ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Карпушкина А. В.
Пользователь: karpushkinaav
Дата подписания: 16.06.2023

А. В. Карпушкина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.20.М2.02 Фирменный стиль и брендинг
для направления 38.03.01 Экономика
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Технология и дизайн

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 954

Зав.кафедрой разработчика,
к.искусствоведения, доц.

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Вековцева Т. А.
Пользователь: vekovtcevata
Дата подписания: 15.06.2023

Т. А. Вековцева

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

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Вековцева Т. А.
Пользователь: vekovtcevata
Дата подписания: 15.06.2023

Т. А. Вековцева

Челябинск

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 бреда СМИ; методы разработки стратегии бренда СМИ; особенности формирования бренда СМИ. На практических занятиях изучается фирменный стиль, разбирается роль айдентики и бренд-дизайна, делается проект по созданию фирменного стиля с опорой на исследования потребителей спортивных услуг в рамках разработанной стратегии бренда.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает: - методы разработки стратегии бренда, основные этапы процесса разработки элементов бренда, концепции создания фирменного стиля и методы разработки графических элементов фирменного стиля Умеет: - изучать основные концепции брендинга в рамках поставленных задач, генерировать идеи и разрабатывать фирменный стиль для определенного потребителя Имеет практический опыт: - работы инструментами создания и разработки графических элементов бренда

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.20.М2.01 Основы дизайна, 1.Ф.20.М5.01 Основы VR-коммуникаций, 1.О.06 Правоведение, 1.Ф.20.М4.01 Функционально-стоимостной анализ и теория ошибок, 1.Ф.20.М3.01 Активные виды туризма, Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	1.Ф.20.М4.03 Организация продуктивного мышления, 1.Ф.20.М3.03 Технология проектирования спортивно-оздоровительных услуг, 1.Ф.20.М5.03 Продакшн: съемочный процесс и VR-технологии, 1.Ф.20.М1.03 Разработка программы

	продвижения бренда, 1.Ф.20.М2.03 История искусства и дизайна, 1.О.15 Управление проектами

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

Дисциплина	Требования
1.О.06 Правоведение	Знает: - основные понятия и категории права, системы и отрасли российского права; понятие права собственности, особенности правового регулирования различных видов договорных отношений: их понятие и особенности правового регулирования, основные права, обязанности и ответственность сторон; основные проблемы правового регулирования сферы своей профессиональной деятельности, правовые требования по организации труда и трудовых правоотношений на объектах профессиональной деятельности Умеет: - правильно толковать законы и иные нормативные правовые акты; принимать решения и совершать действия в соответствии с законом; ориентироваться в специальной юридической литературе, использовать нормативно-правовые документы, регламентирующие профессиональную деятельность Имеет практический опыт: - правовой оценки прав и обязанностей участников конкретных гражданско-правовых ситуаций, поиска правовой информации и подготовки базовых документов правового характера в профессиональной деятельности
1.Ф.20.М3.01 Активные виды туризма	Знает: - основные понятия и виды активного туризма как формы массовой рекреации Умеет: - выбирать типы и виды активного туризма в соответствии с физическим состоянием и подготовленностью туристов Имеет практический опыт: - составления и реализации программ спортивно-оздоровительного характера в активных видах туризма
1.Ф.20.М5.01 Основы VR-коммуникаций	Знает: - специфику VR-коммуникации в сфере журналистики, существующие VR-проекты, основные принципы создания VR-проектов, особенности взаимодействия с аудиторией в процессе VR-коммуникации Умеет: - анализировать существующие VR-проекты, определять способы решения задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Имеет практический опыт: - решения поставленных задач в сфере изучения VR-проектов, разработки концепции VR-проектов
1.Ф.20.М2.01 Основы дизайна	Знает: - основные этапы процесса дизайн-проектирования, метод дизайн-мышления,

	методы активизации поиска идей Умеет: - изучать контекст в рамках задачи, выделять основные проблемы, генерировать идеи и производить их отбор, создавать прототипы, тестировать их с потребителями Имеет практический опыт:
1.Ф.20.М4.01 Функционально-стоимостной анализ и теория ошибок	Знает: - основы функционально-стоимостного анализа (ФСА) и теории ошибок, - основы тайм-менеджмента Умеет: - выявлять ансамбли неприятностей (нежелательных эффектов) в системах – ядра задач, - планировать свой временной режим работы Имеет практический опыт: - выявления неприятностей (нежелательных эффектов) в ходе ФСА, - планирования и управления своим временем в ходе саморазвития
Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	Знает: - методы сбора и обработки экономической информации, статистического анализа данных для осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием вычислительной техники, - методы поиска, анализа и систематизации информации, - принципы организации учебной деятельности; - нормативно-правовую базу в профессиональной деятельности Умеет: - собирать и обрабатывать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; применять информационные технологии для сбора и обработки экономических данных, - систематизировать, интерпретировать и представлять информацию, - определять круг задач в рамках поставленной цели; - осуществлять поиск и анализ нормативно-правовой базы в рамках поставленных задач Имеет практический опыт: - подготовки исходных данных для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей и их дальнейшего мониторинга , - поиска, анализа и представления информации, - определения круга задач, решаемых в рамках практики и их решение с учетом правовых норм

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 72,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра

		4
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
Аудиторные занятия:	64	64
Лекции (Л)	32	32
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	71,5	71,5
Оформление презентации проекта	71,5	71.5
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	диф.зачет

5. Содержание дисциплины

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

5.1. Лекции

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

5.2. Практические занятия, семинары

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

		бренда товара или услуги.	
2	1	Практическая 2. Анализ конкурентов и их решений в брендинге.	2
3	2	Практическая 3. Составление брифа. Построение пирамиды бренда. Метафора бренда.	2
4	2	Практическая 4. Поиск и разработка визуальной айдентики. Проработка концепции визуальной идентификации.	2
5	2	Практическая 5. Описание концепции фирменного знака. Посторенние 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 коммерческого объекта.	4
10	2	Практическая 10. Разработка сувенирной продукции и оформление страницы в социальных сетях.	4
11	2	Практическая 11. Проектирование презентации проекта	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

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

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

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

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

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

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

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

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

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

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ			
		1	2	3	4
УК-2	Знает: - методы разработки стратегии бренда, основные этапы процесса разработки элементов бренда, концепции создания фирменного стиля и методы разработки графических элементов фирменного стиля	+	+	+	+
УК-2	Умеет: - изучать основные концепции брендинга в рамках поставленных задач, генерировать идеи и разрабатывать фирменный стиль для определенного потребителя	+	+	+	+
УК-2	Имеет практический опыт: - работы инструментами создания и разработки графических элементов бренда		+	+	+

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 научится понимать графику и визуальные образы [Текст] Самый полный справочник Р. Хембри ; пер. с англ. А. В. Банкрашкова. - М.: АСТ : Астрель, 2008. - 192 с. илл.

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

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

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Дизайн рекламы

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Дизайн рекламы

Электронная учебно-методическая документация

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

Перечень используемого программного обеспечения:

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

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

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

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	114-5 (2)	Компьютеры с установленными графическими программами
Дифференцированный зачет	103 (3г)	Столы, парты, проектор, доска
Лекции	103 (3г)	Столы, парты, проектор, доска