Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич
Должность: проректор по учебно-методической деятельности
Дата подписания: 29.10.2026 16:13:36
Уникальный программный ключ:
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры

УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
Факультета МАИС
Кот Ю.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

БРЕНДИНГ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Направление подготовки *54.03.01. ДИЗАЙН*

Профиль подготовки *ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН*

Квалификация выпускника *бакалавр*

Форма обучения *очная*

(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

Формирование базовых экономических, исследовательских, проектных, компетенций обучающегося, связанных с осуществлением профессиональной деятельности в области рекламы, брендинга и создания дизайна новых продуктов и торговых марок.

Задачи:

- Знакомство с законами и назначением брендинга;
- Формирование представлений о профессиональных задачах специалистов в сфере брендинга;
- Отработка взаимодействия дизайнеров и бренд-менеджеров в рамках работы над реальным проектным кейсом новой торговой марки;
- Проведение маркетингового исследования по заданным параметрам, анализ, оформление результатов исследований, подготовка материалов для принятия бизнес-решения;
- Овладение различными видами и методами брендинга;
- Изучение узнаваемости бренда и влияния дизайна на неё;
- Овладение практическими навыками разработки дизайна бренда во взаимодействии с агентством – автором рекламной стратегии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины, модулю дисциплин по выбору, образовательной программы по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, профиля Графический дизайн.

Дисциплина формирует специализированные профессиональные компетенции обучающихся и является вспомогательной для обучения графического дизайнера в бакалавриате.

Дисциплина «Брендинг в графическом дизайне» изучается в 6 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, должны быть сформированы у обучающегося в процессе освоения профессиональных дисциплин учебного плана. В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения указанных в таблице дисциплин и прохождения практик.

Блок 1. Дисциплины. Часть, формируемая участниками образовательных отношений (модули по выбору) – «Брендинг в графическом дизайне»	Наименование дисциплин учебного плана.
Дисциплины и практики, предваряющие освоение данной дисциплины:	История мирового и графического дизайна Дизайн-проектирование Искусство шрифта и типографика

	Дизайн упаковки
Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:	Искусство презентации Проектно-технологическая практика Маркетинговая практика Преддипломная практика Выполнение и защита ВКР

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению проектных профессиональных задач.

3.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, профиль Графический дизайн.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Компетенция (код и наименование)	**Индикаторы компетенций**	**Результаты обучения**
УК-2 **Разработка и реализация проектов** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними и ожидаемые результаты их решения	***Знать:*** - Понимает общую структуру концепции реализуемого проекта; - Называет ее составляющие и принципы их формирования; ***Уметь:*** - Определяет круг задач в рамках поставленной цели; - Формулирует взаимосвязанные задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели; ***Владеть:*** - Концептуальным видением применительно к проекту.
	УК-2.2. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы	***Знать:*** - Перечисляет основные нормативные правовые документы в области профессиональной деятельности; - Определяет в рамках поставленных задач по проекту имеющиеся ресурсы и ограничения; ***Уметь:*** Ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов;
	УК-2.5 Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования	***Знать:*** - Формы представления проекта заинтересованным сторонам и «заказчикам» ***Уметь:*** - Оформлять проект в необходимом формате сообразно целеназначению и требованиям сложившихся нормативных и профессиональных стандартов ***Владеть:*** - Перспективным видением развития проекта в дальнейшем, способами его совершенствования; - Презентовать проект на публичной площадке, в том числе для широкой аудитории.

