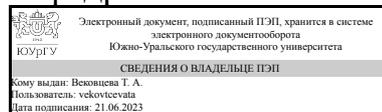


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий выпускающей  
кафедрой



Т. А. Вековцева

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.09 Брендинг и фирменный стиль  
для направления 54.03.01 Дизайн

уровень Бакалавриат

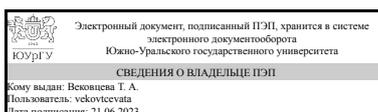
профиль подготовки Графический дизайн

форма обучения очная

кафедра-разработчик Технология и дизайн

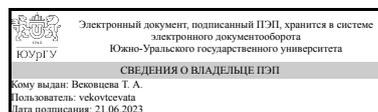
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки от 13.08.2020 № 1015

Зав.кафедрой разработчика,  
к.искусствоведения, доц.



Т. А. Вековцева

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



Т. А. Вековцева

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – знакомство с ключевыми идеями, концепциями и направлениями теории бренд-коммуникаций, изучение принципов создания фирменного стиля в рамках концепции брендинга. Задачи: 1. изучение бренда как социально-психологический феномена, 2. изучение методов разработки стратегии бренда 3. изучение концепций создания фирменного стиля и методов разработки графических элементов фирменного стиля 4. получение навыков работы с текстом и графикой, 5. освоение практических навыков работы с программами типографики и верстки 6. освоение графических программ Adobe Photoshop/ Illustrator/ CorelDRAW/Visme.

## Краткое содержание дисциплины

В рамках дисциплины будут изучены следующие темы: бренд как социально-психологический феномен; понимание бренда в менеджменте и психологии; основные типологии и модели брендов; методики анализа и оценки бренда СМИ; методы разработки стратегии бренда СМИ; особенности формирования бренда СМИ. На практических занятиях изучается фирменный стиль, разбирается роль айдентики и бренд-дизайна, делается проект по созданию фирменного стиля с опорой на исследования аудитории и бизнеса в рамках разработанной стратегии бренда.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)                                                                                | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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<br>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<br>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<br>Умеет: создавать визуально-ассоциативный образ фирмы; отражать коммерческую идею фирмы (предприятия); обосновывать свой выбор<br>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 |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Графический дизайн и реклама,<br>Компьютерные технологии,<br>Рекламные технологии в графическом дизайне,<br>Фототехнологии,<br>Фотография,<br>Компьютерное проектирование,<br>Эргономика,<br>Компьютерная графика | Математическое моделирование в дизайне и технологии,<br>Проектирование графических объектов,<br>Промышленная графика и упаковка,<br>Проектирование комплексных визуальных систем,<br>Производственная практика (преддипломная) (8 семестр) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

