

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Юров Сергей Серафимович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 26.01.2024 21:07:27  
Уникальный программный ключ:  
3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**  
ФАКУЛЬТЕТ ДИЗАЙНА И МОДЫ

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор С.С.Юров  
«18» февраля 2021 г.



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.О.08 «ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА»

Для направления подготовки:  
54.04.01 «Дизайн»  
(уровень магистратуры)

Типы задач профессиональной деятельности:  
*проектный*

Направленность (профиль):  
«Визуальный дизайн»

Форма обучения:  
очная/очно-заочная

Москва - 2021

Разработчик(и): Шичков И.В., член Союза дизайнеров России, доцент кафедры дизайна АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

«27» января 2021 г.



/И.В. Шичков/

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн (уровень магистратуры), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 1004 от 13.08.2020 г.

СОГЛАСОВАНО:


И.о. декана факультета ФДМ



\_\_\_\_\_  
(подпись)

/ В.В. Самсонова /

Заведующая кафедрой  
разработчика РПД



\_\_\_\_\_  
(подпись)

/ Е.А. Дубоносова /

Протокол заседания кафедры № 6 от «27» января 2021 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины
4. Результаты освоения дисциплины обучающимся
5. Объем дисциплины и распределение видов учебной работы по семестрам
6. Структура и содержание дисциплины
7. Примерная тематика курсовых работ
8. Фонд оценочных средств по дисциплине
9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
10. Материально-техническое обеспечение дисциплины
11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины
12. Приложение 1

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** приобретение обучающимися знаний об особенностях визуальной коммуникации, понимание значения визуальной коммуникации в современном информационном обществе, формирование у обучающихся визуальной грамотности.

Определение визуальных коммуникаций как основы эффективного продвижения бренда на рынок.

**Задачи:**

- освоение междисциплинарного характера исследовательской и проектной деятельности в области бренд-коммуникаций;
- изучение и освоение проектных методов, креативных инструментов, принципов создания художественно-образных решений в бренд коммуникациях;
- выявление общих современных требований, предъявляемых к визуальным бренд-коммуникациям.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

**2.1. Место дисциплины в учебном плане:**

**Блок:** Блок 1. Дисциплины (модули).

**Часть:** Обязательная часть.

**Осваивается:** 1-3 семестр.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-1** - способность к проведению предпроектных дизайнерских исследований;

**ПК-2** - способность к концептуальной и художественно-технической разработке дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации, и согласование с заказчиком проектного задания на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1. Способен к проведению предпроектных дизайнерских исследований	ПК-1.2. Изучает потребности и предпочтения целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	<b>Знать:</b> приемы и принципы выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации <b>Уметь:</b> выделять критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации <b>Владеть:</b> навыком изучения потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации
	ПК-1.3. Оформляет результаты дизайнерских исследований и формирование	<b>Знать:</b> требования по оформлению результатов дизайнерских исследований <b>Уметь:</b> составлять технологии сбора и анализа информации для дизайнерских исследований <b>Владеть:</b> навыками оформления результатами дизайнерских исследований и формирования

	предложений по направлениям работ в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	предложений по направлениям работ в сфере дизайна
ПК-2. Способен к концептуальной и художественно-технической разработке дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации, и согласование с заказчиком проектного задания на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-2.3. Готов к разработке и согласованию с заказчиком проектного задания на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	<b>Знать:</b> принципы и приемы составления по типовой форме проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации <b>Уметь:</b> составлять и применять на практике типовые формы проектных заданий на создание систем объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации <b>Владеть:</b> навыками к составлению и согласованию с заказчиком проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации

## 5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Визуальные коммуникации бренда» для очной/очно-заочной формы обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн» составляет: 8 з.е. / 288 часов.