УК-10. Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.2. Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	***Знать:*** - Основные результаты новейших экономических исследований; ***Уметь:*** - Осуществляет экономические расчёты различного назначения; ***Владеть:*** - Оптимизирует проект с целью получения наиболее экономичного варианта
	УК-10.3. Способен использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач	***Знать:*** - Место и роль дизайна в экономических процессах жизнедеятельности общества; ***Уметь:*** - рассчитывать, определять, оценивать результаты хозяйственной деятельности субъекта рыночной экономики; ***Владеть:*** - Анализом экономической составляющей проектных решений; - Методами интеграции инструментария экономических дисциплин в профессиональную область дизайна
ПК-5. Экономическая деятельность Способен создавать базовые виды расчётной документации для обеспечения профессиональной деятельности, применять на практике нормативные документы, регламентирующие работу в области графического дизайна и креативной индустрии, как персонально, так и в составе проектной организации.	ПК-5.1. Обладает базовыми навыками создания ресурсных и сметных расчётов, перечня работ, планов-графиков проектирования и производственного цикла	Знать: - Методику организации производственной работы в графическом дизайне; - Формы нормативной финансовой и отчетной документации; Уметь: - Выполнять экономические расчеты в профессиональной деятельности; Владеть: - Осуществляет работы по производству объектов дизайна различного назначения; - Оформляет проектную и расчетную документацию по профессиональной деятельности;
	ПК-5.3. Обладает актуальными знаниями ценообразования проектных и производственных работ в графическом дизайне	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины

Объем (общая трудоемкость) дисциплины «Брендинг в графическом дизайне» составляет 2 з.е., 72 акад. часов, из них контактных – 30 акад.ч., СРС – 42 акад.ч., формы контроля: зачёт – 6 семестр;

Виды учебной деятельности		Всего	Семестры							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Контактная работа обучающихся		30	-	-	-	-	-	30	-	-
в том числе:										
Занятия лекционного типа		16	-	-	-	-	-	16	-	-
Занятия семинарского типа		14	-	-	-	-	-	14	-	-
Индивидуальные и другие виды занятий		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Групповые консультации		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа (включая часы контроля)		42	-	-	-	-	-	42	-	-
Форма промежуточной аттестации		За	-	-	-	-	-	За	-	-
Общая трудоемкость	акад.час	72	-	-	-	-	-	72	-	-
	з.е.	2	-	-	-	-	-	2	-	-

4.2. Структура дисциплины для очной формы обучения.

№ п/п	Тема // // Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий, проводимых в интерактивных формах					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции ЗЛТ	Сем./ Практ.ЗСТ	Консультации	ИКР	СРС	
1	Раздел 1. Брендинг в графическом дизайне	**6**	**16**	**14**			**42**	
1.1	Тема 1. Основы брендинга		6	6			20	Просмотр презентаций, упражнений, Опрос, консультация по выполнению практического задания готовых заданий
1.2	Тема 2. Брендинг и дизайн		10	8			22	Просмотр презентаций, упражнений, Опрос, консультация по выполнению практического задания готовых заданий
	ИТОГО за 6 семестр:		**16**	**14**			**42**	

