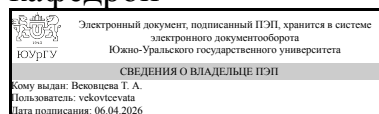


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



Т. А. Вековцева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.06 Брендинг и фирменный стиль
для направления 54.03.01 Дизайн

уровень Бакалавриат

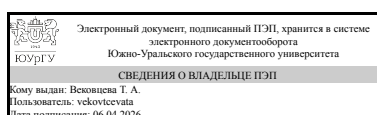
профиль подготовки Графический дизайн

форма обучения очно-заочная

кафедра-разработчик Технология и дизайн

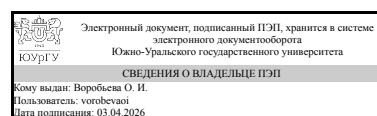
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки от 13.08.2020 № 1015

Зав.кафедрой разработчика,
к.искусствоведения, доц.



Т. А. Вековцева

Разработчик программы,
доцент



О. И. Воробьева

1. Цели и задачи дисциплины

Цели и задачи 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 социальнопсихологический феномен; понимание бренда в менеджменте и психологии; основные типологии и модели брендов; методики анализа и оценки бренда СМИ; методы разработки стратегии бренда СМИ; особенности формирования бренда СМИ. На практических занятиях изучается фирменный стиль, разбирается роль айдентики и бренд-дизайна, делается проект по созданию фирменного стиля с опорой на исследования аудитории и бизнеса в рамках разработанной стратегии бренда.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

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

Цифровые технологии, Компьютерные технологии	Фотография, Рекламные технологии в графическом дизайне, Фототехнологии, Проектирование комплексных визуальных систем
---	---

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

Дисциплина	Требования
Компьютерные технологии	Знает: функционал графических программ верстки (InDesign) и программ для 3D-моделирования и анимации (Autodesk 3ds Max, Blender) Умеет: пользоваться современными источниками информации для поиска референсов и вдохновения; самостоятельно осваивать новые версии программ и расширять кругозор в IT-области; подготавливать материалы для печати, экспорта и публикации в Интернете; ориентироваться в файлах различных форматов и конвертировать файлы при необходимости Имеет практический опыт: создания авторских графических работ средствами компьютерной графики
Цифровые технологии	Знает: основы работы с векторной графикой (CorelDraw, Adobe Illustrator); основы растровой графики и фотомонтажа (Photoshop, GIMP); принципы работы с цветом, композицией и типографикой в графических программах, основы работы с графическими редакторами (Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign и др.); принципы создания анимаций и инфографики; стандартные форматы изображений и требования к ним для веб-сайтов и социальных медиа; возможности онлайн-инструментов для коллективной работы и совместного проектирования Умеет: работать в программах растровой и векторной графики; создает авторские дизайн-проекты по средствам графических программ, создавать и обрабатывать графику в цифровых редакторах с высоким уровнем точности и скорости; совмещать традиционные методы рисования с цифровыми инструментами; применять графические фильтры и эффекты для улучшения визуальных качеств изображений Имеет практический опыт: работы в графических программах растровой и векторной графики, владения навыками быстрого и качественного создания креативных материалов для рекламы и продвижения

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 17,25 ч.
контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам
		в часах
		Номер семестра
		4
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия:	16	16
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	90,75	90,75
подготовка к занятиям по текущим заданиям семестра	24	12
подготовка к зачету	12	12
подготовка к курсовому проекту	42,75	30.75
подготовка к экзамену	12	12
Консультации и промежуточная аттестация	1,25	1,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

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

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Брендинг: понятие и инструменты брендинга в сфере услуг и гостиничного сервиса. Брендинг ведущих гостиниц мира и России	2
2	1	Коммуникативная и творческая стратегия бренда. Позиционирование товара или услуги. Целевая аудитория и особенности формирования образа бренда	2
3	2	Визуальная идентичность и фирменный стиль. Фирменный знак. Понятие визуальной идентичности бренда. Творческие методики поиска креативных идей. Составляющие визуальной идентичности, правила построения.	1
4	2	Визуальная идентичность и фирменный стиль. Фирменный знак: способы и приемы построения	1
5	2	Элементы фирменного стиля: блок деловой коммуникации и основные законы его дизайн-проектирования	1
8	2	Презентация проекта. Правила успешной презентации бренд-дизайна. Инструменты для создания успешной презентации	1