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

| Дисциплина                                 | Требования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Графический дизайн и реклама               | <p>Знает: стилистические особенности каждого этапа формирования дизайна, понятие рекламы и методы продвижения рекламного продукта на потребительском рынке, задачи и функции рекламы, взаимосвязь графического дизайна с целями и задачами рекламного продукта., презентационные технологии средствами графической подачи проекта, электронной презентации, арт-бука и бренд-бука Умеет: работать в графических редакторах; использовать медиа-коммуникационные технологии по предмету, с учетом его специфики; проектировать макеты рекламы с помощью графических редакторов, учитывая современные тренды в дизайне масс-медиа, создавать презентационные файлы, графические подачи в обосновании авторских идей, способствующих реализации проектных целей Имеет практический опыт: использования информационных технологий и прикладных программ для реализации дизайн-проектов, корпоративных информационных систем, презентации проекта и обоснования основных дизайнерских идей, оппонирования при коллективном обсуждении проекта</p> |
| Рекламные технологии в графическом дизайне | <p>Знает: основные виды рекламы; носители рекламы; формы и методы продвижения рекламного продукта на потребительском рынке, , виды и методы продвижения рекламного продукта, эргономические и психологические особенности восприятия потребителем медиа-технологий, а также эффективных способов демонстрации проектных идей Умеет: разрабатывать макеты рекламы для полиграфии и SMM в графических редакторах, классифицировать виды рекламы, выбирать оптимально эффективный вид рекламы для продвижения товара или услуги бренда с помощью инструментария графических, растровых инструментов Имеет практический опыт: создания макетов рекламно-</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                | <p>полиграфической продукции в цифровом виде, применения технологий продвижения рекламного продукта на конкурентном рынке различными способами и инструментами графического дизайна, а также обоснования проектных целей и задач</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p>Фотографика</p>             | <p>Знает: графические приемы создания художественной фотографии в различных стилях, цветовые модели, цифровые форматы фотофайлов, виды фотографии, графические инструменты для обработки фотографий, законы композиции и светотеневого моделирования формы, технические приемы коллажирования в растровом редакторе, цифровые форматы фотофайлов Умеет: пользоваться инструментами в растровом редакторе, моделировать форму методом светотени и колористики в процессе постановки кадра для определенных художественных и дизайнерских задач, использовать информационную среду для реализации творческих задач, связанных с процессом фототехнологий Имеет практический опыт: реализации творческих замыслов в дизайн-проектировании при помощи фотографии, хранения больших объемных файлов и архивов на отдельных носителях и серверах для дальнейшего безопасного пользования фотоматериалами в рамках проектной деятельности</p> |
| <p>Компьютерные технологии</p> | <p>Знает: различные графические компьютерные техники, методы работы с цветом, градиентами, трёхмерного моделирования и визуализации, графические редакторы (2D, 3D), программы для анимации и видеомонтажа, возможности редакторов для реализации дизайн-проектов Умеет: создавать инструментами компьютерных редакторов различной сложности градиент, кисти, текстуры, коллажи, трёхмерные модели, сложные развёртки, пользоваться графическими редакторами (2D, 3D), программами для анимации и видеомонтажа, создавать 2D-графику, 3D-графику, анимацию, выполнять видеомонтаж Имеет практический опыт: создания изображений различными графическими компьютерными техниками, работы с заливкой цветом, трёхмерного моделирования, работы с векторной и растровой графикой, 3D-моделированием, созданием анимации, монтажом видео</p>                                                                                               |
| <p>Эргономика</p>              | <p>Знает: основные положения эргономики в области промышленного дизайна и промышленной графики, способы применения основных принципов и положений эргономики при создании объектов дизайна Умеет: способен обосновывать свои проектные предложения с использованием основных принципов и</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                             | положений эргономики, применять основные принципы и положения эргономики при проектировании параметров и свойств объектов дизайна Имеет практический опыт: разработки объектов дизайна, их параметров и свойств с использованием основных принципов и положений эргономики                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Компьютерное проектирование | Знает: Умеет: работать в графических программах для визуализации материалов дизайн-проекта Имеет практический опыт: использует программные продукты для разработки визуальных материалов дизайн-проекта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Фототехнологии              | Знает: технические требования фотосъемки к оборудованию и методы обработки различными художественными фильтрами фотографии в растровом редакторе, историю и виды фотографии, оборудование и технологические приемы фотосъемки, процессы и этапы изготовления классической фотографии, технологии цифровой фотографии, процессы обработки цифровой фотографии Умеет: создать при помощи графических и технических приемов концептуальную аутентичную фотографию, фотоколлаж, пользоваться различным фотооборудованием для фотосессии и изготовления фотографии, инструментами в растровом редакторе, готовить фотоматериал для адаптации его к печати и дизайнерскому макетированию, хранению больших объемных файлов на отдельных носителях и серверах Имеет практический опыт: организации фотосъемочного процесса, постановочной или репортажной фотосессии в зависимости от технического задания заказчика, работы с цифровой фотографией и технологией изготовления фотографий |
| Компьютерная графика        | Знает: программные продукты для разработки чертежей и другой конструкторской документации, стандарты, технические регламенты и правила оформления технической конструкторской документации с использованием компьютерных технологий Умеет: создавать и редактировать компьютерные чертежи объектов дизайна, их деталей и узлов, оформлять техническую конструкторскую документацию дизайн-проекта и использовать ее при создании объектов дизайна Имеет практический опыт: разработки компьютерных чертежей объектов дизайна, их деталей и узлов, оформления технической конструкторской документации дизайн-проекта с использованием компьютерных технологий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 54,25 ч.  
контактной работы

