

РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

1. Цель освоения дисциплины

Формирование комплексного представления, знаний и практических навыков по созданию фирменного стиля организации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Разработка фирменного стиля» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Разработка фирменного стиля» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплины «Основы производственного мастерства».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Основы производственного мастерства», прохождения практики «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способностью анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта (ПК-4).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные элементы фирменного стиля, взаимосвязь фирменного стиля и корпоративной культуры;
- основы проектирования и создания фирменного стиля организации;
- основы проектирования и создания визуальных и аудиальных компонентов фирменного стиля;
- основы проектирования и создания компонентов фирменного стиля;
- различия между фирменным стилем, торговой маркой и логотипом;

уметь

- встраивать концепцию фирменного стиля в корпоративную культуру организации;
- разрабатывать фирменный стиль организации;
- проектировать визуальные и аудиальные компоненты фирменного стиля;
- различать фирменный стиль и торговую марку, давать им оригинальные характеристики;

владеть

- приемами встраивания элементов фирменного стиля в концепцию корпоративной культуры организации;
- навыками разработки фирменного стиля;
- основами дизайна и графики в рекламе.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 2,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 72 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 36 ч., СРС – 36 ч.),

распределение по семестрам – 6,

форма и место отчётности – зачёт (6 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Тема 1. Корпоративная идентичность, культура и философия.

Образ компании. Фирменный стиль и маркетинговая стратегия. Корпоративная коммуникация. Формирование айдентики. Изучение легенд брендов, описание смысловых образов компаний.

Тема 2. Фирменный стиль, торговая марка и логотип.

Знак. Торговый знак. Защита торгового знака. Логотип. Компоненты и виды. Вариативность использования логотипа. Роль логотипа в айдентике фирмы. Психология восприятия торговой марки. Роль цвета, шрифта, стиля и композиции

Тема 3. Визуальные и аудиальные компоненты фирменного стиля.

Цвет, шрифт, Стиль. Композиция. Музыка. Фирменные голоса. Персонажи. Декорации. Другие образы

Тема 4. Брендбук.

Паспорт торговой марки. Брендбук, логобук, гайдлайн. Структура и правила создания. Разработка элементов фирменного стиля собственной торговой марки, разработка брендбука. Презентация и защита разработанного брендбука

Тема 5. Ценности торговой марки. Фирменный стиль как элемент бренда.

Базовые ценности потребителя. Оригинальные характеристики торговой марки, первичные ценности. Возникновение вторичных ценностей. Измерения торговой марки.

6. Разработчик

5. Денисова Елена Михайловна, доцент кафедры живописи, графики и графического дизайна ФГБОУ ВО "ВГСПУ", член Союза художников РФ.