



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ДВАЖДЫ ГЕРОЯ
СОВЕТСКОГО СОЮЗА, ЛЕТЧИКА-КОСМОНАВТА А.А. ЛЕОНОВА»

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора

А.В. Троицкий

«__» _____ 2023 г.

***ИНСТИТУТ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ
ТЕХНИКИ И ТЕХНОЛОГИИ МАШИНОСТРОЕНИЯ***

КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И СТАНДАРТИЗАЦИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ»

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Профиль: Графический дизайн

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Королёв
2023

Автор: Веремьянина Е.В., Деменкова А.Б. Рабочая программа дисциплины: «Фирменный стиль» – Королев МО: «Технологический университет», 2023г.

Рецензент: к.т.н., доцент Сильчева Л.В.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки бакалавров 54.03.01 Управление качеством и Учебного плана, утвержденного Ученым советом Университета. **Протокол № 9 от 11.04.2023 г.**

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:

Заведующий кафедрой (ФИО, ученая степень, звание, подпись)	Восейко О.А. к.т.н., доцент 	Восейко О.А. к.т.н., доцент		
Год утверждения (переподтверждения)	2023	2024	2025	2026
Номер и дата протокола заседания кафедры	№ 11 от 28.03.2023			

Рабочая программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО



Л.В. Сильчева к.т.н., доцент

Рабочая программа рекомендована на заседании УМС:

Год утверждения (переподтверждения)	2023	2024	2025	2026
Номер и дата протокола заседания УМС	№ 5 от 11.04.2023			

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП

Цель изучения дисциплины:

1. ознакомить студентов с основными понятиями, терминами, закономерностями организации фирменного стиля;
2. изучить теоретические и практические основы разработки фирменного стиля;
3. освоение данной дисциплины является необходимой для исполнения графической части выпускной квалификационной работы бакалавра;
4. сформировать навыки применение теоретических знаний и способов его построения в профессиональной деятельности.
5. сформировать навыки работы со специальной литературой.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

Профессиональные компетенции:

(ПК–2) – Способен учитывать пожелания заказчика и предпочтения целевой аудитории при создании объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

(ПК–4) – Способен разработать необходимые графические материалы, используя специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.

Основными **задачами** дисциплины являются:

- определение необходимых графических материалов и их использование
- использует специальные компьютерные программы

Показатель освоения компетенции отражают следующие индикаторы:

Трудовые действия: ПК 2.2. Определяет предпочтения целевой аудитории. ПК 4.1. Разрабатывает художественные графические материалы

Необходимые умения: ПК-2.3. Учитывает пожелания заказчика и предпочтения целевой аудитории при создании объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. ПК-4.3. Определяет отбор необходимых графических материалов и используемых специальные компьютерных программ для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

Необходимые знания: ПК 2.1. Выявляет пожелания заказчика. ПК 4.2. Использует специальные компьютерные программы

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, профиль «Графический дизайн».

Дисциплина базируется на ранее изученных дисциплинах «Пропедевтика» (ОПК-3,5,7,8, ПК–1,3), «Типографика», компетенциях ПК–1,3, «Основы композиции» компетенциях ПК–1,3. количестве 4 часов.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем прохождении практик, а также для выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы обучения составляет 4 зачетных единицы, 144 часов.

Таблица 1

Виды занятий	Всего часов	Семестр	Семестр 7	Семестр	Семестр
Общая трудоемкость	144		144		
ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ					
Аудиторные занятия	48		48		
Лекции (Л)	16		16		
Практические занятия (ПЗ)	33		32		
Лабораторные работы (ЛР)	-		-		
Самостоятельная работа	96		96		
Курсовые, расчетно-графические работы	-		-		
Контрольная работа, домашнее задание	+		+		
Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)	про-смотр		про-смотр		

Вид итогового контроля	экза- мен		экза- мен		
-------------------------------	----------------------	--	----------------------	--	--

4. Содержание дисциплины

4.1. Темы дисциплины и виды занятий

Таблица 2

Наименование тем	Лекции, час.	Пр. заня- тия, час	Заня- тия в интер терак актив тивной фор- ме, час	Прак- тиче- ская подго- товка	Код ком- петен- ций
Тема 1. Введение. Фирменный стиль. Товарный знак	3	12	4	-	ПК-2 ПК-4
Тема 2. Бренд-бук, его состав и назначение.	3	6	4	-	ПК-2 ПК-4
Тема 3. Композиция фирменного знака.	3	6	4	-	ПК-2 ПК-4
Тема 4. Особенности различных видов печатной рекламной продукции	3	6	4	2	ПК-2 ПК-4
Тема 5. Плакат.	4	2	7	2	ПК-2 ПК-4
Итого:	16	36	23	4	

4.2. Содержание тем дисциплины

Тема 1. Введение. Фирменный стиль. Товарный знак.

