ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«ЛЕНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИМЕНИ А.С. ПУШКИНА»**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической

работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.Н.Большаков

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

**Б1.В.01.03 УПАКОВКА В ПОТРЕБИТЕЛЬСККОМ БРЕНДЕ**

Направление подготовки **54.04.01 -Дизайн**

Направленность (профиль) – ***«Графический дизайн»***

(год начала подготовки – 2022)

Санкт-Петербург

2022

**1.** **ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции (или ее части) | Индикаторы компетенций (код и содержание) |
| ПК-4 | Способен создавать различные варианты проектов по разработке объектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации | ПК-4 Обсуждение вариантов художественно-технических решений дизайн- проекта системы визуальной информации, идентификации и коммуникации с заказчиком и руководством, согласование окончательного варианта дизайн-проекта ПК-4 Согласование с возможностями производства воспроизведение системы визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-4 Подготовка заданий на разработку отдельных объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, входящих в систему, для участников дизайн-проекта ПК-4 Подготовка презентаций для обсуждения выполненных работ с участниками дизайнпроекта и заказчиком ПК-4 Утверждение дизайнмакета системы визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-5 Подготовка графических материалов по системе визуальной информации, идентификации и коммуникации для передачи в производство |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

Цель дисциплины: формирование у студентов системы знаний по общей теории и практике управления брендами с учетом исторических тенденций и современного развития, а также применение бренда в потребительской упаковке. — изучение истории упаковки; ознакомление с классификациями и систематизациями видов исторически сложившейся и современной упаковки; изучение маркетинговой природы всех видов современной упаковки; исследование современных тенденций в области рекламных коммуникаций и упаковки;

Задачи дисциплины:

изучение общих понятий и терминов брендинга – бренд, товарный знак, торговая марка;

- изучение истории возникновения брендов и брендинга, связи бренд менеджмента с другими дисциплинами;

- всестороннее изучение и практическое освоение методик, инструментов и технологий проектирования и разработки современных упаковочных решений;

- формирования у бакалавров комплексного подхода к проектированию упаковочных решений, имеющих потенциал создания долгосрочных маркетинговых коммуникаций;

- ознакомление с основными методами разработки атрибутов и ценностей бренда, с понятием позиционирования и дифференциации,

- изучение теорий потребительской лояльности, механизмов возникновения лояльности и управления лояльностью потребителя, опыта зарубежных и российских компаний по созданию систем лояльности;

Место дисциплины: дисциплина относится к обязательным дисциплинам базовой части программы магистратуры.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

Очная форма обучения

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад.час |
|  |  | Практическая подготовка |
| **Контактная работа (аудиторные занятия) (всего):** | 30 |
| в том числе: |  |
| Лекции | 14 | - |
| Лабораторные работы/ Практические занятия | -/16 | -/1 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 51 | - |
| **Вид промежуточной аттестации (экзамен):** | 27 |
| контактная работа | 2,35 |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену | 24,65 |
| **Общая трудоемкость дисциплины (в час. /з.е.)** | 108/3 |

Заочная форма обучения

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад.час |
|  |  | Практическая подготовка |
| **Контактная работа (аудиторные занятия) (всего):** | 8 |
| в том числе: |  |
| Лекции | 2 | - |
| Лабораторные работы/ Практические занятия | -/6 | -/1 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 91 | - |
| **Вид промежуточной аттестации (зачет):** | - | - |
| контактная работа | - | - |
| самостоятельная работа по подготовке к зачету | - | - |
| **Вид промежуточной аттестации (экзамен):** | 9 |
| контактная работа | 2,35 |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену | 6,65 |
| **Общая трудоемкость дисциплины (в час. /з.е.)** | 108/3 |

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей**).**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Построение бренд-коммуникаций. Определения бренда. Коммуникации: понятие и виды |
| 2 | Опыт мирового брендинга. Архитектура брендов компании |
| 3 | Рождение и развитие бренда. Анализ поведения потребителя. Сегментирование |
| 4 | История развития. Упаковки, бренда и торговой марки |
| 5 | Основные понятия и термины упаковки. Маркетинговые основы бренд коммуникаций вдизайне упаковки |
| 6 | Рекламный образ в Упаковке. Упаковка как инструмент визуальных коммуникаций бренда |
| 7 | Цвето-графическое оформление упаковки. Типографические решения в дизайне упаковки |
| 8 | Проектирование подарочной упаковки |

**4.2. Примерная тематика курсовых работ (проектов):**

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена учебным планом.