4.3. Содержание разделов дисциплины

№	Наименование раздела (подраздела, темы) дисциплины	Содержание
1.	**Раздел 1. Брендинг в графическом дизайне**	
1.1.	Тема 1. Основы брендинга	1 занятие. Лекция с визуальной презентацией – 2 часа Введение в брендинг. Понятие «брендинг». Виды брендинга, эффективность брендинга. Постановка задачи для самостоятельной работы к следующему семинару.
		2 занятие. Семинар – 2 часа Просмотр собранных студентами в СР материалов в мини-презентации к ознакомительной лекции по видам брендинга, обсуждение, вопросы, комментарии.
		3-4 занятия. Лекции с визуальной презентацией – 2х2 часа Виды брендов, продукт на рынке. Бренды и дизайн. Что такое брендирование, его виды и психология восприятия бренда.
		5 занятие. Семинар – 2 часа Практическая работа – сравнение брендов. Развитие бренда. Существование бренда в конкурентной среде.
		6 занятие. Семинар – 2 часа Креативная стратегия. Влияние креативной стратегии на проектирование бренда. Ее положение в креативном/дизайнерском брифе. Практическая работа по заполнению брифа.
1.2.	Тема 2. Брендинг и дизайн	7 занятие. Лекция с визуальной презентацией – 2 часа Обзор брендинга в графическом дизайне. Виды брендинга в графическом дизайне. Постановка задачи для самостоятельной работы к следующему семинару.
		8-11 занятия. Лекции с визуальной презентацией – 4х2 часа Брендинг и дизайн. Обзор брендинговых составляющих профессии графического дизайнера. Брендинговые агентства. Сттруктурыбрендинговых агентств.
		12-14 занятие. Семинары – 3х2 часа Создание концепции бренда. Брендинг и креатив. Брендинг в проектировании. Практическое занятие по участию в брейн-шторминге. СР по систематизации идей, придуманных на брейн-шторминге.
		15 занятие. Семинар – 2 часа Финализация всех заданий за семестр, подготовка к промежуточной аттестации.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Раздел 1. Введение в брендинг	Лекций – 16 ак.ч	– Лекции-презентации с использованием фото- и видеоматериалов
		Семинаров – 14 ак.ч	– Доклад-презентация обучающегося по выбранной теме раздела – Практические занятия семинарского типа, консультации по эскизированию и выполнению учебных заданий – Выполнение упражнений и эскизов к заданию – Просмотры выполненных заданий с участием студентов – Разбор и анализ выполненных заданий
		Самостоятельная работа – 42 ак.ч.	– Сбор материалов по теме раздела – Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям – Подготовка и оформление работ к просмотру (зачёту – промежуточной аттестации за семестр)

Применяемые образовательные технологии:

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на занятиях лекционного и семинарского типа) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям семинарского типа) работу обучающегося.

В качестве основной формы организации учебного процесса по дисциплине «Брендинг в графическом дизайне»в предлагаемой методике обучения выступает использование интерактивных (развивающих, проблемных, проектных) технологий обучения.

На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки.

Содержание лекций является базой при подготовке к консультациям, практическим занятиям, зачетам, а также самостоятельной проектной деятельности.

Занятия семинарского типа по дисциплине «Брендинг в графическом дизайне» проводятся с целью приобретения практических навыков применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней профессиональной компетентности студентов. На занятиях семинарского типа по дисциплине «Брендинг в графическом дизайне» используются следующие интерактивные формы: - семинары-консультации с просмотром и анализом работ и других проектных материалов, проводится разбор ошибок, обсуждение подходов к проектированию.

Целью самостоятельной работы студентов является формирование профессионального мышления и сознания, способствующих социальному ориентированию в современной жизни. Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Брендинг в графическом дизайне» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе занятий лекционного и семинарского типов;
- формирование навыков работы по созданию / развитию бренда

В процессе выполнения самостоятельной работы студент приобретает умения и навыки экономического и бизнес-мышления, интеграции дизайна в рекламную сферу.

Формы самостоятельной работы:

- Ознакомление и работа с документами, книгами, профессиональными онлайн-ресурсами;
- Эскизирование, проектирование, оформление проектных решений в презентации;
- Редактирование и проработка готового продукта на основе аудиторных консультаций;
- Подготовка к текущей, рубежной, промежуточной аттестациям.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Оценочные средства освоения дисциплины обучающимся включают:

- Текущую аттестацию;
- рубежную аттестацию;
- промежуточную аттестацию.

Текущая аттестация(контроль формирования компетенций) осуществляется постоянно, начиная с первой недели семестра (входящий контроль). Средствами текущей аттестации является контроль готовности к занятиям, учитывающий посещение занятий студентом; обеспеченность необходимыми материалами и инструментами для аудиторной работы; наличие работ, самостоятельно выполненных внеаудиторно; готовность студента к консультации по выполненным в процессе самостоятельной работы заданиям. Результаты текущей аттестации преподаватель фиксирует в журнале учебной группы, где указывает посещение и качество аудиторной работы студента.

Рубежная аттестация осуществляется по окончании освоения раздела или темы дисциплины. Рубежная аттестация проводится в виде предварительного зачетас оценкой всех заданий по завершенному разделу / темы дисциплины. Рубежные аттестации проводятся по окончании работы над заданиями очередного раздела, как правило, на 8-9 и 16-17 неделях учебного семестра.

