

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о подписи:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.06.2023
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тюменский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Дизайн и искусство»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.2 «Айдентика»

Направление подготовки:
54.04.01 «Дизайн»

Направленность (профиль):
«КОММУНИКАТИВНЫЙ ДИЗАЙН»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая программа дисциплины «Айдентика» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - *магистратура* по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», утвержденным приказом Министрстве науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.2020 г. № 1004.

Составители:

Кандидат технических наук

(ученая степень, ученое звание)

Курбатова Марина
Андреевна

(ФИО)

И. о. зав. кафедрой

кандидат
технических наук

(уч.степень, уч.звание)

Курбатова
Марина
Андреевна

(ФИО)

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является:

- углубление уровня освоения обучающимися профессиональных компетенций, необходимых для решения задач профессиональной деятельности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к концептуальной и художественно-технической разработке дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	ИПК-2.1. Осуществляет разработку дизайнконцепции системы визуальной информации, идентификации и коммуникации	<p>Знает: методы, принципы и закономерности создания корпоративной идентичности в историческом, теоретическом и практическом аспектах</p> <p>Умеет: находить дизайнерские решения задач по проектированию фирменного стиля компании с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории</p> <p>Владеет: навыками по разработке дизайнконцепций фирменного стиля как части систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	11.013 Графический дизайнер
	ИПК-2.2. Осуществляет визуализацию образов проектируемой системы в целом и ее составляющих с помощью средств графического дизайна и специальных компьютерных программ, проработку эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	<p>Знает: компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p>Умеет: использовать специальные компьютерные программы для проектирования элементов идентичности компании или товара как объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p>Владеет: навыками по проектированию фирменного стиля компании; навыками визуализации образов с помощью специальных компьютерных программ, проработки эскизов шрифтового оформления объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	
	ИПК-2.3. Учитывает при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов	<p>Знает: технологические процессы производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения, основы рекламных технологий</p> <p>Умеет: учитывать при проектировании элементов идентичности компании или товара свойства используемых материалов и технологии производства</p> <p>Владеет: навыками разработки фирменного стиля компаний, систем визуальной информации, идентификации и коммуникации для передачи в производство</p>	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы магистратуры (модуль элективных дисциплин, углубляющих освоение профиля).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем и структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **2 з.е. (72 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоемкость, час
Общая трудоемкость дисциплины, час	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	30/6
занятия лекционного типа (лекции)	6/2
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	24/4
лабораторные работы	-
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	42/62
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	42/62
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	-
Контроль (часы на экзамен, зачет)	0/4
Промежуточная аттестация	зачет

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, заочной форм обучения

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

В процессе освоения дисциплины может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В процессе освоения дисциплины обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде и электронно-библиотечным системам.

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
ПК-2 ИПК-2.1- ИПК-2.3	ТЕМА 1. ВИЗУАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ БРЕНДА	1/0,25				Доклад и презентация
	Практическое занятие № 1. Элементы идентичности бренда		-	5/0,5		
	Самостоятельная работа.				7/12	
ПК-2 ИПК-2.1- ИПК-2.3	ТЕМА 2. КОНЦЕПЦИЯ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ИДЕНТИЧНОСТИ БРЕНДА	1/0,25				Доклад и презентация
	Практическое занятие № 2. Этапы создания концепции бренда		-	5/0,5		
	Самостоятельная работа.				7/12	
ПК-2 ИПК-2.1- ИПК-2.3	ТЕМА 3. АЙДЕНТИКА БРЕНДА КАК ДИЗАЙН-СИСТЕМА	1/0,5				Доклад и презентация
	Практическое занятие № 3. Визуальная айдентика		-	5/1		
	Самостоятельная работа.				7/12	
ПК-2 ИПК-2.1- ИПК-2.3	ТЕМА 4. БРЭНДБУК, ГАЙДЛАЙН И ЛОГОБУК	1/0,5				Доклад и презентация
	Практическое задание №4. Брендбук, гайдлайн и логобук: определение, состав и принципы создания.		-	5/1		
	Самостоятельная работа.				7/12	
ПК-2 ИПК-2.1- ИПК-2.3	ТЕМА 5. ПРОЕКТИРОВАНИЕ АЙДЕНТИКИ БРЕНДА	2/0,5				Доклад и презентация, творческое задание
	Практическое задание №5. Разработка айдентики авторского бренда		-	4/1		
	Самостоятельная работа.				14/14	
	ИТОГО	6/2	-	24/4	42/62	

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, заочной форм обучения

4.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов **образовательных технологий**:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- проблемное обучение;
- разбор конкретных ситуаций;
- информационные технологии: Google-документы, Zoom.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

4.2.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации или в ЭИОС университета.

В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения (конспектируются).

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на практических занятиях

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;

- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;

- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: подготовка докладов и презентаций при изучении тем 1-4.