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	очная	очно-заочная
<b>Аудиторные занятия</b>	<b>152</b>	<b>84</b>
<i>в том числе:</i>		
Лекции	53	42
Практические занятия	99	42
Лабораторные работы	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>64</b>	<b>150</b>
<i>в том числе:</i>		
часы на выполнение КР / КП		
<b>Промежуточная аттестация:</b>		
Вид	Зачет с оценкой – 2 семестр Экзамен - 1,3 семестр	
Трудоемкость (час.)	72	54
<b>Общая трудоемкость з.е. / часов</b>	<b>8 з.е. / 288 час.</b>	<b>8 з.е. / 288 час.</b>

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	очная			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Теория визуальных коммуникаций	4	13	-	6
2	Анализ визуальных коммуникаций	5	13	-	7
3	Создание визуальных коммуникаций	4	13	-	7
	Итого (часов)	13	39	-	20
	<b>Форма контроля:</b>	<i>Экзамен, 36 час.</i>			
	<b>Всего за 1 семестр:</b>	<b>13</b>	<b>39</b>	<b>-</b>	<b>20</b>
4	Понятие визуальных бренд коммуникаций	10	15	-	10
5	Проектирование и разработка визуальных бренд коммуникаций	10	15	-	12
	Итого (часов)	20	30	-	22
	<b>Форма контроля:</b>	<i>Зачет с оценкой</i>			
	<b>Всего за 2 семестр:</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>22</b>
6	Ребрендинг как этап развития бренд коммуникаций	10	15	-	10
7	Плагиат в бренд коммуникациях	10	15	-	12
	Итого (часов)	20	30	-	22
	<b>Форма контроля:</b>	<i>Экзамен, 36 час.</i>			
	<b>Всего за 3 семестр:</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>22</b>
	<b>Всего по дисциплине:</b>	<b>288 / 8 з.е.</b>			

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	очно-заочная			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Теория визуальных коммуникаций	5	5	-	17
2	Анализ визуальных коммуникаций	5	5	-	17
3	Создание визуальных коммуникаций	5	5	-	17
	Итого (часов)	15	15	-	51
	<b>Форма контроля:</b>	<i>Экзамен, 27 час.</i>			
	<b>Всего за 1 семестр:</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>-</b>	<b>51</b>
4	Понятие визуальных бренд коммуникаций	6	6	-	24
5	Проектирование и разработка визуальных бренд коммуникаций	6	6	-	24
	Итого (часов)	12	12	-	48
	<b>Форма контроля:</b>	<i>Зачет с оценкой</i>			
	<b>Всего за 2 семестр:</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>48</b>
6	Ребрендинг как этап развития бренд коммуникаций	7	7	-	

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	очно-заочная			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
7	Плагиагт в бренд коммуникациях	8	8	-	
	Итого (часов)	15	15	-	51
	<b>Форма контроля:</b>	<b>Экзамен, 27 час.</b>			
	<b>Всего за 3 семестр:</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>-</b>	<b>51</b>
	<b>Всего по дисциплине:</b>	<b>288 / 8 з.е.</b>			

## СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

### ***Тема 1. Теория визуальных коммуникаций.***

Определение визуальных коммуникаций. Специфика и функции визуальных коммуникаций. Объекты и средства визуальных коммуникаций. Основные элементы визуально-коммуникативной среды. Визуальные коммуникации в рекламе. Современные практики восприятия, потребления и переработки визуальной информации; Тенденции в области современных визуальных коммуникаций. Требования к современным визуальным коммуникациям. Знак, графические константы (особенности восприятия формы). Композиция. Цвет (специфика цветовой идентификации). Шрифт. Логотип. Пропорции и модульная сетка (верстка в полиграфии и в Интернет).

### ***Тема 2. Анализ визуальных коммуникаций.***

Эстетика и эргономика визуальных коммуникаций. Целостность образа. Выразительность образа. Стилиевые особенности визуальных коммуникаций. Отечественная практика дизайн-проектов, соответствующая современным требованиям, предъявляемым к визуальным коммуникациям; Анализ существующих проектных решений в визуальных коммуникациях, анализ функциональных и эстетических особенностей современных визуальных коммуникаций.

### ***Тема 3. Создание визуальных коммуникаций.***

Рассмотрение методик постановки художественно-технических и проектных задач в области визуальных коммуникаций. Этапы создания визуальных коммуникаций. Эскизный поиск. Решение творческих задач. Принятие решений. Доработка окончательного варианта. Проектирование и разработка визуальных проектов.