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Разработка бренда в сфере товаров и услуг. Анализ целевой аудитории бренда. Составление портрета потребителя. Позиционирование. Товарная пирамида бренда товара или услуги. Анализ конкурентов.	2
2	1	Составление брифа. Построение пирамиды бренда. Метафора бренда.	2
3	2	Поиск и разработка визуальной айдентики. Проработка концепции визуальной идентификации. Описание концепции фирменного знака. Разработка эскизов фирменного графического знака.	1
4	2	Графическое проектирование знака в программе. Шрифты и особенности их использования в рекламе и дизайне. Создание шрифтового логотипа и фирменного блока.	1
5	2	Разработка корпоративного стиля бренда (визитные карточки, бланки, конверты, фолдеры)	1
6	2	Разработка рекламно-полиграфической продукции (буклета и листовки) для выбранного объекта проектирования. Разработка сувенирной продукции.	1

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	Количество часов
подготовка к занятиям по текущим заданиям семестра	Устин, В. Б. Учебник дизайна. Композиция, методика, практика [Текст] В. Б. Устин. - М.: АСТ : Астрель, 2009. - 254, [1] с. ил., цв. ил., портр. Ли И.С. Основы производственного мастерства: методические указания к практическим занятиям / сост. И.С. Ли; под ред. Л.Б. Суриной. — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. — 16 с	4	1
подготовка к зачету	Британский дизайн : контекст, школы, студии, среда [Текст] монография в виде альбома ред.-сост.: М. Кумова и др.; пер. с англ. Е. Травкиной ; Grey Matter др. - М.: КАК Проект : Grey Matter, 2014. - 495, [1] с. ил., фот. 1 отд. л.	4	1
подготовка к курсовому проекту	Устин, В. Б. Учебник дизайна. Композиция, методика, практика [Текст] В. Б. Устин. - М.: АСТ : Астрель, 2009. - 254, [1] с. ил., цв. ил., портр. Ли И.С. Основы производственного мастерства: методические указания к практическим занятиям / сост. И.С. Ли; под ред. Л.Б. Суриной. — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. — 16 с	4	30
подготовка к курсовому проекту	Водчиц, С. С. Книжный дизайн: теория пропорций : учебное пособие / С. С. Водчиц. — Москва : МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2011. — 558 с. https://e.lanbook.com/book/106540 Реферативный журнал. Техническая эстетика и эргономика. 89. [Текст] отд. вып. Рос. акад. наук, Всерос. ин-т науч. и техн. информ. (ВИНИТИ) реферативный журнал. - М.: ВИНТИ, 1987-1994	4	1
подготовка к занятиям по текущим заданиям семестра	Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации : учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород : ННГАСУ, 2019. — 113 с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/164853 (дата обращения: 08.12.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей. Айдентика : динамика, образ, типографика, цвет, иллюстрация и паттерн [Текст]	4	1

	монография в виде альбома : пер. с англ. ред.-сост.: М. Кумова и др.; Grey Matter и др. - М.: КАК Проект : Grey Matter, 2014. - 509, [3] с. цв. ил.		
подготовка к экзамену	Вековцева, Т. А. Структура строения зрительной коммуникации в рекламе [Текст] / Т. А. Вековцева/ Торгово-экономические проблемы регионального бизнес-пространства : сб. материалов IX Междунар. науч.-практ. конф., 22 апр. 2011 г. - Челябинск : Издат. центр ЮУрГУ, 2011. - С. 58-60. https://lib.susu.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000557903&dtype=F&etype=.pdf	4	1

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	Задание 1. Создание презентации на тему "Бриф бренда"	1	5	Мероприятие проходит в виде защиты презентации на тему «Бриф бренда». 5 баллов – презентация выполнена по плану, полностью отражает и раскрывает тему, имеет хороший исследовательский и изобразительный материал; 4 балла – презентация выполнена по плану, но не полностью отражает и раскрывает тему, или имеет недостаточный объем исследовательской работы; 3 балла – презентация выполнена не по плану, не полностью отражает и раскрывает тему, имеет недостаточный объем исследовательской работы; 2 балла – презентация выполнена не по плану, не раскрывает тему, не имеет достаточного изобразительного материала; 0 баллов - презентация не представлена. Максимальное количество баллов - 5	зачет
2	4	Текущий контроль	Задание 2 Демонстрация эскизного материала.	1	3	Мероприятие проходит в виде просмотра эскизов по текущему заданию; 5 баллов – представлен рабочий макет, в соответствии с требованиями задания; 4 балла – представлен рабочий макет в соответствии с требованиями задания, при этом макет может иметь незначительные недочеты; 3 балла - представлен рабочий макет в соответствии с требованиями задания, при этом макет имеет значительные недочеты; 2 балла - ставится за отсутствие работы или неполный объем	зачет