Основные принципы фирменного стиля. Этапы разработки фирменного стиля. Торговая марка. Товарный знак. Логотип.

Фирменный стиль – важный инструмент рекламы. Единый фирменный стиль предусматривает совокупность художественных приемов, создающих единый характер подачи рекламных материалов, разработанных на базе оригинального графического дизайна. Внедрение единого фирменного стиля во все формы рекламной деятельности фирмы будут способствовать узнаваемости продукции на рынке, внесет порядок в проводимую рекламную компанию.

Составляющие фирменного стиля: информационная документация, деловая документация, рекламная продукция, сувенирная продукция, упаковка, спецодежда, оформление транспорта фирмы и прочее.

Тема 2. Бренд-бук, его состав и назначение.

Брендбук представляет собой особенный документ стратегического назначения, в котором находит место вся информация о торговой марке, ее основа, особенности философии, стратегия позиционирования, ключевые моменты в системе зрительной идентификации, состав каждого элемента корпоративного стиля и его особенности.

С помощью брендбука современные компании систематизируют всю информацию о своей продукции и придают ей структурированный вид, в котором легко можно найти все необходимое. С помощью брендбука достигается единство логики всех элементов визуальной стратегии. Этот документ содержит рекомендации, следование которым обеспечивает единство образа торговой марки во всех коммуникационных средах и ее одинаковое представление всем группам целевой аудитории.

Тема 3. Композиция фирменного знака.

Изобразительный знак. Знак на основе шрифтовых элементов. Комбинированные знаки. Этапы разработки товарных знаков.

Изобразительными фирменными знаками могут быть реалистичные или стилизованные изображения предметов, животных, людей, абстрактные фигуры и линии, орнаменты, художественно выполненные шрифтовые элементы, а так же их комбинации. Чаще всего используются различные абстрактные изображения, вызывающие определенные ассоциации и образы, даже метафоры.

Основная цель знака – не глубокие чувства и переживания, а фиксация взгляда, поэтому он должен быть оптимально сложным и, в то же время, лаконичным. Очень часто композиция знака предполагает жесткую форму конструктивного построения, нарочитую искусственность, четкую геометрию. Восприятие должно быть ясным и четким.

Тема 4. Особенности различных видов печатной рекламной продукции. Листовки. Буклеты. Визитные карточки.

Рекламные материалы с текстовой информацией - бланки, схемы, листовки, плакаты, проспекты, каталоги - стали неотъемлемой частью повседневной жизни. Часто в них используется много интересных дизайнерских решений, но далеко не все можно рассматривать как образец для подражания.

Листовка с большей вероятностью донесет рекламную информацию. На оборотную сторону рекламного листка простой формы можно поместить

схему метро, расписание движения транспорта или другую справочную информацию. Более интересное и оригинальное решение - листовка, выполненная в виде какой-либо функциональной вещи: закладки для книги, календаря, подставки для стакана и т. д.

Буклеты (от фр. *bouclette* - колечко), это листы с печатным материалом, сложенные определенным образом. В виде буклетов оформляют информационные материалы, театральные программки, приглашения, путеводители, детские книжки.

Современные визитные карточки отображают стиль жизни. Разнообразие их огромно. Чаще всего, это строгий документ, используемый при деловом общении. Личная визитная карточка является выражением индивидуального стиля и вкуса владельца. Ее оформление должно характеризовать человека и род его занятий. Визитная карточка - образец графического дизайна "малой формы". Это текстовый документ, поэтому его композиция должна полностью отвечать требованиям, предъявляемым к печатной продукции.

Тема 5. Плакат.

