



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АРХИТЕКТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(УрГАХУ)

Кафедра графического дизайна

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе
З. П. Давыдова
« 30 » 03 2018 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ДИЗАЙН В СИСТЕМЕ БРЕНДИНГА**

Направление подготовки (Специальность)	Дизайн	
Код направления и уровня подготовки	54.04.01	
Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО	дата	21.03.2016
	№	255
Тип образовательной программы	Академическая магистратура	
Профиль	Графический дизайн	
Учебный план	Прием 2017, 2018	
Форма обучения	Очная	

Екатеринбург, 2018

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ

ДИЗАЙН В СИСТЕМЕ БРЕНДИНГА

1.1 Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисциплинами:

Дисциплина ДИЗАЙН В СИСТЕМЕ БРЕНДИНГА входит в вариативную по выбору студента часть образовательной программы магистратуры. Курс взаимосвязан с дисциплинами «Современные проблемы дизайна и искусства», «Экономические и правовые аспекты художественно-проектной деятельности». Знания, умения, навыки, полученные в рамках изучения дисциплины «Дизайн в системе брендинга», используются в процессе освоения дисциплины «Дизайн-проектирование», при выполнении выпускной квалификационной работы магистра.

1.2 Аннотация содержания дисциплины:

Раздел 1. Брендинг как технология создания, продвижения и управления торговой маркой. Исторические виды индивидуализации и идентификации. Этапное развитие брендинга как системы управления производством и реализацией товаров и услуг.

Раздел 2. Проектные принципы дизайна в системе брендинга. Понятие проектности товарного знака как инструмента коммуникаций. Критерии качеств. Функционал знака как юридической и проектной формы. Конфликты функций знака и их развертывание в коммуникативном функционале. Динамика содержания знака и динамика системы в функциональном плане и жизненном цикле продукта.

Раздел 3. Реклама и PR в системе управления брендом. Основные виды и технологии проектирования и организации PR-кампаний в области графического дизайна.

1.3 Краткий план построения процесса изучения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины включает лекции, практические занятия и самостоятельную работу. Основные формы интерактивного обучения: проведение семинаров в диалоговом режиме, моделирование отдельных сторон будущей деятельности, разбор конкретных проектных ситуаций, групповые дискуссии и обсуждения. В ходе изучения дисциплины студенты выполняют графические работы и реферат.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачёт с оценкой. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине создан фонд оценочных средств.

Оценка по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия студентов в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения графических работ и написания реферата

1.4 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины является этапом формирования у студента следующих компетенций:

ОПК-6: способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе, непосредственно не связанных со сферой деятельности

ПК-6: готовностью демонстрировать наличие комплекса информационно-технологических знаний, владением приемами компьютерного мышления и способность к моделированию процессов, объектов и систем, используя современные проектные технологии для решения профессиональных задач

Планируемый результат изучения дисциплины в составе названных компетенций:

Готовность демонстрировать наличие комплекса информационно-технологических знаний, владение приемами компьютерного мышления и способность к моделированию процессов, объектов и систем, используя современные проектные технологии для решения профессиональных задач

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать и понимать: проектные принципы дизайна в системе брендинга, основные виды и технологии проектирования и организации PR-кампаний, современные информационные и проектные технологии, необходимые в проектной и научно-исследовательской деятельности.

Уметь:

- а) применять знание и понимание при выборе возможных решений выполнения проектных заданий в области графического дизайна;
- б) выносить суждения о качестве представленных проектов;
- в) комментировать данные и результаты, связанные с областью изучения коллегам и преподавателю.

Демонстрировать навыки и опыт деятельности с использованием полученных знаний и умений при моделировании процессов, объектов и систем с использованием современных проектных технологий.

1.5 Объем дисциплины

			Аудиторные занятия			Самостоятельная работа													
По Семестрам	Зачетных единиц (з.е.)	Часов (час)	Аудиторные занятия всего	Лекции (Л)	Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	Другие виды занятий (Др)	Самостоятельная работа всего	Курсовой проект (КП)	Курсовая работа (КР)	Расчетно-графическая работа (РГР)	Графическая работа (ГР)	Расчетная работа (РР)	Реферат (Р)	Домашняя работа (ДР)	Творческая работа (эссе, клаузура)	Подготовка к контрольной работе	Подготовка к экзамену, зачету	Другие виды самостоятельных занятий	Форма промежуточной аттестации по дисциплине*
2	2	72	36	8	28		36				24		10					2	30
Итого	2	72	36	8	28		36				24		12				0	2	