Промежуточная аттестация– зачёт проводится по расписанию зачётной недели, в последнюю учебную неделю семестра.

6.1. Система оценивания

Форма контроля	**Компетенция/ индикатор компетенции**	**Оценка аттестации / Не аттестации**
Текущая аттестация		

консультация по практическому / творческому заданию	УК-2.1; 2.2 УК-10.2; 10.3	зачтено/не зачтено
консультация по самостоятельной работе	УК-2.1; 2.2 УК-10.2; 10.3	зачтено/не зачтено
доклад-презентация на семинарских занятиях	УК-2.1; 2.2 УК-10.2; 10.3 ПК-5.1; 5.3	зачтено/не зачтено
Рубежная аттестация		
контроль по завершении каждого раздела / темы	УК-2.1; 2.2; 2.5 УК-10.2; 10.3 ПК-5.1; 5.3	зачтено/не зачтено
Промежуточная аттестация		
Зачет (6 семестр)	УК-2.1; 2.2; 2.5 УК-10.2; 10.3 ПК-5.1; 5.3	зачтено/не зачтено

6.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, рубежной и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.3.1. Тестовые задания, контролирующие сформированность компетенций – УК-2; УК-10; ПК-5

УК-2

1. Какие основные задачи брендинга могут возникнуть в рамках проекта?
а) Создание узнаваемости бренда
б) Установление ценности бренда для клиентов
в) Разработка эффективной рекламной кампании
г) Управление репутацией бренда
д) Все вышеперечисленное

2. Какими ресурсами можно располагать при планировании реализации проекта брендинга?
а) Бюджет
б) Человеческие ресурсы
в) Время
г) Информационные системы
д) Все вышеперечисленное

3. Какие правовые ограничения могут повлиять на проект брендинга?
а) Правила регистрации товарных знаков
б) Законодательство о защите потребителей
в) Законы о рекламе
г) Регуляции по использованию логотипов и торговых марок
д) Все вышеперечисленное

4. Какие шаги могут включать в себя представление результатов брендинговогопроекта?
а) Создание презентации с основными результатами и рекомендациями

б) Проведение демонстрационных мероприятий
в) Создание дизайн-проекта
г) Участие в дизайнерских конкурсах

5. Как можно использовать результаты брендинговогопроекта?
а) Для повышения осведомленности потребителей о бренде
б) Для установления конкурентного преимущества на рынке
в) Для привлечения новых клиентов дизайнера
г) Для улучшения имиджа компании
д) Все вышеперечисленное

УК-10

1. Что такое брендинг?
a) Процесс создания логотипа для компании
b) Управление всеми аспектами связанными с созданием и укреплением образа бренда
c) Рекламная кампания
d) Верное все ответы

2. Какой из нижеперечисленных факторов НЕ является частью брендинга?
a) Логотип
b) Название бренда
c) Цвета бренда
d) Продажи

3. Что такое ЦА в контексте брендинга?
a) Центральное агентство
b) Ценовая агрегация
c) Целевая аудитория
d) Верное все ответы

4. Процесс создания бренда включает в себя:
a) Разработку логотипа
b) Создание фирменного стиля
c) Определение позиционирования бренда
d) Верное все ответы

5. Что означает позиционирование бренда?
a) Определение целего рынка
b) Создание уникального месседжа о бренде в сознании потребителей
c) Разработка упаковки продукта
d) Верное все ответы

6. Что такое "brandequity"?
a) Стоимость логотипа
b) Разница между активами и обязательствами компании
c) Рыночная стоимость бренда
d) Верное все ответы

7. Какой из нижеперечисленных факторов является НЕ частью графического дизайна бренда?
a) Логотип

b) Упаковка продукта
c) Типографика
d) Размер экрана

8. Какая из перечисленных задач является творческой составляющей графического дизайна бренда?
a) Разработка бюджета
b) Разработка концепции бренда
c) Разработка плана маркетинга
d) Верное все ответы