Плакат (нем. *Plakat* от фр. *placard* — объявление, афиша, от *plaquer* — налепить, приклеивать) — броское, как правило, крупноформатное изображение, сопровождаемое кратким текстом, сделанное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях. (В другом значении — разновидность графики). В современном дизайне плакат воспринимается как «сведенное в четкую визуальную формулу сообщение, предназначенное современнику для выводов и конкретных действий». Данная формула отражает определенный уровень графического дизайна и информирует о предмете коммуникации

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине

1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Структура фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине(модулю) представлен в Приложении 1 к рабочей программе.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/922641>
2. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. — 176 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0288-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1429047> (дата обращения: 15.09.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Россман, Р. Дизайн впечатлений: инструменты и шаблоны создания у клиента положительных эмоций от взаимодействия с компанией и продуктом : научно-популярное издание / Р. Россман, М. Дюрден. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 332 с. - ISBN 978-5-9614-2726-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842462> (дата обращения: 15.09.2022). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

- 1.Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0819-6. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1039478>
- 2.Ткаченко, Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 335 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01568-2. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028594>
- 3.Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование : учеб. пособие для обучающихся по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «магистр» / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2016. - 150 с. - ISBN 978-5-8154-0357-4. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1041736>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.etoday.ru/design/>
2. www.adme.ru
2. www.kak.ru
3. www.rastudent.ru
4. www.rosdesign.com

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины приведены в Приложении 2 к рабочей программе.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения: CorelDraw. Photoshop. MSOffice, PowerPoint.

Информационные справочные системы:

1. Электронные ресурсы образовательной среды "ТУ":

Рабочая программа и методическое обеспечение по курсу «Фирменный стиль».

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия:

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);
- комплект электронных презентаций / слайдов, видеофильмов на темы:
Тема 1. Введение. Фирменный стиль. Товарный знак
Тема 2. Бренд-бук, его состав и назначение.
Тема 3. Композиция фирменного знака.
Тема 4. Особенности различных видов печатной рекламной продукции
Тема 5. Плакат.

Практические занятия:

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран), рабочими столами для осуществления практических работ.
- Прочее:
- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
 - рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет.

**ИНСТИТУТ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ТЕХНИКИ И ТЕХНО-
ЛОГИИ МАШИНОСТРОЕНИЯ
КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И СТАНДАРТИЗАЦИИ**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕ-
ЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ»
(Приложение 1 к рабочей программе)**

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Профиль: Графический дизайн

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Королев
2023

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)*	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части), обучающийся должен:		
				Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
1.	ПК-2	Способен учитывать пожелания заказчика и предпочтения целевой аудитории при создании объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	Тема 1-4	Определяет предпочтения целевой аудитории.	Учитывает пожелания заказчика и предпочтения целевой аудитории при создании объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.	Выявляет пожелания заказчика.
2.	ПК-4	Способен разработать необходимые графические материалы, используя специальные компьютерные программы для проектирования	Тема 1-4	Разрабатывает художественные графические материалы	Определяет отбор необходимых графических материалов и используемых специальных компьютерных программ для	Использует специальные компьютерные программы

		объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации			проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	
--	--	--	--	--	---	--

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Инструменты, оценивающие сформированность компетенции	Этапы и показатель оценивания компетенции	Критерии оценивания компетенции на различных этапах формирования и шкала оценивания
ПК-2, ПК-4	Творческая работа	<p>А) полностью сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) - 5 баллов</p> <p>Б) частично сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> • компетенция освоена на продвинутом уровне - 4 балла; • компетенция освоена на базовом уровне - 3 балла; <p>В) не сформирована (компетенция не сформирована) - 2 и менее баллов.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Креативность работы (1 балл) 2. Цветовое решение (1 балл) 3. Композиционное решение (1 балл) 4. Оформление работы в соответствии с методическими указаниями (1 балл) 5. Качество выполненной работы (1 балл) <p>Максимальная оценка – 5 баллов</p>
ПК-2, ПК-4	Выполнение контрольной работы	<p>А) полностью сформирована (компетенция, освоена на высоком уровне) - 5 баллов</p> <p>Б) частично</p>	<p>При определении сформированности компетенций критериями оценивания выступают методические рекомендации, разработанные по</p>

		сформирована: • компетенция освоена на продвинутом уровне - 4 балла; • компетенция освоена на базовом уровне - 3 балла; В) не сформирована (компетенция не сформирована) - 2 и менее баллов.	дисциплине для данного вида
--	--	---	-----------------------------

3. Типовые контрольные работы или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерная тематика творческих работ:

1. Разработка логотипа;
2. Разработка визитки;
3. Разработка буклета;
4. Разработка плаката.

