

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Институт искусств и культуры

УТВЕРЖДЕНО:  
Директор  
Д. В. Галкин

Рабочая программа дисциплины

**Айдентика и корпоративная культура**

по направлению подготовки

**54.03.01 Дизайн**

Направленность (профиль) подготовки:  
**Графический дизайн**

Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Бакалавр**

Год приема  
**2025**

СОГЛАСОВАНО:  
Руководитель ОП  
Т.А. Завьялова

Председатель УМК  
М.В. Давыдов

Томск – 2025

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен применять знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; рассматривать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода.

ОПК-3 Способен выполнять поисковые эскизы изобразительными средствами и способами проектной графики; разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления).

ОПК-4 Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики.

ПК-1 Способен формировать техническое задание на различные продукты графического дизайна и выполнять процедуру согласования с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.

ПК-2 Способен к проектированию художественно-технических дизайн-проектов, объектов визуальной информации, идентификации на основе технического задания с учетом производственных, технологических, экономических условий и характеристик материалов.

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-1.3 Осуществляет предпроектный анализ на основе оценки и отбора полученной научной информации и культурно-исторических предпосылок

ИОПК-3.1 Применяет творческие методы дизайн-проектирования для поиска возможных решений профессиональных задач

ИОПК-3.2 Выполняет различные варианты поисковых эскизов, используя средства изобразительных искусств и/или цифровых технологий

ИОПК-3.3 Разрабатывает и научно обосновывает проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе. Определяет композиционные и стилистические приемы проектируемого комплекса визуальной и вербальной информации, идентификации и коммуникации

ИОПК-4.2 Воплощает в художественно-изобразительной форме замыслы и авторские продукты различными средствами визуальных искусств

ИОПК-4.3 Проектирует промышленные образцы и художественные предметно-пространственные комплексы, в том числе с применением цифровых технологий и современной шрифтовой культуры

ИПК-1.1 Определяет проектные задачи и технические средства разработки дизайн-макета на основе результатов брифа или обсуждения с заказчиком предварительной информации

ИПК-1.2 Составляет по типовой форме проектное/техническое задание на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в соответствии требованиями законодательства и стандартов РФ к структуре и содержанию

ИПК-1.3 Разрабатывает эскизы, дизайн-макеты и техническую документацию на основе технического задания и выполняет процедуру согласования/утверждения дизайн-концепций

ИПК-1.4 Способен осуществлять авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации и дизайн-проектов

ИПК-2.2 Создает 2D и 3D объекты проектируемой системы в целом и ее составляющих, в том числе с помощью средств специальных цифровых технологий

ИУК-3.1 Определяет свою роль в команде и действует в соответствии с ней для достижения целей работы

ИУК-3.2 Учитывает ролевые позиции других участников в командной работе

## **2. Задачи освоения дисциплины**

- Освоить принципы и методы брендинга компаний в современных условиях
- Научиться разрабатывать и научно обосновывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе
- Научиться применять понятийный аппарат брендинга при решении профессиональных практических задач айдентики при разработке дизайн-концепции системы визуальной информации, идентификации и коммуникации
- Научиться определять композиционные и стилистические приемы проектируемого комплекса визуальной и вербальной информации, идентификации и коммуникации.
- Научиться проектировать промышленные образцы и художественные предметно-пространственные комплексы айдентики, в том числе с применением цифровых технологий и современной шрифтовой культуры.
- Получить опыт работы в команде при разработке дизайн-концепции и проектировании комплекса визуальной и вербальной информации, идентификации и коммуникации.

## **3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы. Дисциплина входит в модуль Айдентика и брендинг.

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Третий семестр, зачет с оценкой

Четвертый семестр, экзамен

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам:

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 з.е., 216 часов, из которых:

-лекции: 14 ч.

-практические занятия: 78 ч.

- в том числе практическая подготовка: 72 ч

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

### **Тема 1.** Корпоративная культура и базис бренда.

Айдентика и корпоративная культура. Составляющие корпоративной культуры: миссия, ценности, мифология и организационная структура компании. Корпоративный стиль и средства графической коммуникации.

Взаимосвязь идеологических и материальных составляющих бренда. Когда нужна корпоративная миссия и фирменный стиль (примеры миссий известных брендов). Дреесс-код и фирменная одежда.

### **Тема 2.** Понятия брендинга

- Бренд и торговая марка. Марочное название(неейминг), Марочный знак, Товарный знак. Слоган.

- Цели брендинга. Создание четкого образа бренда и четкое формирование направления коммуникаций.

- Этапы брендинга:

Анализ рынка: Анализ рыночной конъюнктуры. Анализ целевой аудитории. Понятия целевой аудитории. Классификация целевой аудитории.

Планирование: Позиционирование. Разработка стратегии управления брендом.

Строительство бренда: Создание системы визуальной и вербальной идентификации. Разработка бренд-имиджа.

Продвижение бренда: использование маркетинговых коммуникаций

Мониторинг бренда

- Бренд-имидж. Правила брендинга. Позиционирование.