### ***Тема 4. Понятие визуальных бренд коммуникаций.***

Понятийно-категориальный аппарат дисциплины; определение визуальных бренд-коммуникаций как области коммуникативной политики бренда, создающей факторы нематериальной ценности бренда; маркетинговая природа бренд-коммуникаций.

### ***Тема 5. Проектирование и разработка визуальных бренд коммуникаций.***

Методы постановки художественно-технических, проектных задач на разработку визуальных бренд-коммуникаций; написание брифов; создание прочей документации, определяющей проектные работы; Выполнение дизайн-проекта в соответствии с поставленными задачами.

**Тема 6. Ребрендинг как этап развития бренд коммуникаций.**

Рассмотрение ребрендинга как комплекса мероприятий, определяющих качественный уровень визуальных бренд-коммуникаций в долгосрочной перспективе.

**Тема 7. Плагиат в бренд коммуникациях.**

Проблема плагиата в современных визуальных коммуникациях, связанная с «заимствованием» знаков, логотипов и фирменных стилей. Роль и значение репутации брендов.

## 7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

### 8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

### 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

#### 9.1. Рекомендуемая литература:

**Основная литература:**

1. Старостова, Л. Э., Эстетика рекламы: учебное пособие.: Издательство Уральского университета, Екатеринбург, 2010.

Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874>

2. Бутакова, А. Д.; Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций: монография; Лаборатория книги, Москва, 2012.

Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142857>

3. Музыкант, В. Л.; Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайнсреда): монография: Директ-Медиа, Москва Берлин, 2019.

Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064>

4. Смирнова, Л. Э., История и теория дизайна: учебное пособие. Сибирский федеральный университет, Красноярск, 2014.

Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435841>

5. Ткаченко, Н. В., Дмитриева, Л. М. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие. Юнити, Москва, 2015.

Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422>

6. Цыганков, В. А. Фирменный стиль или корпоративная идентификация: учебное пособие. ООО “Сам Полиграфист”, Москва, 2015.

Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488275>

**Дополнительная литература:**

1. Годин А. М. Бренддинг: учебное пособие. М.: Дашков и К°, 2016.- 184с.

2. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=453899](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453899)

3. Шевченко Д. А. , Пономарева Е. В. Управление брендом: учебник. М.: Директ-Медиа, 2022. – 291с.

4. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=694021](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=694021)



5. Родькин П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн: учебное пособие. М., Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 94с.
6. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=597418](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=597418)

## **9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.**

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

### **Лицензионное программное обеспечение:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726).

### **Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;
2. Браузер Yandex;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

## **9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;
3. Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;
4. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;
5. Зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>
6. Электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>
7. Справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Данные аудитории, а также помещения для самостоятельной работы студентов, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины, подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная;
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки;
- в) наглядные пособия в цифровом виде, слайд-презентации, видеofilмы, макеты и т.д., которые применяются по необходимости в соответствии с темами (разделами) дисциплины;

г) персональные компьютеры, подключенные к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная;

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки;

в) персональные компьютеры, подключенные к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

## **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов.

Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут

присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам

### ***Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины***

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

*Для лиц с нарушениями зрения:*

– в печатной форме увеличенным шрифтом;

– в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

*Для лиц с нарушениями слуха:*

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

*Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**  
ФАКУЛЬТЕТ ДИЗАЙНА И МОДЫ

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)

**Б1.О.08 «ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА»**

Для направления подготовки:

54.04.01 «Дизайн»  
(уровень магистратуры)

Типы задач профессиональной деятельности:

проектный

**Направленность (профиль):**

«Визуальный дизайн»

