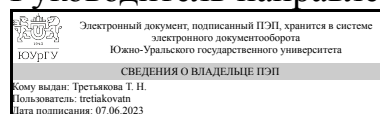


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



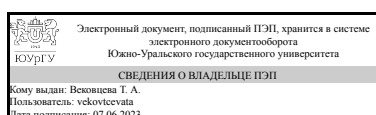
Т. Н. Третьякова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.04.М3.02 Фирменный стиль и брендинг
для направления 43.03.02 Туризм
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Технология и дизайн

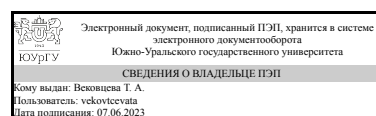
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 516

Зав.кафедрой разработчика,
к.искусствоведения, доц.



Т. А. Вековцева

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



Т. А. Вековцева

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – знакомство с ключевыми идеями, концепциями и направлениями теории бренд-коммуникаций, изучение принципов создания фирменного стиля в рамках концепции брендинга. Задачи: 1. изучение бренда как социально-психологический феномена 2. изучение методов разработки стратегии бренда 3. изучение концепций создания фирменного стиля и методов разработки графических элементов фирменного стиля в области туристических услуг 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 потребителей туристических услуг в рамках разработанной стратегии бренда.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает: методы разработки стратегии бренда, основные этапы процесса разработки элементов бренда, концепции создания фирменного стиля и методы разработки графических элементов фирменного стиля Умеет: изучать основные концепции брендинга в рамках поставленных задач, генерировать идеи и разрабатывать фирменный стиль для определенного потребителя Имеет практический опыт: инструментами создания и разработки графических элементов бренда
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знает: понятие тайм менеджмента и методы расчета временных затрат на проектирование и производство рекламно-полиграфической продукции Умеет: рассчитывать время на основных этапах создания проекта фирменного стиля и брендинга

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.24 Правоведение,	1.О.11 Политология,

1.Ф.04.М1.01 Введение в педагогическую деятельность, 1.О.17 Сервисология, 1.О.25 Основы туризма и гостеприимства, 1.Ф.04.М3.01 Основы дизайна, 1.О.13 Концепции современного естествознания, 1.О.10.03 Туристское ресурсоведение, 1.О.27 Психология, 1.О.10.01 Социально-экономическая география современного мира, 1.О.29 Основы медицинских знаний, 1.О.16 Социология, 1.Ф.04.М2.01 Спортивные и физкультурно-массовые сооружения и тренажеры, Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	1.Ф.04.М2.03 Организация спортивно-массовых мероприятий, 1.О.19 Менеджмент, ФД.02 Основы исследовательской деятельности, 1.Ф.04.М1.03 Основы педагогического мастерства, 1.Ф.04.М3.03 История искусства и дизайна
--	---

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

Дисциплина	Требования
1.О.16 Социология	Знает: методы и технологии социологических исследований , понятие и сущность социологических исследований, методы сбора социологической информации Умеет: работать с социологической информацией для осуществления рыночных исследований и анализа требований клиентов на современном рынке туризма и гостиничных услуг, проводить социологические исследования рынка туристских услуг Имеет практический опыт: использования социологических методов в профессиональной деятельности, проведения социологических исследований потребительского рынка туристских услуг
1.О.27 Психология	Знает: основные понятия психологии, типы темперамента, содержание мотивации и психической регуляции поведения и деятельности человека, психологические основы функционирования познавательных, волевых и эмоциональных процессов для понимания собственных психологических особенностей управления временем Умеет: устанавливать гармоничные отношения в работе с клиентами, создавать благоприятный психологический климат в коллективе; изучать потребности общества и личности , использовать психологические техники и методы тайм-менеджмента в собственной деятельности Имеет практический опыт: регулирования взаимоотношения людей: убеждения, доказательства, внушения и побуждения людей к необходимым действиям в процессе профессионального общения и совместной деятельности, развития мотивационно-волевой