9. Что такое "call-to-action" элемент в графическом дизайне?
a) Элементы, способствующие продажам
b) Разные варианты цветов
c) Список фирменных шрифтов
d) Верное все ответы

10. Какую роль играет брендинг в экономике?
a) Установление конкурентных цен
b) Укрепление позиций бренда на рынке
c) Определение внешнего вида продукта
d) Верное все ответы

11. Что означает "ROI" в контексте брендинга?
a) Реализация общих идей
b) Оценка эффективности инвестиций в бренд
c) Определение основных элементов бренда
d) Верное все ответы

12. Почему важно принимать обоснованные экономические решения в брендинге?
a) Для управления финансовыми ресурсами компании
b) Для достижения целей бренда
c) Для максимизации прибыли
d) Верные все ответы

ПК-5

1. Какой из нижеперечисленных видов документации относится к базовым видам расчётной документации?
a) Технические условия
b) Протокол испытаний
c) План производства
d) Календарь маркетинговых активностей

2. Какой из нижеперечисленных документов относится к обеспечению профессиональной деятельности в брендинге?
a) Макет логотипа
b) Рекламная брошюра
c) Бизнес-план
d) Резюме
Ответ: a) Макет логотипа

3. Какие из перечисленных документов могут быть созданы в графическом дизайне?

a) Приказы на оплату
b) Заголовок статьи
c) Схема электрической проводки
d) Сайт-магазин

4. Какая из нижеперечисленных задач не связана с созданием базовых видов расчётной документации?
a) Расчет общей суммы бюджета проекта
b) Подготовка презентации по итогам исследования
c) Разработка упаковки товара
d) Составление отчета о выполненных работах

5. Какая из функций графического дизайна связана с брендингом?
a) Создание иллюстраций для детской книги
b) Разработка упаковки продукта
c) Верстка академического журнала
d) Оформление документации для бухгалтерии

6. Какая из нижеперечисленных задач не относится к использованию нормативных документов?
a) Проверка соответствия продукции стандартам качества
b) Формирование каталога услуг компании
c) Разработка технического задания на разработку программного обеспечения
d) Подготовка плана маркетинговых активностей на год

9. Какой из нижеперечисленных видов документов не относится к базовым видам расчётной документации?
a) Протокол собрания акционеров
b) График выполнения работ
c) Банковский отчет о движении средств
d) Технический паспорт изделия

6.3.2. Примерные практические задания по разделу дисциплины к рубежной и промежуточной аттестации.

Компетенции – УК-2.1; 2.2; 2.5; УК-10.2; 10.3; ПК-5.1; 5.3

Раздел 1. Брендинг в графическом дизайне.

Тема 1. Основы брендинга

- Изучение примеров брендов, их сильные и слабые стороны. Презентация 16:9 ppt/pdf. 10-15 слайдов
- Виды брендов. Теоретический мини-обзор. 5мин
- Продукт (бренд) на рынке. Классификация. Инфографический плакат А3
- Креативная стратегия для бренда. Инфографический плакат А3
- Выработка креативной стратегии, заполнение креативного (дизайнерского) брифа. 1 стр. doc

Тема 2. Брендинг и дизайн

- Брендинг в Графическом дизайне. Теоретический мини-обзор. 5мин
- Брендинг и креатив. Создание концепции бренда. Коллективный брейн-шторминг
- Рынок брендинговых агентств. Инфографический плакат А3
- СТМ по группе продуктов. Презентация 16:9 ppt/pdf. 5-10 слайдов
- Проектирование по стратегии. Теоретическая защита эскизов

6.3.3. Примерные темы докладов-презентацийк семинарским занятиям по разделу 1.
Компетенции – УК-2.1; 2.2; 2.5; УК-10.2; 10.3; ПК-5.1; 5.3

Раздел 1. Брендинг в графическом дизайне.