Тематика контрольных работ

1. Понятие фирменного стиля.
2. Товарный знак
3. Бренд-бук.
4. Композиция фирменного знака.
5. Особенности различных видов печатной рекламной продукции
6. Плакат.
7. Модные тенденции в графическом дизайне.
8. Назначение бренд-бука.
9. Состав бренд-бука.
10. Технические требования к макету.
11. Модные тенденции наружной рекламы.
12. Модные тенденции Web дизайна.
13. Модные тенденции плаката.
14. Модные тенденции логотипа.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и одна промежуточная аттестация в форме экзамена в 7 учебном семестре для очной формы обучения.

Неделя текущего контроля	Вид оценочного средства	Код компетенций, оценивающий знания, умения, навыки	Содержание оценочного средства	Требования к выполнению	Срок сдачи (неделя семестра)	Критерии оценки по содержанию и качеству с указанием баллов
Согласно графика учебного процесса	просмотр	ПК-2, ПК-4	Уровень выполнения практической работы с учётом требований в области художественно-графических средств	А) 0-3 балла компетенция не сформирована В) 4-8 баллов компетенция сформирована частично С) 8-10 баллов компетенция сформирована полностью	Результаты представляются в день проведения просмотра	0-3 балла: формальный или не самостоятельный подход. 4-7 баллов: разработаны отдельные элементы, нет единства концепции, имеют место непринципиальные ошибки. 8-10 баллов: разработаны все элементы комплекса.
Согласно графика учебного процесса	просмотр	ПК-2, ПК-4	Уровень выполнения практической работы с учётом требований в области художественно-графических средств		Результаты представляются в день проведения просмотра	0-3 балла: формальный или не самостоятельный подход. 4-7 баллов: разработаны отдельные элементы, нет единства концепции, имеют место непринципиальные ошибки. 8-10 баллов: разработаны все элементы комплекса.
Согласно графика учебного процесса	экзамен	ПК-2, ПК-4	Творческий просмотр работ	экзамен проводится в устной форме, путем просмотра творческих работ Время отведенное на процедуру – 20 минут.	Результаты представляются в день проведения экзамена	Критерии оценки: 0-3 балла: формальный или не самостоятельный подход. 3-4 баллов: разработаны отдельные элементы, нет единства концепции, имеют место непринципиальные ошибки. 4-5 баллов: разработаны все элементы комплекса.

Учебные работы выносимые на экзамен

1. Разработка логотипа;
2. Разработка визитки;
3. Разработка буклета;
4. Разработка плаката;
5. Разработка бренд-бука.

Итоговое начисление баллов по дисциплине осуществляется в соответствии с разработанной и внедренной балльно-рейтинговой системой контроля и оценивания уровня знаний и внеучебной созидательной активности обучающихся.

**ИНСТИТУТ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ТЕХНИКИ И ТЕХНО-
ЛОГИИ МАШИНОСТРОЕНИЯ
КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И СТАНДАРТИЗАЦИИ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ
«ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ»
(Приложение 2 к рабочей программе)**

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Профиль: Графический дизайн

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Королев
2023

1. Общие положения

Цель изучения дисциплины:

- ознакомить студентов с основными понятиями, терминами, закономерностями организации фирменного стиля;
- изучить теоретические и практические основы разработки фирменного стиля;
- освоение данной дисциплины является необходимой для исполнения графической части выпускной квалификационной работы бакалавра;
- сформировать навыки применения теоретических знаний и способов его построения в профессиональной деятельности.
- сформировать навыки работы со специальной литературой.

2. Указания по проведению практических (семинарских) занятий

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение стилистических особенностей разработки логотипов, и также разрабатываются логотипы.

Образовательные технологии: проектная технология

Тема и содержание практического занятия: Логотип, разработка логотипа.

Продолжительность занятия – 5 ч.

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение разработки визитки, и также разрабатываются различные варианты визиток.

Образовательные технологии: проектная технология

Тема и содержание практического занятия: Визитка, разработка визиток.

Продолжительность занятия – 5 ч.

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение особенности разработки листовок, и также разрабатываются различные варианты листовок.

Образовательные технологии: проектная технология

Тема и содержание практического занятия: Листовка разработка листовок.