**4.3. Перечень занятий, проводимых в активной и интерактивной формах, обеспечивающих развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств. Практическая подготовка\*.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование блока (раздела) дисциплины** | **Занятия, проводимые в активной и интерактивной формах** | **Практическая подготовка\*** |
| **Форма проведения занятия** | **Наименование видов занятий** |  |
| 1 | Построение бренд-коммуникаций. Определения бренда. Коммуникации: понятие и виды | лекционное занятие | Выполнение практического задания |  |
| 2 | Опыт мирового брендинга. Архитектура брендов компании | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 3 | Рождение и развитие бренда. Анализ поведения потребителя. Сегментирование | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 4 | История развития. Упаковки, бренда и торговой марки | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 5 | Основные понятия и термины упаковки. Маркетинговые основы бренд коммуникаций вдизайне упаковки | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 6 | Рекламный образ в Упаковке. Упаковка как инструмент визуальных коммуникаций бренда | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 7 | Цвето-графическое оформление упаковки. Типографические решения в дизайне упаковки | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 8 | Проектирование подарочной упаковки | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |

**5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:**

**5.1.** **Темы для творческой самостоятельной работы обучающегося**

Темы для творческой самостоятельной работы студента формулируются обучающимся самостоятельно, исходя из перечня тем занятий текущего семестра.

**6 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости:**

**6.1. Текущий контроль**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | № блока (раздела) дисциплины | Форма текущего контроля |
| 1 | Построение бренд-коммуникаций. Определения бренда. Коммуникации: понятие и виды | Работа на практических занятиях |
| 2 | Опыт мирового брендинга. Архитектура брендов компании | Работа на практических занятиях |
| 3 | Рождение и развитие бренда. Анализ поведения потребителя. Сегментирование | Работа на практических занятиях |
| 4 | История развития. Упаковки, бренда и торговой марки | Работа на практических занятиях |
| 5 | Основные понятия и термины упаковки. Маркетинговые основы бренд коммуникаций вдизайне упаковки | Работа на практических занятиях |
| 6 | Рекламный образ в Упаковке. Упаковка как инструмент визуальных коммуникаций бренда | Работа на практических занятиях |
| 7 | Цвето-графическое оформление упаковки. Типографические решения в дизайне упаковки | Работа на практических занятиях |
| 8 | Проектирование подарочной упаковки | Работа на практических занятиях |

**7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Авторы | Место издания | Год издания | Наличие |
| печатные издания | ЭБС (адрес в сети Интернет) |
| 1. | Visual бренд. Притягивание взгляда потребителей  | Ткачев О. | М.: Альпина Паблишер | 2010 |  | <http://biblioclub.ru> http://www.iprbookshop.ru/43736.html |
| 2. | Пректирование: проектирование упаковки и малых форм полиграфии | Пашкова И.В. | М.: Издательство Юрайт | 2020 |  | https://urait.ru/book/proektirovanie-proektirovanie-upakovki-i-malyh-form-poligrafii-457011 |
| 3. | Брендинг : учебное пособие / | Годин А.М. | Москва : Дашкови К°, – 184 с. | 2016 |  | <http://biblioclub.ru>Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899 |
| 4. | Бренд: учебное пособие / М.О. Макашев. – | Макашев М.О. | Москва: Юнити, 2015. –207 с. | 2015 |  | Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390 |

**8. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

1. «НЭБ». Национальная электронная библиотека. – Режим доступа: [http://нэб.рф/](http://www.biblioclub.ru/)

2. «eLibrary». Научная электронная библиотека. – Режим доступа: [https://elibrary.ru](https://elibrary.ru/)

3. «КиберЛенинка». Научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

4. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – Режим доступа: [http://www.biblioclub.ru/](http://www.knigafund.ru/)

5. Российская государственная библиотека. – Режим доступа: <http://www.rsl.ru/>

6. ЭБС Юрайт. - Режим доступа: <https://urait.ru/>

**9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

В ходе осуществления образовательного процесса используются следующие информационные технологии:

- средства визуального отображения и представления информации (LibreOffice) для создания визуальных презентаций как преподавателем (при проведении занятий) так и обучаемым при подготовке докладов для семинарского занятия.

- средства телекоммуникационного общения (электронная почта и т.п.) преподавателя и обучаемого.

- использование обучаемым возможностей информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» при осуществлении самостоятельной работы.

**9.1. Требования к программному обеспечению учебного процесса**

Для успешного освоения дисциплины, обучающийся использует следующие программные средства:

* Windows 10 x64
* MicrosoftOffice 2016
* LibreOffice
* Firefox
* GIMP

**9.2. Информационно-справочные системы (при необходимости):**

Не используются

**10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Для изучения дисциплины используется следующее оборудование: аудитория, укомплектованная мебелью для обучающихся и преподавателя, доской, ПК с выходом в интернет, мультимедийным проектором и экраном.

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами (ПК с выходом в интернет и обеспечением доступа в электронно-информационно-образовательную среду организации).