

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»  
Институт художественного образования  
Кафедра живописи, графики и графического дизайна

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ Ю. А. Жадаев

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

## **Разработка фирменного стиля**

**Программа учебной дисциплины**

Направление 54.03.01 «Дизайн»

Профиль «Графический дизайн»

*очная форма обучения*

Волгоград  
2016

Обсуждена на заседании кафедры живописи, графики и графического дизайна

« \_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ г., протокол № \_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ « \_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.  
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета института художественного образования « \_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ г. , протокол № \_\_

Председатель учёного совета \_\_\_\_\_ « \_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.  
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»

« \_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ г. , протокол № \_\_

#### **Отметки о внесении изменений в программу:**

|                        |           |                     |        |
|------------------------|-----------|---------------------|--------|
| Лист изменений № _____ | _____     | _____               | _____  |
|                        | (подпись) | (руководитель ОПОП) | (дата) |

|                        |           |                     |        |
|------------------------|-----------|---------------------|--------|
| Лист изменений № _____ | _____     | _____               | _____  |
|                        | (подпись) | (руководитель ОПОП) | (дата) |

|                        |           |                     |        |
|------------------------|-----------|---------------------|--------|
| Лист изменений № _____ | _____     | _____               | _____  |
|                        | (подпись) | (руководитель ОПОП) | (дата) |

#### **Разработчики:**

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

Программа дисциплины «Разработка фирменного стиля» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» (утверждён приказом Министерства образования и науки РФ от 11 августа 2016 г. № 1004) и базовому учебному плану по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» (профиль «Графический дизайн»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 28 ноября 2016 г., протокол № 6).

## **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.

Профильной для данной дисциплины является проектная профессиональная деятельность.

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. Объём дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы                | Всего часов      | Семестры |
|-----------------------------------|------------------|----------|
|                                   |                  | 6        |
| <b>Аудиторные занятия (всего)</b> | 36               | 36       |
| В том числе:                      |                  |          |
| Лекции (Л)                        | 18               | 18       |
| Практические занятия (ПЗ)         | 18               | 18       |
| Лабораторные работы (ЛР)          | –                | –        |
| <b>Самостоятельная работа</b>     | 36               | 36       |
| <b>Контроль</b>                   | –                | –        |
| Вид промежуточной аттестации      |                  | ЗЧ       |
| Общая трудоемкость                | часы             | 72       |
|                                   | зачётные единицы | 2        |

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины                                     | Содержание раздела дисциплины                                                                                                                                                                                                |
|-------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | 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.                                                 |
| 2     | 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 |
| 3     | Тема 3. Визуальные и аудиальные компоненты фирменного стиля         | Цвет, шрифт, Стиль. Композиция. Музыка. Фирменные голоса. Персонажи. Декорации. Другие образы                                                                                                                                |
| 4     | 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     |
| 5     | 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.                                                                   |

##### 5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины                          | Лекц. | Практ. зан. | Лаб. зан. | СРС | Всего |
|-------|----------------------------------------------------------|-------|-------------|-----------|-----|-------|
| 1     | Тема 1. Корпоративная идентичность, культура и философия | 2     | 4           | –         | 6   | 12    |
| 2     | Тема 2. Фирменный стиль, торговая марка и логотип        | 4     | 2           | –         | 8   | 14    |

|   |                                                                     |   |   |   |   |    |
|---|---------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|----|
| 3 | Тема 3. Визуальные и аудиальные компоненты фирменного стиля         | 2 | 5 | – | 6 | 13 |
| 4 | Тема 4. Брендбук                                                    | 4 | 2 | – | 8 | 14 |
| 5 | Тема 5. Ценности торговой марки. Фирменный стиль как элемент бренда | 6 | 5 | – | 8 | 19 |

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

### **6.1. Основная литература**

1. Костина Н.Г. Фирменный стиль и дизайн [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Костина Н.Г., Баранец С.Ю.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский технологический институт пищевой промышленности, 2014.— 97 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61285.html>.— ЭБС «IPRbooks».

2. Ромат, Е. В. Реклама [Текст] : [учебник] / Е. В. Ромат. - 7-е изд. - СПб. : Питер, 2008. - 506 с. : ил. - (Учебник для вузов). - Библиогр. в конце разд. - ISBN 978-5-388-00163-4; 6 экз. : 247-30..

3. Дэбнер Д Школа графического дизайна. Принципы и практика графического дизайна [Текст] / Д. Дэбнер ; пер. с англ. В. Е. Бельченко. - М. : РИПОЛ классик, 2009. - 189,[3] с. : ил. - ISBN 978-5-386-01169-7; 10 экз. : 800-00..

4. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 238, [1] с. : ил. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01525-5; 5 экз. : 187-00..

5. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Р. Ю. Овчинникова, Л. М. Дмитриева ; Р. Ю. Овчинникова. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с. - ISBN 978-5-238-01525-5.

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Кафтанджиев, Х. Герои и красавицы в рекламе [Текст] / Х. Кафтанджиев ; [пер. с болг. Т. Жемковой]. - СПб. : Питер, 2008. - 222 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - Библиогр.: с. 218-220. - Алф. указ.: с. 221-222. - ISBN 978-5-91180-993-5; 18 экз. : 399-50.

## **7. Ресурсы Интернета**

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Википедия – свободная энциклопедия. – URL: <http://ru.wikipedia.org>.
2. Портал о дизайне - URL: <http://kak.ru>.
3. Первый российский профессиональный ресурс о промышленном дизайне - URL: <http://www.designet.ru>.

## **8. Информационные технологии и программное обеспечение**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Программное обеспечение: Adobe Photoshop.
2. Программное обеспечение: Adobe Illustrator.

3. Программное обеспечение: Corel Draw.

4. Программное обеспечение: InDesign.

## **9. Материально-техническая база**

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Разработка фирменного стиля» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Мультимедийные средства и другая техника для презентации учебного материала, компьютерный класс.

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Дисциплина «Разработка фирменного стиля» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

## **11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Разработка фирменного стиля» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

## **12. Фонд оценочных средств**

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.