| Вид учебной работы                                                         | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |  |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------|--|
|                                                                            |             | Номер семестра                     |  |
|                                                                            |             | 6                                  |  |
| Общая трудоёмкость дисциплины                                              | 108         | 108                                |  |
| <i>Аудиторные занятия:</i>                                                 | 48          | 48                                 |  |
| Лекции (Л)                                                                 | 16          | 16                                 |  |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 32          | 32                                 |  |
| Лабораторные работы (ЛР)                                                   | 0           | 0                                  |  |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>                                        | 53,75       | 53,75                              |  |
| Оформление презентации проекта                                             | 53,75       | 53,75                              |  |
| Консультации и промежуточная аттестация                                    | 6,25        | 6,25                               |  |
| 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 | 40                                        | 12 | 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 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. | 2            |
| 4        | 2         | Визуальная идентичность и фирменный стиль. Фирменный знак: способы и приемы построения                                                                                                                   | 2            |
| 5        | 2         | Элементы фирменного стиля: блок деловой коммуникации и основные законы его дизайн-проектирования                                                                                                         | 2            |
| 6        | 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)         | 2            |
| 7        | 2         | Творческие подходы к разработке фирменной полиграфической рекламы и медиа-носителей при продвижении бренда товара или услуги                                                                             | 2            |
| 8        | 2         | Презентация проекта. Правила успешной презентации бренд-дизайна. Инструменты для создания успешной презентации                                                                                           | 2            |

## 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. Позиционирование. Товарная пирамида бренда товара или услуги. | 2            |
| 2         | 1         | Практическая 2. Анализ конкурентов и их решений в брендинге.                                                                                                                                    | 2            |
| 3         | 2         | Практическая 3. Составление брифа. Построение пирамиды бренда. Метафора бренда.                                                                                                                 | 2            |
| 4         | 2         | Практическая 4. Поиск и разработка визуальной айдентики. Проработка концепции визуальной идентификации.                                                                                         | 2            |
| 5         | 2         | Практическая 5. Описание концепции фирменного знака. Посторенные 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 выбранного объекта проектирования (гостиницы).                                                           | 4            |
| 10        | 2         | Практическая 10. Разработка сувенирной продукции и оформление страницы в социальных сетях.                                                                                                      | 4            |
| 11        | 2         | Практическая 11. Проектирование презентации проекта                                                                                                                                             | 2            |

## 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

## 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС                 |                                                                                                                         |         |              |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|
| Подвид СРС                     | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс                                              | Семестр | Кол-во часов |
| Оформление презентации проекта | <a href="https://workproekt.ru/vidyi-produktov/prezentatsiya/">https://workproekt.ru/vidyi-produktov/prezentatsiya/</a> | 6       | 53,75        |

## 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 | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов | Учи-тыва |
|------|----------|--------------|-----------------------|-----|------------|---------------------------|----------|
|------|----------|--------------|-----------------------|-----|------------|---------------------------|----------|

|   |   |                  | мероприятия                                                                                                                                                                              |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | -<br>ется<br>в ПА |
|---|---|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 1 | 6 | Текущий контроль | Контрольная точка 1.<br>Разработка брендинга компании: анализ аудитории бренда, составление портрета потребителя, анализ конкурентов и их решений в продвижении бренда товара или услуги | 1 | 5 | 5 баллов - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания;<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.                                                                                                                                                                                                                                                                            | зачет             |
| 2 | 6 | Текущий контроль | Контрольная точка 2.<br>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;<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.                                                                                                                                                                                                                                                                            | зачет             |
| 3 | 6 | 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 соответствует теме, выполнен в слабой графической подачи, образ не яркий и не выразительный | зачет             |
| 4 | 6 | Промежуточная    | Контрольная точка 4.<br>Презентация и                                                                                                                                                    | - | 5 | 5 баллов - проект соответствует теме, выполнен в отличной графике подачи,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | зачет             |

|  |            |                          |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--|------------|--------------------------|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | аттестация | защита итогового проекта |  | 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 соответствует теме, выполнен в слабой графической подачи, образ не яркий и не выразительный |
|--|------------|--------------------------|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| зачет                        | Зачет ставится по всем выполненным работам, прикрепленным к контрольным точкам. Итогом работы является презентация со всеми макетами. Презентация должны быть защищена в устной форме в течении 10 минут. Автор описывает предприятие, целевую аудиторию, проблему и выбранную концепцию бренда, обосновывает выбор дизайнера 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 |
| 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. 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]. <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 rolpred (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<br>(2) | Компьютеры с установленными графическими программами |