2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема, содержание дисциплины
Р.1	<p>Этапное развитие брендинга как системы управления производством и реализацией товаров и услуг.</p> <p>Тема 1.1. Брендинг: основные понятия, представления, подходы.</p> <p>Тема 1.2. Концептуальные модели брендинга</p> <p>Тема 1.3. История «великих» брендов</p> <p>Тема 1.4. Практика современного российского брендинга</p>

Р.2	Динамика содержания знака и динамика системы в функциональном плане и жизненном цикле продукта. Тема 2.1. Функциональная структура бренда Тема 2.2. Миф о товаре Тема 2.3. Визуальная концепция бренда Тема 2.4. Структурные элементы визуальной концепции (логотип, графический стиль, персонаж и др.)
Р.3	Основные виды и технологии проектирования и организации PR-кампаний Тема 3.1. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций: основные понятия и принципы. Тема 3.2. Проектирование рекламных коммуникаций. Тема 3.3. Основные виды и технологии проектирования и организации PR-кампаний.
* Дисциплина может содержать деление только на разделы, без указания тем, либо только темы	

3 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

3.1 Распределение аудиторных занятий и самостоятельной работы по разделам дисциплины

Семестр	Неделя семестра	Раздел дисциплины, тема	ВСЕГО	Аудиторные занятия (часы)		Самост. работа (часы)	Оценочные средства
				Лекции	Практ. занятия		
2	1	Раздел 1.Тема 1.1. Брендинг: основные понятия, представления, подходы	4	2	-	2	
2	2-3	Тема 1.2. Концептуальные модели брендинга	8		4	4	
2	4-5	Тема 1.3. История «великих» брендов	8	1	3	4	Реферат
2	6	Тема 1.4. Практика современного российского брендинга	4		2	2	
2	7	Раздел 2.Тема 2.1. Функциональная структура бренда	4	1	1	2	
2	8	Тема 2.2. Миф о товаре	4	1	1	2	
2	9-10	Тема 2.3. Визуальная концепция бренда	8	1	3	4	
2	11-12	Тема 2.4. Структурные элементы визуальной концепции (логотип, графический стиль, персонаж и др.)	8		4	4	Графическая работа № 1
2	13	Раздел 3.Тема 3.1. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций: основные понятия и принципы.	4		2	2	Графическая работа № 2

2	14-15	Тема 3.2. Проектирование рекламных коммуникаций.	8	2	2	4	
2	16-18	Тема 3.3. Основные виды и технологии проектирования и организации PR-кампаний.	12		6	6	Графическая работа № 3
		Итого:	72	8	28	36	Зачёт с оценкой

3.2 Другие виды занятий

Не предусмотрено

3.3 Мероприятия самостоятельной работы и текущего контроля

3.3.1 Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрено

3.3.2 Примерный перечень тем расчетно-графических работ

Не предусмотрено

3.3.3 Примерный перечень тем графических работ

№ 1. Разработка общей концепции и функциональных элементов бренда (по тематике диссертации).

№ 2. Вопросы нейминга. Проблема аналога и прототипа.

№ 3. Разработка рекламной и PR-кампаний (фрагментация в соответствии с тематикой магистерской диссертации).

3.3.4 Примерный перечень тем расчетных работ (программных продуктов)

Не предусмотрено

3.3.5 Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)

Реферат: «Ретроспективный анализ выбранных брендов» (в соответствии с тематикой магистерской диссертации).

3.3.6 Примерный перечень тем практических внеаудиторных (домашних) работ

Не предусмотрено

3.3.7 Примерная тематика контрольных работ

Не предусмотрено

3.3.8 Примерная тематика клаузур

Не предусмотрено

4 ПРИМЕНЯЕМЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения							Дистанционные технологии и электронное обучение							
	Компьютерное тестирование	Кейс-метод	Деловая или ролевая игра	Портфолио	Работа в команде	Метод развивающей кооперации	Балльно-рейтинговая система	Групповая дискуссия	Другие методы (какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка конспекта	Другие (указать, какие)
Р.1-Р.3					+			+							

5 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

5.1.1. Основная литература

- Семенов В.Б. Битва со смыслами TRADE MARK- разбор полётов. Издание второе, переработанное. – Изд. «Артефакт»: Екатеринбург, 2013г. – 224 с.
- Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. – 336 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422&sr=1>