**Форма обучения:**

очная/очно-заочная

### *Результаты обучения по дисциплине*

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<p>ПК-1. Способен к проведению предпроектных дизайнерских исследований</p>	<p>ПК-1.2. Изучает потребности и предпочтения целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b><u>Знать:</u></b> приемы и принципы выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации  <b><u>Уметь:</u></b> выделять критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации  <b><u>Владеть:</u></b> навыком изучения потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>
	<p>ПК-1.3. Оформляет результаты дизайнерских исследований и формирование предложений по направлениям работ в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b><u>Знать:</u></b> требования по оформлению результатов дизайнерских исследований  <b><u>Уметь:</u></b> составлять технологии сбора и анализа информации для дизайнерских исследований  <b><u>Владеть:</u></b> навыками оформления результатами дизайнерских исследований и формирования предложений по направлениям работ в сфере дизайна</p>
<p>ПК-2. Способен к концептуальной и художественно-технической разработке дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации, и согласование с заказчиком проектного задания на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>ПК-2.3. Готов к разработке и согласованию с заказчиком проектного задания на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b><u>Знать:</u></b> принципы и приемы составления по типовой форме проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации  <b><u>Уметь:</u></b> составлять и применять на практике типовые формы проектных заданий на создание систем объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации  <b><u>Владеть:</u></b> навыками к составлению и согласованию с заказчиком проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>

**Показатели оценивания результатов обучения**

<b>Шкала оценивания</b>			
<b>неудовлетворительно</b>	<b>удовлетворительно</b>	<b>хорошо</b>	<b>отлично</b>
<p><b>Не знает:</b> приемы и принципы выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Не умеет:</b> выделять критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Не владеет:</b> навыком изучения потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>В целом знает:</b> приемы и принципы выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В целом умеет:</b> выделять критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В целом владеет:</b> навыком изучения потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>Знает:</b> приемы и принципы выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Умеет:</b> выделять критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Владеет:</b> навыком изучения потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>В полном объеме знает:</b> приемы и принципы выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В полном объеме умеет:</b> выделять критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В полном объеме владеет:</b> навыком изучения потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>
<p><b>Не знает:</b> требования по оформлению результатов дизайнерских исследований</p> <p><b>Не умеет:</b> составлять технологии сбора и анализа информации для дизайнерских исследований</p> <p><b>Не владеет:</b> навыками оформления результатами дизайнерских</p>	<p><b>В целом знает:</b> требования по оформлению результатов дизайнерских исследований</p> <p><b>В целом умеет:</b> составлять технологии сбора и анализа информации для дизайнерских исследований</p> <p><b>В целом владеет:</b> навыками оформления результатами</p>	<p><b>Знает:</b> требования по оформлению результатов дизайнерских исследований</p> <p><b>Умеет:</b> составлять технологии сбора и анализа информации для дизайнерских исследований</p> <p><b>Владеет:</b> навыками оформления результатами дизайнерских</p>	<p><b>В полном объеме знает:</b> требования по оформлению результатов дизайнерских исследований</p> <p><b>В полном объеме умеет:</b> составлять технологии сбора и анализа информации для дизайнерских исследований</p> <p><b>В полном объеме владеет:</b> навыками оформления результатами дизайнерских исследований и</p>

<b>Шкала оценивания</b>			
<b>неудовлетворительно</b>	<b>удовлетворительно</b>	<b>хорошо</b>	<b>отлично</b>
исследований и формирования предложений по направлениям работ в сфере дизайна	дизайнерских исследований и формирования предложений по направлениям работ в сфере дизайна	исследований и формирования предложений по направлениям работ в сфере дизайна	формирования предложений по направлениям работ в сфере дизайна
<p><b>Не знает:</b> принципы и приемы составления по типовой форме проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Не умеет:</b> составлять и применять на практике типовые формы проектных заданий на создание систем объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Не владеет:</b> навыками к составлению и согласованию с заказчиком проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>В целом знает:</b> принципы и приемы составления по типовой форме проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В целом умеет:</b> составлять и применять на практике типовые формы проектных заданий на создание систем объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В целом владеет:</b> навыками к составлению и согласованию с заказчиком проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>Знает:</b> принципы и приемы составления по типовой форме проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Умеет:</b> составлять и применять на практике типовые формы проектных заданий на создание систем объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Владеет:</b> навыками к составлению и согласованию с заказчиком проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>В полном объеме знает:</b> принципы и приемы составления по типовой форме проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В полном объеме умеет:</b> составлять и применять на практике типовые формы проектных заданий на создание систем объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В полном объеме владеет:</b> навыками к составлению и согласованию с заказчиком проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>



## *Оценочные средства*

### Задания для текущего контроля

#### *Пример контрольного задания*

#### *Контрольная работа № 1*

Примерный перечень тем

##### **1. Анализ визуальных коммуникаций**

Примерные задания: выбрать бренд, провести анализ визуальных коммуникаций по следующим критериям.

