медиа-носителей при продвижении бренда предприятия, товара или услуги.                                         |   |
| 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 ассоциаций 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 |
| 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. -             | 4       | 30           |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |    |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|
|                     | 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].                                                                                                                                                                                                                      |   |    |
| подготовка к зачету | 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 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 | 26 |

## 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 | 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; | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                                                                     |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          |
|---|---|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                                                                                     |   |   | 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 принципиальными ошибками<br>2 балла - проект соответствует теме, но выполнен с грубыми ошибками в графике подачи, образ выбран неправильно, нечетко сформулирован и плохо реализован в проекте<br>0 баллов - проект не | дифференцированный зачет |

|   |   |                          |                                                                             |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                          |
|---|---|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                          |                                                                             |   |   | соответствует теме, выполнен в слабой графической подачи, образ не яркий и не выразительный                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          |
| 4 | 4 | Текущий контроль         | Задание 4. Разработка дизайна сайта или дизайна страницы в социальных сетях | 1 | 1 | 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 |
| 5 | 4 | Промежуточная аттестация | Контрольная точка 5. Презентация и защита итогового проекта - брендбука     | - | 5 | 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). Положительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60-100 %. Неудовлетворительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0-59 %. Обучающийся может повысить свой рейтинг, пройдя процедуру | дифференцированный зачет |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |
|--|--|--|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | <p>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     | <p>Оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине происходит на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля.</p> <p>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</p> | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | 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. |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

### 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 |
|---------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Самостоятельная работа студента | 454<br>(1) | компьютер с выходом в Интернет                                                                                                                   |
| Практические занятия и семинары | 410<br>(1) | компьютеры с графическими программами                                                                                                            |

|        |            |                                          |
|--------|------------|------------------------------------------|
| Лекции | 410<br>(1) | проектор, экран, компьютер, парты, доска |
| Зачет  | 454<br>(1) | компьютер с выходом в Интернет           |