5.1.2. Дополнительная литература

- Макашев, М. О. Бренд-менеджмент : учеб.пособие / М. О. Макашев. - СПб.: Питер, 2013.
- Реклама : учеб. пособие / Ф. Джефкинс. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 543 с.
- Системный бренд-менеджмент : учебник / И. В. Грошев. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 655 с.
- Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие / Н.В.Ткаченко, О.Н.Ткаченко; под ред.Л.М.Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 336 с.
- Домнин В.Н. Бренддинг: Новые технологии в России. – М.: Питер, 2004
- Аакер Д. Создание сильных брендов. – М., 2003
- Нильсон Т. Конкурентный Бренддинг. – СПб: Питер, 2003
- Прингл Х. Томпсон М. Энергия торговой марки. – СПб: Питер, 2001
- Грошев И. В. , Краснослободцев А. А.Системный бренд-менеджмент: учебник. - М.: Юнити-Дана, 2012
- МакДональд М. , Чернатони Л. Бренддинг. Как создать мощный бренд: учебник М.: Юнити-Дана, 2006
- Макашев М. О.Бренд: учеб. пособие. - М.: Юнити-Дана, 2012
- Дизайн-код: культура креатива: монография / Г. Н. Лола. - СПб. : ЭЛМОР, 201 -140 с.
- Хембри Р.Графический дизайн : самый полный справочник / Райн Хембри ; пер. с англ. А. В. Банкрашкова. - М.: АСТ: Астрель, 2008. - 192 с.

14. Пресс М. Власть дизайна: ключ к сердцу потребителя / Майк Пресс, Рэйчел Купер; пер. с англ. А. Н. Поплавская. - М.: Гривцов Паблшер, 2008. - 352 с.

5.2 Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы

Грошев И. В. Системный бренд-менеджмент : учебник /И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 655 с. – Режим доступа:

http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=117920

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем*

5.3.1 Перечень программного обеспечения

Тип ПО	Название	Источник	Доступность для студентов
Прикладное ПО/ Офисный пакет	Microsoft Office	Лицензионная программа	Доступно в компьютерном классе и в аудиториях для самостоятельной работы УрГАХУ
Прикладное ПО/ 3D моделирование	Autodesk 3D Studio MAX	Лицензионная программа	
Прикладное ПО/ Графический пакет	Corel DRAW Graphics Suite	Лицензионная программа	
Прикладное ПО/ Графический пакет	Adobe Creative Suite (Master Collection)	Лицензионная программа	
Прикладное ПО/ Архивирование	WinRAR	Лицензионная программа	
Прикладное ПО/ 3D моделирование	V-Ray	Лицензионная программа	

5.3.2 Базы данных и информационные справочные системы

createbrand.ru

advi.ru

adme.ru

5.4. Электронные образовательные ресурсы

biblioclub.ru

6 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Студент обязан:

1) знать:

- график учебного процесса по дисциплине (календарный план аудиторных занятий и план-график самостоятельной работы);
- порядок формирования итоговой оценки по дисциплине;
(преподаватель на первом занятии по дисциплине знакомит студентов с перечисленными организационно-методическими материалами);

2) посещать все виды аудиторных занятий (преподаватель контролирует посещение всех видов занятий), вести самостоятельную работу по дисциплине, используя литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины и преподавателем (преподаватель передает список рекомендуемой литературы студентам);

- 3) готовиться и активно участвовать в аудиторных занятиях, используя рекомендованную литературу и методические материалы;
- 4) своевременно и качественно выполнять все виды аудиторных и самостоятельных работ, предусмотренных графиком учебного процесса по дисциплине (преподаватель ведет непрерывный мониторинг учебной деятельности студентов);
- 5) в случае возникновения задолженностей по текущим работам своевременно до окончания семестра устранить их, выполняя недостающие или исправляя не зачтенные работы, предусмотренные графиком учебного процесса (преподаватель на основе данных мониторинга учебной деятельности своевременно предупреждает студентов о возникших задолженностях и необходимости их устранения).

7 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения занятий используется аудитория, соответствующая количеству студентов и позволяющая осуществлять лекционные занятия и семинары под руководством преподавателя.

8 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств предназначен для оценки:

- 1) соответствия фактически достигнутых каждым студентом результатов изучения дисциплины результатам, запланированным в формате дескрипторов «знать, уметь, иметь навыки» (п.1.4) и получения интегрированной оценки по дисциплине;
- 2) уровня формирования элементов компетенций, соответствующих этапу изучения дисциплины.

8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

8.1.1 Уровень формирования элементов компетенций, соответствующих этапу изучения дисциплины, оценивается с использованием следующих критериев и шкалы оценок*

Критерии		Шкала оценок
Оценка по дисциплине		Уровень освоения элементов компетенций
Отлично	Зачтено	Высокий
Хорошо		Повышенный
Удовлетворительно		Пороговый
Неудовлетворительно	Не зачтено	Элементы не освоены

*) описание критериев см. Приложение 1.