1. Общая характеристика (название, история, место на рынке и в сердцах потребителей) – очень кратко

##### **2. Анализ бренда компании:**

Индивидуальность

Свойства бренда (качества, которые бренд позиционирует или те, качества от которых он дистанцируется)

Ощущение бренда

Ожидания целевой аудитории.

Философия и ценности бренда

##### **3. Фирменный стиль и образ бренда. Проанализировать руководство по фирменному стилю (брендбук, гайд-бук, гайдлайн) компании**

Эстетика фирменного стиля.

Целостность образа.

Выразительность образа.

Читаемость стиля.

Точность идентификации (соответствие выделенных достоинств ожиданиям аудитории).

Потенциал развития стиля.

Степень присутствия стиля в деятельности компании.

Соответствие технологическим возможностям.

#### *Контрольная работа № 2*

1. Проектирование и разработка визуального проекта

Примерные задания

Разработать основные элементы фирменного стиля:

1. Логотип. Логотип является главным визуальным идентификатором организации, позволяет добиться формирования целостного восприятия бренда аудиторией.

Оценка контрольного задания производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

## **Промежуточная аттестация:**

### ***Примерные вопросы к экзамену (1, 3 семестр)***

1. Структура бренд-коммуникаций
2. Предпосылки использования метафоры в рекламном сообщении
3. Интегрированный подход к визуальным коммуникациям в брендинге
4. Влияние экранной культуры на визуальные коммуникации бренда
5. Структура образной информации
6. Формы коммуникации в исторической динамике
7. Визуальная коммуникация в рекламе
8. Визуализация ценностей и личности бренда
9. Историческая динамика парадигм в брендинге
10. Художественный авангард и реклама
11. Принципы соотношения эстетически выразительного и смыслового сообщений в рекламном образе
12. Понятие художественного стиля и его культурно-исторические проявления
13. Способы образования и этапы создания имен бренда.
14. Упаковка как важнейший атрибут бренда, ее информативные и коммуникативные функции
15. Фирменная символика в системе брендинга
16. Способы анализа лояльности бренду
17. Совместный брендинг, условия ее эффективности
18. Понятие «ребрендинг», факторы перепозиционирования и возможные направления ребрендинга.
19. Проблема плагиата в современных визуальных коммуникациях

### ***Примерные вопросы к зачету с оценкой, (2 семестр)***

1. Современное восприятие стилистической принадлежности. Использование стиля в рекламе
2. Природа фотографии и особенности ее восприятия
3. Формы проявления эстетического в рекламе
4. Визуальные коммуникации в истории рекламы
5. Постмодернизм как современная коммуникационная парадигма
6. Система ассоциативных связей бренда
7. Ключевая и развернутая метафоры бренда
8. Задачи визуальной коммуникации бренда
9. Способы визуализации бренда
10. Кейсы построения визуальных коммуникаций в брендинге
11. Выдающиеся художники рекламного плаката
12. Факторы определения подхода к визуализации бренда

## 1. Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	2-балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	Зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания. 2. Аргументированность выводов. 3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы, способен применять умения при решении общих и нетиповых задач
Хорошо			глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки, способен применять умения при решении общих задач
Удовлетворительно			знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя, имеет навыки в ограниченной области профессиональной деятельности
Неудовлетворительно	Не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик(и): Шичков И.В., член Союза дизайнеров России, доцент кафедры дизайна АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры дизайна (Протокол заседания кафедры № 6 от «27» января 2021 г.)