Продолжительность занятия – 5 ч.

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение особенности разработки буклета, и также разрабатывается макет буклета.

Образовательные технологии: проектная технология

Тема и содержание практического занятия: Буклет, разработка буклета.

Продолжительность занятия – 5 ч.

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение особенности разработки плаката, и также разрабатывается макет плаката.

Образовательные технологии: проектная технология

Тема и содержание практического занятия: Плакат, разработка плаката.

Продолжительность занятия – 6 ч.

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение особенности разработки бренд-бука, и также разрабатывается макет бренд-бука.

Образовательные технологии: проектная технология

Тема и содержание практического занятия: Бренд-бук, разработка бренд-бука.

Продолжительность занятия – 10 ч.

3. Указания по проведению лабораторного практикума

Учебным планом не предусмотрены лабораторные работы по данной дисциплине.

4. Указания по проведению самостоятельной работы студентов

№ п/п	Наименование блока (раздела) дисциплины	Виды СРС
1.	Фирменный стиль. Товарный знак.	Подготовка материала для разработки эскизов для просмотра.

2.	Бренд-бук, его состав и назначение.	Подготовка материала для разработки макета.
3.	Плакат.	Подготовка материала для разработки плакатов.
4.	Особенности различных видов печатной рекламной продукции	Подготовка материала для разработки визитки, листовки.

5. Указания по проведению контрольных работ для обучающихся очной, заочной формы обучения

5.1. Требования к структуре.

Структура контрольной работы должна способствовать раскрытию темы: иметь титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, список литературы.

5.2. Требования к содержанию (основной части).

1. Во введении обосновывается актуальность темы, определяется цель работы, задачи и методы исследования.

2. При определении целей и задач исследования необходимо правильно их формулировать. Так, в качестве цели не следует употреблять глагол «сделать». Правильно будет использовать глаголы: «раскрыть», «определить», «установить», «показать», «выявить» и т.д.

3. Основная часть работы включает 2 - 4 вопроса, каждый из которых посвящается решению задач, сформулированных во введении, и заканчивается констатацией итогов.

4. Приветствуется иллюстрация содержания работы таблицами, графическим материалом (рисунками, схемами и т.п.).

5. Необходимо давать ссылки на используемую Вами литературу.

6. Заключение должно содержать сделанные автором работы выводы, итоги исследования.

7. Вслед за заключением идет список литературы, который должен быть составлен в соответствии с установленными требованиями. Если в работе имеются приложения, они оформляются на отдельных листах, и должны быть соответственно пронумерованы.

5.3. Требования к оформлению.

Объём контрольной работы – 12-18 страниц формата А 4, напечатанного с одной стороны текста (1,5 интервал, шрифт Times New Roman).

Тематика контрольных работ

1. Понятие фирменного стиля.

2. Товарный знак
3. Бренд-бук.
4. Композиция фирменного знака.
5. Особенности различных видов печатной рекламной продукции
6. Плакат.
7. Модные тенденции в графическом дизайне.
8. Назначение бренд-бука.
9. Состав бренд-бука.
10. Технические требования к макету.
11. Модные тенденции наружной рекламы.
12. Модные тенденции Web дизайна.
13. Модные тенденции плаката.
14. Модные тенденции логотипа.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература:

1. Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/922641>
2. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. — 176 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0288-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1429047> (дата обращения: 15.09.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Россман, Р. Дизайн впечатлений: инструменты и шаблоны создания у клиента положительных эмоций от взаимодействия с компанией и продуктом : научно-популярное издание / Р. Россман, М. Дюрден. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 332 с. - ISBN 978-5-9614-2726-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842462> (дата обращения: 15.09.2022). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0819-6. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1039478>
2. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-

ДАНА, 2017. — 335 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01568-2. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028594>

3. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование : учеб. пособие для обучающихся по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «магистр» / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2016. - 150 с. - ISBN 978-5-8154-0357-4. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1041736>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.etoday.ru/design/>
2. www.adme.ru
2. www.kak.ru
3. www.rastudent.ru
4. www.rosdesign.com
5. www.sostav.ru

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения: MSOffice, PowerPoint, Coreldraw, Photoshop.

Информационные справочные системы:

1. Электронные ресурсы образовательной среды "ТУ":
Рабочая программа и методическое обеспечение по курсу «Фирменный стиль».