8.1.2 Промежуточная аттестация по дисциплине представляет собой комплексную оценку, определяемую уровнем выполнения всех запланированных контрольно-оценочных мероприятий (КОМ). Используемый набор КОМ имеет следующую характеристику:

№ п/п	Форма КОМ	Состав КОМ
1	Посещение аудиторных занятий	
2	Выполнение реферата	3 задания

№ п/п	Форма КОМ	Состав КОМ
3	Выполнение графических работ	3 работы по 1 заданию (в электр.виде)
4	Зачет	Выполнение всех работ семестра

Характеристика состава заданий КОМ приведена в разделе 8.3.

8.1.3 Оценка знаний, умений и навыков, продемонстрированных студентами при выполнении отдельных контрольно-оценочных мероприятий и оценочных заданий, входящих в их состав, осуществляется с применением следующей шкалы оценок и критериев:

Уровни оценки достижений студента (оценки)	Критерии для определения уровня достижений	Шкала оценок
	Выполненное оценочное задание:	
Высокий (В)	соответствует требованиям*, замечаний нет	Отлично (5)
Средний (С)	соответствует требованиям*, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (4)
Пороговый (П)	не в полной мере соответствует требованиям*, есть замечания	Удовлетворительно (3)
Недостаточный (Н)	не соответствует требованиям*, имеет существенные ошибки, требующие исправления	Неудовлетворительно (2)
Нет результата (О)	не выполнено или отсутствует	Оценка не выставляется

*) Требования и уровень достижений студентов (соответствие требованиям) по каждому контрольно-оценочному мероприятию определяется с учетом критериев, приведенных в Приложении 1.

8.2 КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ

При проведении независимого тестового контроля как формы промежуточной аттестации применяется методика оценивания результатов, предлагаемая разработчиками тестов.

8.3 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.3.1. Перечень оценочных заданий для реферата:

В процессе выполнения работы продемонстрировать способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий новые знания и умения.

Тема «Ретроспективный анализ выбранных брендов» (в соответствии с тематикой магистерской диссертации):

1. реферат должен состоять из введения, где прописываются актуальность темы, цель, задачи и структура реферата; основной части (не менее двух глав); в реферате обязательно должно быть заключение, где прописаны результаты работы, список литературы, включающий в себя не менее трёх библиографических источников;
2. обязательно наличие цитат и ссылок;
3. выполняется в электронном виде.


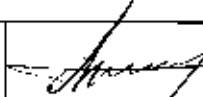


8.3.2. Перечень оценочных заданий графических работ:

В процессе выполнения работ продемонстрировать владение приемами компьютерного мышления и способность к моделированию процессов и объектов, используя современные проектные технологии для решения профессиональных задач.

Графическая работа № 1: разработать общую концепцию и функциональные элементы бренда по тематике диссертации. Выполняется в электронном виде.

Графическая работа № 2: изучить вопросы нейминга, проблему аналога и прототипа. Выполняется в электронном виде.

Графическая работа № 3: разработать рекламную и PR-кампанию с фрагментацией в соответствии с тематикой магистерской диссертации. Выполняется в электронном виде.

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:					
№ п/п	Кафедра	Ученая степень, ученое звание	Должность	ФИО	Подпись
1	Кафедра графического дизайна	доцент	профессор	В.Б. Семёнов	
Рабочая программа дисциплины согласована:					
Заведующий кафедрой Графического дизайна				В.В. Типикин	
Директор библиотеки УрГАХУ				Н.В. Нохрина	
Декан факультета Дизайна				Е.Э. Павловская	

Критерии уровня сформированности элементов компетенций на этапе изучения дисциплины с использованием фонда оценочных средств

Признаки уровня и уровни освоения элементов компетенций					
Компоненты компетенций	Дескрипторы	Высокий	Повышенный	Пороговый	Компоненты не освоены
Знания*	<u>Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения, необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.</u>	Студент демонстрирует высокий уровень соответствия требованиям	Студент демонстрирует соответствие требованиям	Студент демонстрирует соответствие требованиям	Студент демонстрирует соответствие требованиям
Умения*	<u>Студент может применить свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.</u>	Студент демонстрирует требования	Студент демонстрирует требования	Студент демонстрирует требования	Студент демонстрирует требования
Личностные качества (умения в обучении)	<u>Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения.</u> <u>Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения.</u> <u>Студент может сообщать собственное понимание, умения и деятельность в области изучения преподавателю и коллегам своего уровня.</u>	100%, но не менее чем 90%.	ниже 90%, но не менее чем на 70%.	ниже 70%, но не менее чем на 50%.	менее чем на 50%.
Оценка по дисциплине					
*) Конкретные знания, умения и навыки в области изучения определяются в рабочей программе дисциплины п. 1.4		Отл.	Хор.	Удовл.	Неуд.