

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
2021

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
Т.А. Завьялова

Председатель УМК
М.В. Давыдов

Томск – 2021

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

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК-3.2 Учитывает ролевые позиции других участников в командной работе

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

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- 4.3 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-1.3 Разрабатывает эскизы, дизайн-макеты и техническую документацию на основе технического задания и выполняет процедуру согласования/утверждения дизайн-концепций

ИПК-2.1 Разрабатывает дизайн-концепции системы визуальной информации, идентификации и коммуникации, основываясь на методы организации творческого процесса дизайнера в соответствии с заданием.

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 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

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Теория и методология дизайна», «Основы графического дизайна».

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

-лекции: 14 ч.

-семинар: 20 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 дисциплины прилагаются.

Методические материалы по выполнению тестов, заданий и проектов расположены в курсе электронного университета «Moodle» <https://moodle.tsu.ru>

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация 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.

Результаты зачета с оценкой определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Поскольку освоение дисциплины предполагает получение студентом не только общих теоретических знаний, то нахождение промежуточной успеваемости влияют результаты текущей работы студента. Программа предполагает выполнение следующих видов текущих работ: посещение занятий, защита реферативного исследования, выполнение практических заданий.

Общая максимальная сумма баллов, которую студент может набрать по дисциплине в течение семестра – 100 баллов: 60 баллов текущий контроль + 40 балл промежуточная аттестация. Ниже приведена таблица, в которой прописано, каким образом можно получить необходимые баллы.

Текущий контроль влияет на аттестацию. В случае невыполнения домашних заданий или пропусков занятий по неуважительной причине более чем на 25% оценка будет снижена.

Учебная деятельность студента. В скобках указано количество видов учебной деятельности в течение семестра.	Максимальное количество баллов		
	за каждое задание		в сумме за все виды учебной деятельности семестра
Посещение занятий (15 занятий)	1	сумма	15
Выполнение практических заданий: (практические задания, защита реферативного исследования, участие в семинаре и др.) Средняя оценка max 5 баллов	5	X коэфф. 6	5x6=30
Теоретические контрольные точки (контрольная работа) Средняя оценка max 5 баллов	5	X коэфф. 3	15
Итого текущий контроль			62
Промежуточный контроль (экзамен или зачет)	Max. 5 б	X коэфф. 8	40
Всего			100

Переход от баллов к официальной системе оценки знаний студентов осуществляется в соответствии со следующей нормативной шкалой:

\sum баллов 81 - 100% - «5»

\sum баллов 61 - 80% - «4»

\sum баллов 41 - 60% - «3»

\sum баллов 0 - 40% - «2»

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=31610>

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:

1. 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

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

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

4. 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:

1. 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

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

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

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

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

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

7. Школа графического дизайна / Дэвид Дэбнер; пер. с англ. В. Е. Бельченко. – М.: РИПОЛ классик, 2007. – 192 с.– ...

8. Michael Evamy. Logotype. – UK. London, Laurence King Publishing ltd, 2012. – 272.

9. Michael Dorrian. Business cards: The art to say «Hello». – London: Laurence King Publishing ltd, 2004. - 272.

в) ресурсы сети Интернет:

1. Портал для дизайнеров, архитекторов, декораторов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://design-mate.ru/> (открытый доступ)

2. Ресурс Хабр (Habr) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/pixli/blog/325866/> (открытый доступ)

3. Ресурс Novate.ru - интернет-портал о дизайне [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://novate.ru> (открытый доступ)

4. Культурология РФ - Искусство во всех проявлениях [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://kulturologia.ru> (открытый доступ)

5. Отраслевой портал об упаковке [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.unipack.ru/> (открытый доступ)

6. Интернет -портал о творчестве [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.adme.ru> (открытый доступ)

7. Шрифтовой портал [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.xfont.ru> (открытый доступ)

8. Журнал КАК [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://kak.ru> (открытый доступ)

9. Журнал Designet Team [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.designet.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:

1. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 1998 - . – Режим доступа: <http://www.rsl.ru/>
2. Российская национальная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2000 - . – Режим доступа: <http://www.nlr.ru/>
3. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.elibrary.ru> (открытый доступ)
4. Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
5. Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
6. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://iprbooks.ru/> (неограниченный доступ)
7. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов:[Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://fcior.edu.ru> (открытый доступ)
8. Федеральный портал «Российское образование»: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.edu.ru> (открытый доступ)
9. ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
10. ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
11. Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
12. ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
13. ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

в) профессиональные базы данных:

1. Каталог логотипов и знаков [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.logobank.ru> (открытый доступ)

14. Материально-техническое обеспечение

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

Компьютерный класс, соответствующий числу обучающихся, с лицензионным программным обеспечением (Microsoft office, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign актуальных версий), проектор с экраном, сканер, принтер, бумага

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.