



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«Уральский государственный архитектурно-художественный
университет имени Н. С. Алфёрова»**
(УрГАХУ)

Кафедра графического дизайна

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по ОДиМП

Документ подписан электронной подписью
Владелец Исаченко Виктория Игоревна Сертифи-
кат 2e1234de1db2f8ae6744b7e4fc669c955 Действителен с 18.07.2022 по
11.10.2023

«01» сентября 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

БРЕНД-ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНЕ

Направление подготовки	Дизайн
Код направления и уровня подготовки	54.04.01
Профиль	Промышленный дизайн
Квалификация	Магистр
Учебный план	Прием 2022 года
Форма обучения	Очная

Екатеринбург, 2022

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ БРЕНД-ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНЕ

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

Дисциплина «Бренд-технологии в дизайне» входит в часть образовательной программы, формируемую участниками образовательных отношений. Данной дисциплине предшествует освоение дисциплин «Теория культуры, искусства и дизайна», «Творческие концепции современного промышленного дизайна». Знания, умения, навыки, полученные в рамках освоения дисциплины, используются в процессе освоения таких дисциплин, как «Дизайн-проектирование», «Цифровые технологии презентации в дизайне», при прохождении научно-исследовательской, проектной и преддипломной практик, выполнении выпускной квалификационной работы магистра.

1.2. Краткий план построения процесса изучения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины включает в себя: лекции, практические занятия в интерактивных формах, самостоятельную работу в форме выполнения различных видов индивидуальных и групповых заданий. Основные формы интерактивного обучения: круглые столы (обсуждение, дискуссия, рефлексия). В ходе освоения дисциплины студенты выполняют графические работы и реферат.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачет. 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 заданий.

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн:

Таблица 1

Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. знает модели коммуникации и алгоритмы организации общения в академической и профессиональной среде; УК-4.3. умеет выбирать оптимальные методы и средства общения для достижения коммуникативных целей.
	ПК-2 Способен проводить предпроектные исследования, разрабатывать оригинальную идею и концепцию дизайн-проекта, используя методологию и теорию дизайна.	ПК-2.1. знает теорию и методику концептуализации и проектирования в дизайне; ПК-2.2. знает структуру научной гипотезы и проектной концепции в зависимости от объекта проектирования;

		<p>ПК-2.3. знает компьютерные технологии 3D моделирования и разработки инфографики;</p> <p>ПК-2.4. умеет разрабатывать композиционное, колористическое, конструктивное решение с использованием ручной графики, компьютерных программ 3D прототипирования и моделирования, а также информационной среды интернета;</p> <p>ПК-2.5. умеет изготавливать соответствующие этапам проектные документы.</p> <p>ПК-2.6. умеет осуществлять эргономическую проработку промежуточных и финальных дизайнерских решений</p>
--	--	--

1.4. Объем дисциплины

Таблица 2

Трудоемкость дисциплины	Всего	По семестрам			
		1	2	3	4
Зачетных единиц (з.е.)	3		3		
Часов (час)	108		108		
Контактная работа (минимальный объем):	36		36		
По видам учебных занятий:					
<i>Аудиторные занятия всего, в т.ч.</i>	36		36		
Лекции (Л)	8		8		
Практические занятия (ПЗ)	28		28		
Семинары (С)					
Другие виды занятий (Др)					
Консультации (10% от Л, ПЗ, С, Др)					
<i>Самостоятельная работа всего, в т.ч.</i>	72		72		
Курсовой проект (КП)					
Курсовая работа (КР)					
Расчетно-графическая работа (РГР)					
Графическая работа (ГР)	24		24		
Расчетная работа (РР)					
Реферат (Р)	8		8		
Практическая внеаудиторная (домашняя) работа (ПВР, ДР)					
Творческая работа (эссе, клаузура)					
Подготовка к контрольной работе					
Подготовка к экзамену, зачету					
Другие виды самостоятельных занятий (подготовка к занятиям)	40		40		
Форма промежуточной аттестации по дисциплине (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	зачет		Зачет		

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 3

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

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

3.1 Распределение аудиторных занятий и самостоятельной работы по разделам дисциплины

Таблица 4

Семестр	Неделя семестра	Раздел дисциплины, тема	ВСЕГО	Аудиторные занятия (часы)			Самост. работа (часы)	Оценочные средства текущего контроля успеваемости
				Лекции	Практ. занятия	в том числе в форме практической подготовки		
2	1	Раздел 1.Тема 1.1. Брендинг: основные понятия, представления, подходы	6	2	-		4	
2	2-3	Тема 1.2. Концептуальные модели брендинга	12		4		8	
2	4-5	Тема 1.3. История «великих» брендов	12	1	3		8	Реферат
2	6	Тема 1.4. Практика современного российского брендинга	6		2		4	
2	7	Раздел 2.Тема 2.1. Функциональная структура бренда	6	1	1		4	
2	8	Тема 2.2. Миф о товаре	6	1	1		4	

2	9-10	Тема 2.3. Визуальная концепция бренда	12	1	3	8	
2	11-12	Тема 2.4. Структурные элементы визуальной концепции (логотип, графический стиль, персонаж и др.)	12		4	8	Графическая работа № 1
2	13	<u>Раздел 3.</u> Тема 3.1. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций: основные понятия и принципы.	6		2	4	Графическая работа № 2
2	14-15	Тема 3.2. Проектирование рекламных коммуникаций.	12	2	2	8	
2	16-18	Тема 3.3. Основные виды и технологии проектирования и организации PR-кампаний.	18		6	12	Графическая работа № 3
		Итого:	108	8	28	72	Зачёт

3.2 Другие виды занятий

Не предусмотрено

3.3 Мероприятия самостоятельной работы и текущего контроля

3.3.1 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).