						работы в плохом качестве; 0 баллов - работа не представлена. Максимальное количество баллов - 5	
3	4	Текущий контроль	Задание 3. Демонстрация макетов листовки, буклета, сувенирной продукции	2	5	Зачет ставится по всем выполненным работам, прикрепленным к контрольным точкам. Итогом работы является презентация со всеми макетами. Презентация должны быть защищена в устной форме в течении 10 минут. Автор описывает предприятие, целевую аудиторию, проблему и выбранную концепцию бренда, обосновывает выбор дизайна носителей. максимальная оценка - 5 баллов	зачет
4	4	Текущий контроль	Контрольная работа	1	5	Контрольная работа проходит на практическом занятии по теме "Разработка сувенирной продукции для бренда". Задание: Оформить подачу макетов сувенирной продукции на мокапах. Работа оценивается по 5-ти бальной системе. 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. Максимальная оценка - 5 баллов.	зачет
5	4	Промежуточная аттестация	зачет	-	5	Зачет проходит в виде проверки текущих заданий семестра. 5 баллов – выполнен весь объем текущих заданий в соответствии с требованиями задания.; 4 балла – выполнен весь объем текущих заданий в соответствии с требованиями заданий с небольшими недочетами в исполнении; 3 балла – выполнен весь объем текущих заданий в соответствии с требованиями заданий с существенными недочетами в исполнении; 2 балла – выполнены не все задания и не в соответствии с требованиями тех. заданий; 0 баллов - выполненные задания отсутствуют. Максимальное количество баллов – 5	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Зачет проходит в виде проверки текущих заданий семестра.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения
экзамен	Экзамен проходит в виде клаузуры по теме билета.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
ПК-1	Знает: принципы брендингового подхода в реализации рекламного сообщения, проектной идеи; графические редакторы для создания рекламного продукта	++				
ПК-1	Умеет: проводить исследование рынка, анализ продукции и уникальности бренда; разрабатывать позиционирование объекта на рынке; разрабатывать фирменный стиль в рамках бренда; разрабатывать макеты элементов фирменного стиля в графических редакторах	++				
ПК-1	Имеет практический опыт: разработки фирменного стиля и элементов бренда	++				
ПК-3	Знает: новые технологии и инструменты брендинга; концепции бренд-проектирования			+++		
ПК-3	Умеет: создавать визуально-ассоциативный образ фирмы; отражать коммерческую идею фирмы (предприятия); обосновывать свой выбор			+++		
ПК-3	Имеет практический опыт: создания бренд-концепции фирмы (предприятия)			+++		

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Устин, В. Б. Учебник дизайна. Композиция, методика, практика [Текст] В. Б. Устин. - М.: АСТ : Астрель, 2009. - 254, [1] с. ил., цв. ил., портр.

б) дополнительная литература:

1. Британский дизайн : контекст, школы, студии, среда [Текст] монография в виде альбома ред.-сост.: М. Кумова и др.; пер. с англ. Е. Травкиной ; Grey Matter др. - М.: КАК Проект : Grey Matter, 2014. - 495, [1] с. ил., фот. 1 отд. л.

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

1. Реферативный журнал. Техническая эстетика и эргономика. 89. [Текст] отд. вып. Рос. акад. наук, Всерос. ин-т науч. и техн. информ. (ВИНИТИ) реферативный журнал. - М.: ВИНТИ, 1987-1994

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Ли И.С. Основы производственного мастерства: методические указания к практическим занятиям / сост. И.С. Ли; под ред. Л.Б. Суриной. — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. — 16 с

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Ли И.С. Основы производственного мастерства: методические указания к практическим занятиям / сост. И.С. Ли; под ред. Л.Б. Суриной. — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. — 16 с

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронный каталог ЮУрГУ	Вековцева, Т. А. Структура строения зрительной коммуникации в рекламе [Текст] / Т. А. Вековцева/ Торгово-экономические проблемы регионального бизнес-пространства : сб. материалов IX Междунар. науч.-практ. конф. 2011 г. - Челябинск : Издат. центр ЮУрГУ, 2011. - С. 58-60. https://lib.susu.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000557903&dtype=F&
2	Дополнительная литература	Электронный каталог ЮУрГУ	Вековцева, Т.А. Художественное дизайн упаковки: учебное пособие / Т.А. Вековцева. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2017. – 79 с. https://lib.susu.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000557903&dtype=F&

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. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(31.12.2022)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Экзамен	4486 (2)	рабочие столы, мультимедийное оборудование, мультимедийный экран, компьютер, веб-камера, микрофон, наушники, Microsoft-Office(бессрочно)
Практические занятия и семинары	4486 (2)	рабочие столы, мультимедийное оборудование. Microsoft-Office(бессрочно)
Зачет	4486 (2)	рабочие столы, мультимедийное оборудование, мультимедийный экран, компьютер, веб-камера, микрофон, наушники, Microsoft-Office(бессрочно)
Самостоятельная работа студента	4486 (2)	рабочие столы, мультимедийное оборудование. Microsoft-Office(бессрочно)