4.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. *Изучение учебной литературы по курсу.*
2. *Подготовка докладов и презентаций*

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный учебный курс, созданный в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учеб. пособие для вузов по направлению "Торговое дело" и специальностям "Реклама", "Маркетинг" / В. Л. Музыкант. - Документ read. - Москва : РИОР [и др.], 2024. - 316 с. - (Высшее образование - Бакалавриат. Азбука рекламы). - URL: <https://znanium.ru/read?id=434429> (дата обращения: 29.11.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-111847-4. - Текст : электронный.
2. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К [и др.], 2020. - 272 с. : ил. - Крат. слов.-справ. - URL: <https://znanium.com/read?id=358568> (дата обращения: 15.10.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03640-8. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

3. Годин, А. М. Брендинг : учеб. пособие [для вузов] / А. М. Годин. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2006. - 424 с. - Прил. - ISBN 5-94798-875-5 : 143-00. - Текст : непосредственный.
4. Домнин, В. Н. Брендинг: новые технологии в России / В. Н. Домнин. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2004. - 381 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - Глоссарий. - Имен. указ. - Предм. указ. - Указ. фирм и торг. марок. - ISBN 5-94723-766-0 : 160-00. - Текст : непосредственный.
5. Мюллер-Брокманн, Й. Модульные системы в графическом дизайне : пособие для графиков, типографов и оформителей выставок / Й. Мюллер-Брокманн ; пер. с нем. Л. Якубсона. - Москва : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2014. - 178 с. : ил. - Указ. дизайнеров. - ISBN 978-5-98062-081-3 : 1150-00. - Текст : непосредственный.
6. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой ; Омский. гос. техн. ун-т (ОмГТУ). - Документ read. - Москва : Магистр [и др.], 2021. - 175 с. : ил. - Прил. - Слов. - URL: <https://znanium.com/read?id=398678> (дата обращения: 09.12.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9776-0288-4. - 978-5-16-009262-1. - Текст : электронный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 09.02.2023). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный.
2. Photographer.Ru. : [сайт]. - Москва, 1999 - . - URL: <https://www.photographer.ru/> (дата обращения: 09.02.2023). - Текст : электронный.
3. Salon.ru : [Интернет-журнал] : / ООО SALON. - Москва, 1994 - . - URL: <https://salon.ru> (дата обращения: 09.02.2023). - Текст : электронный.
4. Журналус : Онлайн-журнал для дизайнеров. - Москва, 1995 - . - URL: <https://zhurnalus.artlebedev.ru/>(дата обращения: 09.02.2023). - Текст : электронный.
5. Оди. О дизайне : [Интернет-журнал]. - Москва, 2012 - . - URL: <https://awdee.ru/> (дата обращения: 09.02.2024). - Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010. - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения: 09.02.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

7. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011. - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения: 09.02.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

8. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011. - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 09.02.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

Информационное обеспечение учебного процесса по дисциплине осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	MicrosoftOffice	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

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

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

компьютерные классы университета;

библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС). Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;

проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

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

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности результатов обучения

Форма проведения промежуточной аттестации	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
	Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Зачет	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
	пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
			70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
	повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии с набранными за семестр баллами (по накопительному рейтингу). Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

Формы текущего контроля успеваемости

Формы текущего контроля	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Доклад с презентацией	3	15	45
Творческое задание	3	15	45
Творческий рейтинг (участие в конференциях, олимпиадах и т.п.) Дополнительные баллы за активное изучение дисциплины и др.	1	10	10
Итого по дисциплине			100 баллов

Система оценивания представлена в электронном учебном курсе по дисциплине <http://sdo.tolgas.ru/>.

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

8.2.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

Практическое занятие 1. «Элементы идентичности бренда»

Темы докладов:

1. Что такое бренд?
2. Ценности бренда.
3. Позиционирование бренда.
4. Атрибуты бренда.
5. Имидж бренда.
6. Бренд как продукт.
7. Бренд как организация.
8. Бренд как личность.
9. Бренд как символ

Практическое занятие 2. «Этапы создания концепции бренда»

Темы докладов:

1. Методы анализа рынка;
2. Методы анализа целевой аудитории;
3. Вербальные и визуальные элементы бренда;
4. Стратегии позиционирования бренда;
5. Стратегии развития бренда;
6. Элементы концепции бренда

Практическое занятие 3. «Визуальная айдентика»

Темы докладов:

1. Айдентика KFC;
2. Айдентика Apple
3. Айдентика МТС
4. Айдентика ТЕЛЕ2
5. Айдентика Come de Garsons
6. Айдентика Dior
7. Айдентика Nike
8. Айдентика McDonalds

9. Айдентика Starbucks
10. Айдентика Milka

Практическое занятие 4. «Брендбук, гайдлайн и логобук: определение, состав и принципы создания»

Темы докладов:

1. Блок брендбука «фирменная документация». Состав блока.
2. Документы фирмы как объекты графического дизайна.
3. Блок брендбука «визуальные коммуникации и навигация».
4. Взаимодействие фирменного стиля и средового дизайна.
5. Блок брендбука «фирменная одежда». Содержание блока.
6. Одежда как носитель констант фирменного стиля.
7. Блок брендбука «транспортные средства». Фирменные элементы транспортных средств.
8. Блок брендбука «реклама».
9. Виды и формы рекламных средств.
10. Блок брендбука «упаковка». Виды упаковок и их взаимодействия с элементами фирменного стиля.