3.3.2 Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)

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

4. ПРИМЕНЯЕМЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

Таблица 5

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения							Дистанционные образовательные технологии и электронное обучение								
	Компьютерное тестирование	Кейс-метод	Деловая или ролевая игра	Портфолио	Работа в команде	Метод развивающей кооперации	Балльно-рейтинговая система	Проектный метод	Другие методы (какие)	Мастер-классы	Электронные учебные курсы, размещенные в системе электронного обучения Moodle	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
Р.1								*		*						
Р.2								*		*						
Р.3								*		*						

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Рекомендуемая литература

5.1.1. Основная литература

1. Семенов В.Б. Битва со смыслами TRADE MARK- разбор полётов. Издание второе, переработанное. – Изд. «Артефакт».: Екатеринбург, 2013г. – 224 с.
2. 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

1. 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
2. Макашев М. О. Бренд-менеджмент : учеб. пособие / М. О. Макашев. - СПб.: Питер, 2013. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390&sr=1>

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 –

Таблица 6

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

5.3.2 Базы данных и информационные справочные системы

- Университетская библиотека . Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>
- Справочная правовая система «КонсультантПлюс» . Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
- Справочная правовая система «Гарант». Режим доступа: <http://garant.ru>
- Научная электронная библиотека. Режим доступа: <https://elibrary.ru/>
- Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM». Режим доступа: <http://znanium.com>
- Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» . Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>
- Электронно-библиотечная система Издательства Лань (ЭБС). Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

Реферативная база данных рецензируемой литературы Scopus. Режим доступа:

<https://www.scopus.com>

Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных **Web of Science**. Режим доступа: <http://.webofknowledge.com>

5.4 Электронные образовательные ресурсы

Электронный учебный курс БРЕНД-ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНЕ. Режим доступа:

<https://moodle.usaaa.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

Лекционная аудитория, оснащенная учебной мебелью: парты, экран, проектор, компьютер, доска.

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 индикаторов «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 критериев и шкалы оценок, утвержденных УМС*:

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 А.

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:

Таблица 7

№ п/п	Форма КОМ	Состав КОМ
1	Посещение лекций и практических занятий	-
2	Выполнение графических работ	3
3	Реферат	3 задания
4	Зачет	Выполнение заданий 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.

Критерии зачетной оценки:

«Зачтено»

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам дисциплины, а также по основным вопросам, выходящим за пределы учебной программы;
- точное использование научной терминологии систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы;
- безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач;
- выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы и нестандартные ситуации;
- полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине;
- умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку, используя научные достижения других дисциплин;
- творческая самостоятельная работа на практических/семинарских занятиях, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий;
- высокий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

«Не зачтено»

- фрагментарные знания по дисциплине;
- отказ от ответа (выполнения письменной работы);
- знание отдельных источников, рекомендованных учебной программой по дисциплине;
- неумение использовать научную терминологию;
- наличие грубых ошибок;
- низкий уровень культуры исполнения заданий;
- низкий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:					
№ п/п	Кафедра	Ученая степень, ученое звание	Должность	ФИО	Подпись
1	Кафедра ГД	доцент	Профессор	В.Б.Семенов	
Рабочая программа дисциплины согласована:					
Заведующий кафедрой ГД				Е.Э. Павловская	
Директор библиотеки УрГАХУ				Н.В. Нохрина	
Директор Института дизайна				И.С. Зубова	

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

Компоненты компетенций	Признаки уровня и уровни освоения элементов компетенций				
	Дескрипторы	Высокий	Повышенный	Пороговый	Компоненты не освоены
Знания*	<u>Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения</u> , необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.	Студент демонстрирует высокий уровень соответствия требованиям дескрипторов, равный или близкий к 100%, но не менее чем 90%.	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов ниже 90%, но не менее чем на 70%.	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов ниже 70%, но не менее чем на 50%.	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов менее чем на 50%.
Умения*	<u>Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях</u> , и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.				
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</u> в области изучения. <u>Студент может сообщать</u> собственное понимание, умения и деятельность в области изучения преподавателю и коллегам своего уровня.				
Оценка по дисциплине		Отл.	Хор.	Удовл.	Неуд.

*) Конкретные знания, умения и навыки в области изучения определяются в рабочей программе дисциплины п. 1.3