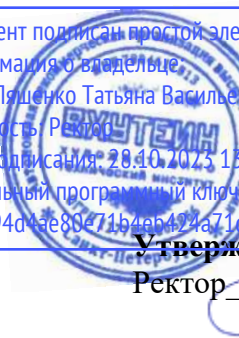
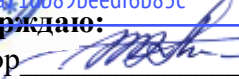


Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце  
 ФИО: Ляшенко Татьяна Васильевна  
 Должность: Ректор  
 Дата подписания: 28.10.2023 13:48:05  
 Уникальный программный ключ:  
 6f70794d4ae80e71b4ab429a71db89beedf6b85c



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Утверждаю:  
 Ректор  Т.В. Ляшенко

Б1.В.ДВ.02.02 Разработка фирменного стиля

**Наименование образовательной программы: «ДИЗАЙН»**  
**Код и наименование направления подготовки, профиля: 54.03.01 «ДИЗАЙН»**  
**профиль «Графический дизайн»**  
**Форма обучения: очная**

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате обучения по дисциплине обучающийся должен овладеть следующими компетенциями, обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения образовательной программы — компетенций выпускников, установленных образовательной программой:

Таблица 1

Коды компетенций	Содержание компетенций	Индикаторы достижения компетенций
ПК-1	Способен разрабатывать дизайн-макет объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	<b>ПК 1.1.</b> Подготавливает и согласовывает с заказчиком проектное задание на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
		<b>ПК.1.2.</b> Разрабатывает художественно-техническую модель дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
		<b>ПК1.4</b> Принимает дизайнерские решения по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории

### 2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Трудоемкость дисциплины составляет 6 ЗЕ, 216 часов. Объем контактной работы с преподавателем и самостоятельной работы студента по дисциплине устанавливается учебным планом.

### 3. Содержание дисциплины

Содержание дисциплины (модуля), структурированное по разделам (темам) представлено в Таблице 2.

### 3. Содержание дисциплины

Содержание дисциплины (модуля), структурированное по разделам (темам) представлено в Таблице 2.

Таблица 2

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	История возникновения проблемы фирменного стиля	Знакомство с понятием фирменный стиль, история возникновения. Примеры разработки первых фирменных стилей (Питер Бернс АЭГ), а также с наиболее яркими историческими примерами в этой области (фирменный стиль Британской почты и т.д.) Опыт зарубежных стран. (Знакомство с историей помогает раскрыть и понять всю сложность и глобальность разработки фирменного стиля, дает представление о том, насколько огромное количество факторов необходимо учитывать для того, чтобы разработать грамотный и гармоничный имидж фирмы).
2.	Фирменный стиль – основное средство формирования имиджа фирмы.	Рассказ о преимуществах фирменного стиля для заказчика. Объяснение наиболее существенных, системообразующих факторов при разработке фирменного стиля. Предпроектный анализ. Этапы разработки фирменного стиля (Студент должен усвоить, что с помощью единых графических и смысловых приемов формируется не только некая графическая оболочка, но и сам стиль поведения и ощущения внутри этой оболочки)
3.	Разработка основных элементов фирменного стиля.	Рассказ о принципах и приемах проектирования основных элементов фирменного стиля - фирменный блок (логотип и знак), цвет, шрифт. Приемы проверки графического и образного качества знака. (Студент, знакомится с основными приемами проектирования знаков, студент должен понять, что все выбираемые им приемы должны соответствовать создаваемому образу, и что все факторы, которые он выяснил в ходе предпроектного анализа, должны быть учтены в разработке фирменной символики)
4.	Элементы, формирующие фирменный стиль.	Принципы разработки модульных сеток всех видов; носителей фирменного стиля, продукции, упаковки и т.д.; схема верстки всей печатной продукции;

		<p>графический паттерн, пластическое и цветографическое решение продукции фирмы; зоны фирменной маркировки и фирменное выделение функциональных зон.</p> <p>(Студент должен понять что существуют единые приемы в формировании всего фирменного стиля, которые включают в себя фирменную документацию, сувенирную продукцию, рекламную продукцию, товар, мультимедиа продукт и т.д.).</p>
5.	Руководство к использованию фирменного стиля.	<p>Раскрываются принципы формирования руководства по фирменному стилю, его содержание, а также значение его в продвижении имиджа фирмы.</p> <p>(Студент должен понять, что при проектировании фирменного стиля необходимо создать свод правил, канонов, которым фирма должна неукоснительно следовать при продвижении своего бренда).</p>
6.	Реклама и фирменный стиль	<p>Классификация рекламы по функции и целям, по области распространения, по средствам передачи и т.д. Функции рекламы. Принципы создания эффективной рекламы.</p> <p>(Студент должен понять, что необходим продуманный выбор соответствующих приемов в зависимости от целей и задач заказчика, наглядная демонстрация изменения стиля и образа в зависимости от целевой аудитории, на которую рассчитана та или иная реклама)</p>
7	Тестирование фирменного стиля. Критерии оценки	<p>Объясняются правила и этапы тестирования фирменного стиля по определенным критериям: соответствие целевой аудитории, отличие от конкурентов, яркость и гармоничность графического решения, пластичность и динамичность фирменного стиля и т.д.</p> <p>(Студент должен усвоить основные критерии оценки фирменного стиля и правила и методы его тестирования)</p>
8	Мировые бренды. Различные подходы к идентичности	<p>Объясняются различные подходы к идентичности - корпоративная, приписная, брендовая. Поясняются особенности этих подходов, плюсы и минусы.</p> <p>(Студент должен ознакомиться с мировыми аналогами, понять, в каких случаях необходим тот или иной подход к идентичности)</p>

#### 4. Рекомендуемые образовательные технологии

В преподавании дисциплины используются разнообразные образовательные технологии как традиционного, так и инновационного характера, учитывающие смешанный, теоретико- и практикоориентированный характер дисциплины:

– лекции;

- практические занятия;
- дискуссии;
- выступления с докладами и сообщениями;
- аудиторные письменные работы;
- внеаудиторные письменные работы;
- тестирование.

## **5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **а) основная учебная литература**

1. Буковецкая, О.А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — М.: ДМК Пресс, 2021. — 277 с. — Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=1101](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=1101)

### **б) дополнительная учебная литература**

1. .Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс]:. — Электрон. дан. — М.: ДМК Пресс, 2020. — 271 с. — Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=1103](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=1103)

## **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее — сеть «Интернет»), электронных образовательных ресурсов, электронных библиотечных систем, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Windows, Google Docs (Текстовый редактор, текстовый процессор, программа презентаций), GNU Image Manipulation Program (Графический редактор).
2. <http://www.granitvtd.ru/>
3. <http://www.grafik.org.ru/drawing.html>
4. <http://art-exercises.ru/>
5. <http://www.paratype.com>
6. <http://www.calligraphy-expo.ru/>
7. <http://store.artlebedev.ru/type/>
8. <http://www.creativepro.com>
9. <http://www.dafont.com>
10. Портал Правительства России: <http://government.ru>.
11. <http://elibrary.ru/> — Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Национальная информационно-аналитическая система.
12. [www.scopus.com](http://www.scopus.com) — SCOPUS (SCIVERSE SCOPUS). Мультидисциплинарная библиографическая и реферативная база данных.
13. <http://wokinfo.com/> — Web of Science. Мультидисциплинарная реферативно-библиографическая база данных Института научной информации США.

Каждый обучающийся в течение всего периода освоения дисциплины обучения должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (Электронно-библиотечная система Лань) и к электронной информационно-образовательной среде ВХУТЕИН.