	сферы личности для осуществления личностного развития и профессионального роста
1.О.29 Основы медицинских знаний	Знает: основные категории здорового образа жизни, основные признаки неотложных состояний и алгоритм действий при оказании первой медицинской помощи Умеет: использовать современные методы самооценки здоровья и определять признаки неотложных состояний и характер повреждений для определения способов оказания первой помощи, определять признаки неотложных состояний и характер повреждений для определения способов оказания первой помощи Имеет практический опыт: оценки уровня здоровья, гигиенической культуры и ресурсов личного здоровьесбережения, неотложной помощи при наиболее распространённых патологических состояниях
1.Ф.04.М1.01 Введение в педагогическую деятельность	Знает: формулирует задачи в соответствии с целью проекта, свои ресурсы и их пределы (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы Умеет: демонстрирует знание правовых норм достижения поставленной цели в сфере реализации проекта, критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата Имеет практический опыт: аргументировано отбирает и реализует различные способы решения задач в рамках цели проекта, организации учебной деятельности и использования предоставляемых возможностей для приобретения новых знаний и умений
1.Ф.04.М3.01 Основы дизайна	Знает: основные этапы процесса дизайн-проектирования, метод дизайн-мышления, методы активизации поиска идей Умеет: изучать контекст в рамках задачи, выделять основные проблемы, генерировать идеи и производить их отбор, создавать прототипы, тестировать их с потребителями, оценивать временные затраты и планировать время при работе над проектом, корректировать процесс работы над проектом, исходя из внешних факторов Имеет практический опыт:
1.Ф.04.М2.01 Спортивные и физкультурно-массовые сооружения и тренажеры	Знает: историю строительства спортивных сооружений; классификацию спортивных сооружений; особенности спортивных сооружений для различных видов спорта; состав спортивных сооружений, их габариты, разметку, пропускную способность; правила эксплуатации спортивных сооружений, оборудования и спортивной техники; параметры и оборудование различных спортивных объектов; расположение зрительских мест на трибунах; расположение

	помещений и устройства для судей и прессы, о своих ресурсах и их пределах (временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы Умеет: оценивать состояние готовности спортивного оборудования, спортивного сооружения или объекта спорта к проведению соревнований и мероприятий, планировать перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей Имеет практический опыт:
1.О.13 Концепции современного естествознания	Знает: основы взаимодействия между физическими, химическими, биологическими и социальными процессами в природе и обществе, основные законы и специфику современного естествознания Умеет: применять полученные естественнонаучные знания при решении профессиональных задач, пользуясь современными научными методами в рамках поставленной цели, обосновывать свою мировоззренческую позицию в области естествознания, проводить анализ и синтез естественнонаучной информации Имеет практический опыт: проведения естественнонаучных измерений применительно к специфике туристской отрасли и индустрии гостеприимства, владения инструментальной базой современного естествознания и методами обработки результатов измерения применительно к специфике туристской отрасли
1.О.24 Правоведение	Знает: источники и системы гражданского, трудового, семейного, уголовного, экологического права и законодательства РФ, антикоррупционное законодательство, основные положения гражданского, трудового и уголовного законодательства Российской Федерации и другие нормативно-правовые акты в рамках своей будущей профессиональной деятельности Умеет: интерпретировать законы, регулирующие основы социальных отношений в профессиональной, общественной и бытовой сферах деятельности, осуществлять профессиональную деятельность на основе развитого правосознания, правового мышления и правовой культуры; правильно оценивать ситуативные нарушения прав и свобод человека и гражданина, варианты проявления коррупционного поведения, выстраивать направления противодействия коррупциогенному поведению, обосновывать и принимать в пределах должностных обязанностей решения, а также совершать действия, связанные с реализацией правовых норм Имеет практический опыт: применения нормативно-правовой и законодательной документации в профессиональной, общественной и бытовой деятельности, анализа различных явлений,

	юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, относящихся к коррупции, работы с СПС «Гарант» и «Консультант +», анализом юридических норм, побуждающих к корректировке профессиональной деятельности
1.О.10.03 Туристское ресурсоведение	Знает: методику оценки туристского потенциала территории, основные категории и характеристики туристских ресурсов и ограничений Умеет: оценивать туристский потенциал территории и определять перспективные туристско-рекреационные зоны, районы и рынки туризма, выбирать оптимальные туристские ресурсы и проводить оценку туристского потенциала регионов Имеет практический опыт: оценки природных, культурно-исторических и социально-экономических ресурсов туристского рынка, оценки природных, культурно-исторических и социально-экономических ресурсов регионального туризма
1.О.25 Основы туризма и гостеприимства	Знает: специфику туризма и гостеприимства как особого вида деятельности и основные принципы функционирования туристской индустрии и индустрии гостеприимства, структуру туристской индустрии и гостеприимства, виды туристской деятельности, основные характеристики, возможности, назначение составляющих сферы туризма и гостеприимства Умеет: самостоятельно приобретать, усваивать и применять практическую информацию анализировать события и ситуации в сфере туризма и гостеприимства, анализировать и систематизировать информацию в сфере туризма и гостеприимства Имеет практический опыт: анализа информации об объектах инфраструктуры в региональном туризме, анализа и систематизации информации в области туризма и гостеприимства
1.О.10.01 Социально-экономическая география современного мира	Знает: закономерности и факторы размещения отраслевой и территориальной структуры мирового хозяйства, на основе имеющихся ресурсов и ограничений, классификации стран современного мира Умеет: определять и сравнивать социально-экономические характеристики объектов, процессов и явлений на основе географического подхода, анализировать межкультурное разнообразие социально-экономических аспектов в разных странах мира Имеет практический опыт: работы с социально-экономической информацией географических регионов в рамках профессиональной деятельности, общения и коллективной работы с представителями других наций, рас, социальных страт и приверженцами отличных от собственной идеологий,