Практическое занятие 5. «Разработка айдентики авторского бренда»

Этапы создания айдентики авторского бренда:

1. Разработка названия компании и слогана.
2. Разработка логотипа.
3. Разработка фирменного стиля. Подбираются фирменные цвета и шрифты.

Продумывается размещение визуальных элементов на разных носителях. Разрабатывается дизайн визиток, бланков, конвертов, ручек, фирменных футболок и прочее.

6. Разработка брендбука: философия, цели, описание логотипа и фирменного стиля, правила оформления рекламных носителей.

8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: *зачет (по результатам накопительного рейтинга)*.

Устно-письменная форма по экзаменационным билетам предполагается, как правило, для сдачи академической задолженности.

**Перечень вопросов и заданий для подготовки к зачету
(ПК-2: ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3)**

ТЕМА 1. ВИЗУАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ БРЕНДА

1. Зачем нужна идентичность бренда?
2. Дайте определение термину «бренд»
3. Элементы идентичности бренда.
4. Как разработать идентичность бренда?
5. Что такое имидж бренда?
6. Перечислите атрибуты бренда
7. Что помогает сформировать позиционирование и положительный имидж бренда?
8. Описание системы идентичности бренда (модель) по Дэвиду Аакеру
9. Что такое имидж бренда?
10. Как влияет на потенциальную аудиторию наименование бренда?

11. Как влияет на потенциальную аудиторию логотип бренда?
12. Как влияет на потенциальную аудиторию слоган бренда?
13. Как влияет на потенциальную аудиторию цвет бренда?
14. Как влияет на потенциальную аудиторию персонаж бренда?
15. Как влияет на потенциальную аудиторию музыка и звуки бренда

ТЕМА 2. КОНЦЕПЦИЯ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ИДЕНТИЧНОСТИ БРЕНДА

16. Что такое тональность бренда?
17. Из чего состоит концепция бренда?
18. Что включает в себя анализ рынка при проектировании концепции бренда?
19. Какие инструменты можно использовать для анализа целевой аудитории при проектировании концепции бренда?
20. Стратегии развития бренда
21. Перечислите вербальные и визуальные элементы бренда

ТЕМА 3. АЙДЕНТИКА БРЕНДА КАК ДИЗАЙН-СИСТЕМА

22. Дайте определение термину «айдентика»
23. Какие задачи решает айдентика?
24. Чем айдентика отличается от фирменного стиля и брендбука?
25. Перечислите виды айдентики
26. Опишите статический вид айдентики
27. Опишите динамический вид айдентики
28. Что такое маскоты в айдентике?
29. Этапы создания айдентики бренда
30. Основы айдентики
31. Шрифт в айдентике
32. Роль формы и стиля в айдентике бренда

ТЕМА 4. БРЭНДБУК, ГАЙДЛАЙН И ЛОГОБУК

33. Что такое брендбук?
34. Какие задачи решает брендбук?
35. Цели создания брендбука
36. Структура и содержание брендбука
37. Паспорт стандартов в брендбуке
38. Виды брендбуков
39. Цветовые модели палитры в брендбуках
40. Что такое гайдлайн фирменного стиля?
41. Структура гайдлайна фирменного стиля
42. Виды и форматы гайдлайна
43. Принципы создания гайдлайна
44. Что такое логобук?
45. Структура логобука
46. Блок брендбука «фирменная документация». Состав блока.

47. Документы фирмы как объекты графического дизайна.
48. Блок брендбука «визуальные коммуникации и навигация».
49. Взаимодействие фирменного стиля и средового дизайна.
50. Блок брендбука «фирменная одежда». Содержание блока.
51. Одежда как носитель констант фирменного стиля.
52. Блок брендбука «транспортные средства». Фирменные элементы транспортных средств.
53. Блок брендбука «реклама».
54. Виды и формы рекламных средств.
55. Блок брендбука «упаковка». Виды упаковок и их взаимодействия с элементами фирменного стиля.
56. Использование геральдики в современных условиях
57. Понятие "Эклибрис".
58. Современное состояние в области создания эклибрисов.
59. Понятие "Символ".
60. Использование символов в современных условиях.
61. Понятие "Эмблема".
62. Области современного использования эмблем.

ТЕМА 5. ПРОЕКТИРОВАНИЕ АЙДЕНТИКИ БРЕНДА

63. Товарный знак.
64. основные этапы проектирования товарных знаков.
65. Товарный знак. Определение и виды товарных знаков.
66. Графические виды товарных знаков.
67. Влияние исторических стилей на графику товарных знаков. Рестайлинг.
68. Основные объекты-носители фирменного стиля.
69. Расширенная номенклатура объектов-носителей фирменного стиля.
70. Патентная защита товарного знака.
71. Состав заявительных документов для регистрации товарных знаков.
72. Этапы проектирования товарного знака.
73. Методика проектирования фирменного стиля.
74. Фирменный стиль в Интернет-ресурсах.
75. Значение брендбука в системе идентификации предприятия