Тема 1. Основы брендинга

- Товарные бренды;
- Сервисные бренды;
- Личностный бренд;
- Бренд организации;
- Событийный бренд;
- Территориальный бренд.

Тема 2. Брендинг и дизайн

- Брендинговые агентства России;
- Брендинговые агентства транснациональные;
- Дизайнеры – создатели брендов;
- Ребрендинг;
- Создание товарного бренда.

7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Список литературы и источников

Основная:

1. **Баранова, С. А. Основы брендинга** : учебное пособие / С. А. Баранова. — Сочи : СГУ, 2018. — 98 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147813 (дата обращения: 17.10.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. **Чернатони, Л. Брендинг : как создать мощный бренд** : учебник / Л. Чернатони, М. МакДональд ; предисл. Б. Л. Ерёмина ; ред. Г. А. Клебче ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 559 с. : ил., табл., схем. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691470 (дата обращения: 17.10.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00894-5. – Текст : электронный.

3. **Шевченко, Д. А. Управление брендом** : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 344 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021 (дата обращения: 17.10.2023). – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. **Брендинг в рекламе** : учебное пособие / составитель Е. В. Попова. — Рязань : РГУ имени С.А.Есенина, 2021. — 68 с. — ISBN 978-5-907266-73-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/326657 (дата обращения: 17.10.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. **Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама** / В. Д. Курушин. — Москва : ДМК Пресс, 2008. — 272 с. — ISBN 5-94074-087-1. — Текст : электронный // Лань :

электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/1103 (дата обращения: 17.10.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующая информационная справочная система: электронно-библиотечная система elibrary.

Доступ в ЭБС:
- ЭБС Ю-райт
- ЭБС ЛАНЬ
- ЭБС IPRMedia
- ЭБС РУКОНТ
- ЭБС Нексмедиа (Университетская библиотека онлайн)

Также рекомендуются к просмотру видеофильмы, находящиеся в сети интернет:
Морган Невилл, Крис Чуэнг. Abstract: TheArtof Design / Абстракция: Искусство дизайна: [документальный сериал]. –Изображение : электронное //Канал Netflix:[стриминговыйвидеосервис]. – 2017. – URL:https://www.netflix.com/ru/title/80057883 (датаобращения: 14.01.2022).

8.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Планы семинарских/ практических занятий

Раздел 1.

Раздел 1. Брендинг в графическом дизайне

Тема 1. Основы брендинга

Указания к докладу-презентации:

1. Проанализировать аналогичные работы по теме.
2. Проанализировать в чем заключается брендинг.
3. Произвести сбор текстовых материалов, фото и видео изображений для использования в презентации/обзоре/инфографическом плакате.
4. Создать электронный файл обзора/презентации/инфографического плаката потеме, оформить слайды презентации/информацию на плакате, логично расположив слайды/информацию на плакате.
5. Провести репетицию доклада с хронометражем и параллельным докладом со слайд-шоу. Регламент доклада – 5-10 минут, объём презентации – 10-15 слайдов.
6. Провести доклад-презентацию на аудиторном занятии.

Тема 2. Брендинг и дизайн

Указания к выполнению практического / творческого задания:

1. Проанализировать аналогичные работы по теме.
2. Проанализировать в чем заключается дизайн и креатив по креативному/дизайнерскому брифу.
3. Произвести сбор текстовых материалов, фото и видео изображений для использования в презентации/обзоре/инфографическом плакате.
4. Создать электронный файл обзора/презентации/инфографического плаката потеме, оформить слайды презентации/информацию на плакате, логично расположив слайды/информацию на плакате.

5. Проанализировать в чем заключается эффективность коллективного брейн-шторминга. Участвовать активно в шторминге. Коллективное обсуждение с эскизированием выработанных идей.
6. Подготовить материалы к защите концепции бренда.
7. Провести тренинг по проведению защиты проекта (питчинг)
8. Провести питчинг по защите концепции проекта на зачете (время, объем – 20 слайдов по 20 сек., всего – 400 сек.).