### **Тема 3.** ДНК бренда и бренд-код. Факторы, определяющие ДНК бренда.

### **Тема 4.** Товарный знак, знак обслуживания, логотип

Виды знаков корпоративной идентификации. Условия и порядок регистрации ТЗ в Федеральной инспекции промышленной собственности РФ.

- Корпоративные ценности и визуальный образ товарного знака. Взаимосвязь внешних и внутренних связей

- Рестайлинг

### **Тема 5.** Модели брендинга

Одномерная МБ. Двухмерная МБ. Трехуровневая модель МБ. Многоуровневая МБ

**Тема 6.** Коммуникативный дизайн и реклама. Виды рекламы. Доказательства и выбор персонажа в рекламе.

**Тема 7.** Участие организации в ярмарках и выставках. Типология промышленных выставок. Позиционирование на выставке. Этапы подготовки к участию в выставке.

**Тема 8.** Виртуальная реальность и брендинг. Примеры внедрения VR в рекламную стратегию брендов.

## **9. Текущий контроль по дисциплине**

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, тестов по лекционному материалу, проведение семинаров, выполнения группового задания по выполнению семестрового проекта по формированию брендинга и айдентики компании и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

## **10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**

Зачет с оценкой в третьем семестре проводится в форме комплексного кафедрального просмотра защит групповых проектов по формированию айдентики компании по заданию с учетом индивидуальной активности студента на семинарах, его посещения занятий и своевременного выполнения тестов и заданий.

Продолжительность зачета с оценкой 1 час.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

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

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов и работы над групповым проектом.

## **12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет**

а) основная литература:

– Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата : [для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям] С. В. Карпова, И. К. Захаренко; под общ. ред. С. В. Карповой; Финансовый университет при правительстве Российской Федерации. – М.: 2014. – 438

– Брендинг: учебник для бакалавров : [для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям] А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – М.: 2014. – 495

– «Графический дизайн. Мастер-класс», Боб Гордон, Мэгги Гордон. – М.: РИП-холдинг, 2012. – 256.

– Бердышев С. Н. Организация выставочной деятельности: Учебное пособие / С. Н. Бердышев. — 2-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2011. — 228 с.

б) дополнительная литература:

– Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : [учебное пособие для вузов по специальностям 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама"] / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. Москва : ЮНИТИ-ДАНА , 2013 – 1 экз

– Проектирование в графическом дизайне: Учеб. для вузов; под ред. С.А. Васина. – М.: Машиностроение-1, 2006.

– Стор И. Н. Смыслообразование в графическом дизайне. Метаморфозы зрительных образов. Учебное пособие для вузов. – М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2003. – 296 с.

– Тимоти Самара. Структура дизайна: стильное руководство. – М.: Издательский дом «РИП- холдинг», 2008.

– Уэйншенк С. 100 новых главных принципов дизайна. – СПб.: «Питер», 2016. - 288с.

– Шервин Дэвид. Креативная мастерская. 80 творческих задач дизайнера. – СПб.: «Питер», 2013. - 240с.

- Школа графического дизайна / Дэвид Дэбнер; пер. с англ. В. Е. Бельченко. – М.: РИПОЛ классик, 2007. – 192 с. – ...
- Michael Evamy. Logotype. – UK. London, Laurence King Publishing Ltd, 2012. – 272.
- Michael Dorrian. Business cards: The art to say «Hello». – London: Laurence King Publishing Ltd, 2004. – 272.

в) ресурсы сети Интернет:

- Портал для дизайнеров, архитекторов, декораторов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://design-mate.ru/> (открытый доступ)
- Ресурс Хабр (Habr) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/pixli/blog/325866/> (открытый доступ)
- Ресурс Novate.ru - интернет-портал о дизайне [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://novate.ru> (открытый доступ)
- Культурология РФ - Искусство во всех проявлениях [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://kulturologia.ru> (открытый доступ)
- Отраслевой портал об упаковке [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.unipack.ru/> (открытый доступ)
- Интернет -портал о творчестве [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.adme.ru> (открытый доступ)
- Шрифтовой портал [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.xfont.ru> (открытый доступ)
- Журнал КАК [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://kak.ru> (открытый доступ)
- Журнал Designet Team [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.designet.ru/>
- Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система. <http://www.consultant.ru>

### 13. Перечень информационных технологий

- а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
  - Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
  - публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).
- б) информационные справочные системы:
  - Российская государственная библиотека - <http://www.rsl.ru/>
  - Российская национальная библиотека - <http://www.nlr.ru/>
  - Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru>
  - Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
  - Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
  - Электронно-библиотечная система «IPRbooks» - <http://iprbooks.ru/>
  - Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru> (открытый доступ)
  - Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru>
  - ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
  - ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
  - Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
  - ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
  - ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

- в) профессиональные базы данных *(при наличии)*:  
– Каталог логотипов и знаков - <https://www.logobank.ru> (открытый доступ)

#### **14. Материально-техническое обеспечение**

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

#### **15. Информация о разработчиках**

- **Завьялова Татьяна Арнольдовна** – доцент кафедры дизайна Института искусств и культуры ТГУ, член Союза художников России.