	политических взглядов и предпочтений
1.О.17 Сервисология	Знает: правила и технику безопасности обслуживания потребителей, иерархию потребностей и психофизиологические возможности человека, понятийный аппарат теории потребностей, иерархию потребностей и психофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотивов и ценностей человека Умеет: применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей, определять потребительский статус туристских услуг, эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей Имеет практический опыт: безопасного обслуживания потребителей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей
Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	Знает: основные характеристики, возможности, назначение составляющих сферы гостеприимства в регионе; имеющиеся программы развития туризма в регионе, общее количество туроператоров международного въездного, выездного и внутреннего туризма (согласно ЕФРТ), методы исследований и мониторинга туристского рынка, особенности рынка индустрии гостеприимства в регионе, органы исполнительной власти субъекта РФ в сфере туризма, программы развития туризма в регионе Умеет: анализировать рынок индустрии гостеприимства в регионе, проводить исследование туристского рынка в регионе, анализировать рынок индустрии гостеприимства в регионе, самостоятельно приобретать, усваивать и применять практическую информацию в сфере туризма Имеет практический опыт: самостоятельного определения специфики деятельности предприятий индустрии гостеприимства в регионе, характеристики туристского рынка, выявления и анализа деятельности предприятий индустрии гостеприимства в регионе

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	71,5	71,5
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	диф.зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Основы брендинга	8	4	4	0
2	Визуальная идентичность бренда. Фирменный стиль	56	28	28	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол- во часов
1	1	Брендинг: понятие и инструменты брендинга в сфере услуг и гостиничного сервиса. Брендинг туристических услуг в России и за рубежом	2
2	1	Коммуникативная и творческая стратегия бренда. Позиционирование товара или услуги. Целевая аудитория и особенности формирования образа бренда	2
3	2	Визуальная идентичность и фирменный стиль. Фирменный знак. Понятие визуальной идентичности бренда. Творческие методики поиска креативных идей. Составляющие визуальной идентичности, правила построения.	4
4	2	Визуальная идентичность и фирменный стиль. Фирменный знак: способы и приемы построения	4
5,6	2	Элементы фирменного стиля: блок деловой коммуникации и основные законы его дизайн-проектирования	6
7,8	2	Рекламно-полиграфическая продукция: листовка и буклет (требования и законы построения). Цвет, шрифт и графика в дизайне. Сувенирная продукция в брендинге и дизайне (виды и технологии создания)	6
9	2	Творческие подходы к разработке фирменной полиграфической рекламы и медиа-носителей при продвижении бренда туристических услуг	4
10	2	Презентация проекта. Правила успешной презентации бренд-дизайна. Инструменты для создания успешной презентации	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол- во часов
1	1	Практическая 1. Разработка брендинга гостиницы. Анализ аудитории бренда определенной гостиницы. Составление портрета потребителя.	2

		Позиционирование. Товарная пирамида бренда товара или услуги.	
2	1	Практическая 2. Анализ конкурентов и их решений в брендинге.	2
3	2	Практическая 3. Составление брифа. Построение пирамиды бренда. Метафора бренда.	2
4	2	Практическая 4. Поиск и разработка визуальной айдентики. Проработка концепции визуальной идентификации.	2
5	2	Практическая 5. Описание концепции фирменного знака. Посторенные ассоциаций знака. Разработка эскизов фирменного графического знака.	4
6	2	Практическая 6. Графическая проектирование знака в программе. Шрифты и особенности их использования в рекламе и дизайне.	2
7	2	Практическая 7. Разработка визитных карточек для выбранного объекта проектирования.	4
8	2	Практическая 8. Разработка фирменной папки, фирменного конверта и фирменного бланка для выбранного объекта проектирования. Разработка системы визуальной идентичности бренда	4
9	2	Практическая 9. Разработка рекламно-полиграфической продукции (буклета и листовки) для туристического объекта.	4
10	2	Практическая 10. Разработка сувенирной продукции и оформление страницы в социальных сетях.	4
11	2	Практическая 11. Проектирование презентации проекта	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Оформление презентации проекта	https://workproekt.ru/vidyi-produktov/prezentatsiya/	4	71,5