Материально-техническое обеспечение занятия:

Для качественного проведения лекционных учебных занятий необходимо наличие лекционной аудитории с интерактивной доской с подключением к сети Интернет (видеопроектор с демонстрационным экраном), аудиосредства с микрофоном; средства затемнения – ролл-шторы.

Для проведения практических занятий семинарского типа необходимо наличие проектной мастерскойс возможностью выполнения работ по эскизированию, макетированию, с примерами - образцами выполнения заданий из методического фонда.

Обучающиеся самостоятельно обеспечивают себя инструментами, расходными и графическими материалами для выполнения учебных заданий в аудиторной работе.

Для практического выполнения проектных творческих заданий необходимо наличие компьютерного класса, оснащенного необходимой компьютерной техникой и профессиональными программными комплексами для дизайн-проектирования с доступом к сети Интернет. При необходимости самостоятельной работы обучающимся предоставляется возможность пользования оборудованием компьютерного класса.

8.2. Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя такие виды и формы как: подготовка к практическому занятию, подготовка к дискуссии, презентации, подготовка доклада, конспектирование изучаемой литературы, сбор визуальных материалов по изучаемой теме, выполнение упражнений, эскизов, макетов и чистовых заданий по дисциплине, компьютерное проектирование и моделирование.

Самостоятельная работа обучающегося является продолжением аудиторной работы и содержит как творческие проектные поиски в эскизировании, так и исполнительские работы по выполнению утвержденных заданий начисто.

Результаты самостоятельной работы студента представляются преподавателю на семинарских занятиях для консультаций, разбора ошибок, обсуждения проектных решений и выработки планов дальнейшей индивидуальной работы.

Подготовка к экзамену также является видом самостоятельной работы студента. В рамках подготовки к экзамену обучающийся исправляет недочёты, проводит финализацию всех практических творческих заданий за семестр, распечатывает задания, выполненные в цифровом формате, оформляет работы к просмотру.

8.3. Методические рекомендации по подготовке доклада-презентации к семинарским занятиям раздела 1.

Доклад-презентация готовится обучающимся по выбранной теме. Представляет собой краткое изложение наиболее существенных аспектов профессиональной проблематики применительно к выбранному явлению, персоналии или произведению графического дизайна.

Экранная презентация является визуальным сопровождением устного доклада. Она не должна быть тождественна докладу, но должна расширять, дополнять сказанное. Давать опорную визуальную информацию, которая нуждается в представлении и комментарии докладчика. Может так же содержать элементы инфографики: схемы, таблицы, диаграммы, расширяющие восприятие материалов доклада.
Объём экранной презентации – от 15 до 25 слайдов, длительность доклада – 10-15 минут. Выполняется экранная презентация в приложении PowerPoint, как многостраничный файл, адаптированный к формату интерактивной доски (пропорция изображения -16:9).
Доклад предполагает осмысление и анализ достижений графического дизайна, выбранного обучающимся по изучаемой проблеме, умение сформулировать роль и значимость объекта изучения, демонстрацию глубокого ознакомления с объектом изучения и навык сбора приоритетной визуальной информации.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

При изучении дисциплины обучающимися используются следующие информационные технологии:

– аудиовизуальное представление обучающимся с помощью компьютера содержания отдельных тем дисциплины на лекционных занятиях;

– предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используется при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

– фиксация хода образовательного процесса по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института;

– формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

– Пакет программ Microsoft Office;
– Пакет программ Adobe;
– Просмотрвидео - Media Player Classic.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для групповой и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине обеспечивают качественный образовательный процесс:

–Лекционная аудитория для проведения лекций и семинаров, оснащенная мебелью для обучающихся (письменные столы, рабочие стулья); рабочим местом педагога – стол, стул, персональный компьютер с WEB-камерой, средства презентации – интерактивная доска с

подключением к сети Интернет (видеопроектор с демонстрационным экраном), аудиосредства с микрофоном; средства затемнения – ролл-шторы;

–Проектная мастерская для проведения практических занятий семинарского типас возможностью работ по эскизированию, макетированию, оснащенная рабочими столами, стульями, макетными ковриками, образцами выполнения заданий из методического фонда;

–Аудитория для самостоятельной работы обучающихся, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

11. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ (ПРИ НАЛИЧИИ)

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
- акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- передвижными, регулируемыми эргономическими партами СИ-1;
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 ДИЗАЙН.