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

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

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	4	Текущий контроль	Контрольная точка 1. Разработка брендинга компании: анализ аудитории бренда,	1	5	5 баллов - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания; 4 балла - работа,	дифференцированный зачет

			составление портрета потребителя, анализ конкурентов и их решений в продвижении бренда товара или услуги			выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания, но с незначительными недостатками; 3 балла - работа, выполнена не в полном объеме, не соблюдены некоторые требования технического задания; 2 балла - работа не раскрывает тему, не отвечает требованиям тех. задания; 0 баллов - контрольная не выполнена.	
2	4	Текущий контроль	Контрольная точка 2. Разработка дизайна блока деловой документации и оформление страницы в социальных сетях	1	5	5 баллов - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания; 4 балла - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания, но с незначительными недостатками; 3 балла - работа, выполнена не в полном объеме, не соблюдены некоторые требования технического задания; 2 балла - работа не раскрывает тему, не отвечает требованиям тех. задания; 0 баллов - контрольная не выполнена.	дифференцированный зачет
3	4	Текущий контроль	Контрольная точка 3. Разработка фирменной сувенирной и рекламно-полиграфической продукции бренда	1	5	5 баллов - проект соответствует теме, выполнен в отличной графике подачи, проект оригинален и интересен, образ решен ярко и выразительно 4 балла - проект соответствует теме, выполнен в хорошей графике подачи, но образ решен не ярко и не выразительно, с небольшими ошибками 3 балла - проект соответствует теме, но	дифференцированный зачет

					выполнен с ошибками в графике подачи, образ решен не ярко и не выразительно, с принципиальными ошибками 2 балла - проект соответствует теме, но выполнен с грубыми ошибками в графике подачи, образ выбран неправильно, нечетко сформулирован и плохо реализован в проекте 0 баллов - проект не соответствует теме, выполнен в слабой графической подачи, образ не яркий и не выразительный	
4	4	Промежуточная аттестация	Контрольная точка 4. Презентация и защита итогового проекта	-	5 5 баллов - проект соответствует теме, выполнен в отличной графике подачи, проект оригинален и интересен, образ решен ярко и выразительно 4 балла - проект соответствует теме, выполнен в хорошей графике подачи, но образ решен не ярко и не выразительно, с небольшими ошибками 3 балла - проект соответствует теме, но выполнен с ошибками в графике подачи, образ решен не ярко и не выразительно, с принципиальными ошибками 2 балла - проект соответствует теме, но выполнен с грубыми ошибками в графике подачи, образ выбран неправильно, нечетко сформулирован и плохо реализован в проекте 0 баллов - проект не соответствует теме, выполнен в слабой графической подачи, образ не яркий и не выразительный	дифференцированный зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
дифференцированный зачет	Зачет ставится по всем выполненным работам, прикрепленным к контрольным точкам. Итогом работы является презентация со всеми макетами. Презентация 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.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ			
		1	2	3	4
УК-2	Знает: методы разработки стратегии бренда, основные этапы процесса разработки элементов бренда, концепции создания фирменного стиля и методы разработки графических элементов фирменного стиля	+	+	+	+
УК-2	Умеет: изучать основные концепции брендинга в рамках поставленных задач, генерировать идеи и разрабатывать фирменный стиль для определенного потребителя	+	+	+	+
УК-2	Имеет практический опыт: инструментами создания и разработки графических элементов бренда	+	+	+	+
УК-6	Знает: понятие тайм менеджмента и методы расчета временных затрат на проектирование и производство рекламно-полиграфической продукции	+	+	+	+
УК-6	Умеет: рассчитывать время на основных этапах создания проекта фирменного стиля и брендинга	+	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

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

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

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

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Дизайн рекламы

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Дизайн рекламы

Электронная учебно-методическая документация

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

Перечень используемого программного обеспечения:

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

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

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

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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