Составители:

Член Союза архитекторов России, член Союза художников России, доцент кафедры дизайна и ДПИ МГИК ***Зинчук А.Е.***

Член Творческого Союза художников России, доцент кафедры дизайна и ДПИ МГИК ***Горшков В.В.***

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

БРЕНДИНГ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

54.03.01 ДИЗАЙН
(направление подготовки)

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН
(профиль/специализация)

1. Цель дисциплины:

Формирование комплекса ключевых профессиональных компетенций обучающегося в области проектирования в графическом дизайне.

2. Задачи дисциплины:

Обучение методике проектного исследования;
Овладение методикой дизайн-проектирования согласно сложившимся отраслевым нормам и технологиям проектной деятельности;
Осмысление произведения графического дизайна как объекта синтетического взаимодействия формообразования, функциональности и эстетики;
Формирование представлений обучающихся о проектировании в графическом дизайне, как о межвидовом творческом процессе с элементами других видов дизайна и искусства (фото, графики, живописи и т.п.)
Формирование способности развития проектной идеи от концепции до рабочего проекта и реализации;
Овладение прикладными навыками проектирования и визуализации проектных решений в профессиональной деятельности.

3. Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- **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.
- **УК-10.**Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
- **ПК-5.** Способен создавать базовые виды расчётной документации для обеспечения профессиональной деятельности, применять на практике нормативные документы, регламентирующие работу в области графического дизайна и креативной индустрии, как персонально, так и в составе проектной организации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- Понимает общую структуру концепции реализуемого проекта;
- Называет ее составляющие и принципы их формирования;
- Перечисляет основные нормативные правовые документы в области профессиональной деятельности;
- Определяет в рамках поставленных задач по проекту имеющиеся ресурсы и ограничения;
- Формы представления проекта заинтересованным сторонам и «заказчикам»
- Основные результаты новейших экономических исследований;
- Место и роль дизайна в экономических процессах жизнедеятельности общества;
- Ключевые организации профессиональной среды в области дизайна;
- Методику организации производственной работы в графическом дизайне;

- Формы нормативной финансовой и отчетной документации;

Уметь:

- Определяет круг задач в рамках поставленной цели;
- Формулирует взаимосвязанные задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели;
- Ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов;
- Оформлять проект в необходимом формате сообразно целеназначению и требованиям сложившихся нормативных и профессиональных стандартов
- Осуществляет экономические расчёты различного назначения;
- Рассчитывать, определять, оценивать результаты хозяйственной деятельности субъекта рыночной экономики;
- Выполнять экономические расчеты в профессиональной деятельности;

Владеть:

- Концептуальным видением применительно к проекту.
- Перспективным видением развития проекта в дальнейшем, способами его совершенствования;
- Презентовать проект на публичной площадке, в том числе для широкой аудитории.
- Оптимизирует проект с целью получения наиболее экономичного варианта
- Анализом экономической составляющей проектных решений;
- Методами интеграции инструментария экономических дисциплин в профессиональную область дизайна
- Осуществляет работы по производству объектов дизайна различного назначения;
- Оформляет проектную и расчетную документацию по профессиональной деятельности;

4. Формы контроля по дисциплине:

По дисциплине предусмотрены следующие формы контроля и промежуточной аттестации студентов: зачёт – 6 семестр

5. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа.

6. Структура, краткое содержание дисциплины:

Раздел 1.Брендинг в графическом дизайне
Тема 1. Основы брендинга
Тема 2. Брендинг и дизайн