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.ДВ.02.01 СОЗДАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО БРЕНДА**

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) |
| УК-2 | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | УК-2 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения. УК-2 Способен видеть образ результата деятельности и планировать последовательность шагов для достижения данного результата. УК-2 Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения. УК-2 Организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих разногласий и конфликтов, обеспечивает работу команды необходимыми ресурсами. УК-2 Представляет публично результаты проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических семинарах и конференциях. УК-2 Предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение). |
| УК-3 | Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели | УК-3 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели. УК-3 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (включая критические) людей, с которыми работает/взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий. УК-3 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон. УК-3 Предвидит результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий. УК-3 Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды. Организует обсуждение разных идей и мнений. |
| ПК-5 | Способен согласовывать с заказчиком проектного задания создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации | ПК-5 Обсуждение с заказчиком функциональной структуры проектируемой системы визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-5 Подбор и изучение информации, необходимой для разработки проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-5 Предварительная проработка эскизов проектируемой системы визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-5 Планирование и согласование с руководством этапов и сроков выполнения работ по дизайн-проекту системы визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-5 Составление проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации по типовой форме ПК-5 Согласование с заказчиком и утверждение проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации |
| ПК-6 | Способен осуществлять авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации | ПК-6 Выбор показателей, необходимых для проверки качества изготовления в производстве системы визуальной информации, идентификации и коммуникации и ее составляющих ПК-6 Выбор средств контроля качества воспроизведения системы визуальной информации, идентификации и коммуникации и ее составляющих ПК-6 Проведение проверки качества изготовления системы визуальной информации, идентификации и коммуникации и ее составляющих по выбранным показателям ПК-6 Подготовка заключения по результатам проверки качества изготовления системы визуальной информации, идентификации и коммуникации и ее составляющих |
| ПК-7 | Способен планировать работы при разработке объектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации | ПК-7 Определение художественной политики дизайнерской организации ПК-7 Подготовка типовых форм проектных заданий на создание дизайн- проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации различной сложности ПК-7 Разработка календарного плана выполнения дизайнпроектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-7 Определение персонального состава исполнителей дизайн-проектов, формирование творческих групп ПК-7 Формирование бюджета дизайн-проектовПК-7 Оформление и получение документов, необходимых для реализации дизайн-проектов ПК-7 Презентация дизайнпроектов заказчику ПК-7 Планирование участия дизайнеров в выставках, конкурсах |
| ПК-8 | Способен организовать работы по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации | ПК-8 Распределение работ по созданию дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации среди членов творческого коллектива ПК-8 Координация межфункциональных связей дизайнерской группы (отдела) с другими структурными подразделениями организации ПК-8 Управление бюджетом дизайн-проекта ПК-8 Контроль сроков выполнения работ по отдельным этапам дизайн-проекта в соответствии с календарным планом ПК-8 Заключение договоров (контрактов) с заказчиками и сторонними исполнителями, привлекаемыми к разработке дизайнпроектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-8 Согласование с заказчиком изменений, которые целесообразно внести в дизайнпроекты и заключенные договоры (контракты) ПК-8 Организация работ со сторонними исполнителями, привлекаемыми к разработке дизайнпроектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-8 Приобретение разрешений на использование изображений, защищенных авторским правом ПК-8 Защита авторского права на результаты работы своего творческого коллектива ПК-8 Организация участия дизайнеров в выставках, конкурсах и оформление требуемой для этого документацииПК-8 Творческая помощь дизайнерам в работе над дизайн-проектами |

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

Цель дисциплины: получение теоретических знаний и практических навыков в области проектирования комплексной системы визуальной идентичности и продвижения потребительского бренда.

Задачи дисциплины:

* изучить теоретические основы потребительского брендинга, базовые принципы проектирования визуальной идентичности потребительского бренда;
* сформировать умения применять принципы системного дизайн-мышления при проектировании потребительского бренда, применять использовать основные креативные методики в бренд-проектировании бренда FMCG, управлять цифровыми графическими технологиями;
* овладеть навыками использования полученных теоретических навыков в практической деятельности по разработке дизайн-систем визуальной идентичности продуктов повседневного спроса, сформировать навык грамотной работы с разработанными документами визуальных стандартов;
* Место дисциплины: дисциплина относится к обязательным дисциплинам базовой части программы магистратуры.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 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):** | 16 |
| в том числе: |  |
| Лекции | 6 | - |
| Лабораторные работы/ Практические занятия | -/10 | -/1 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 56 | - |
| **Вид промежуточной аттестации (экзамен):** | - |
| контактная работа | - |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену | - |
| **Общая трудоемкость дисциплины (в час. /з.е.)** | 72/2 |

\*Зачет проводится на последней паре

Заочная форма обучения

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад.час |
|  |  | Практическая подготовка |
| **Контактная работа (аудиторные занятия) (всего):** | 8 |
| в том числе: |  |
| Лекции | 4 | - |
| Лабораторные работы/ Практические занятия | -/4 | -/1 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 60 | - |
| **Вид промежуточной аттестации (зачет):** | 4 | - |
| контактная работа | 0,25 | - |
| самостоятельная работа по подготовке к зачету | 3,75 | - |
| **Вид промежуточной аттестации (экзамен):** | - |
| контактная работа | - |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену | - |
| **Общая трудоемкость дисциплины (в час. /з.е.)** | 72/2 |

**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 | Брендинг в системе продвижения FMCG (Fast Moving Consumer Goods — товаров повседневного спроса) |
| 2 | Бренд-стратегия в сфере продуктового маркетинга |
| 3 | Ключевые этапы создания потребительского бренда |
| 4 | Исследования в проектировании потребительского бренда |
| 5 | Визуальная идентичность потребительского бренда: основы проектирования. |
| 6 | Концепция в проектировании визуальной идентичности потребительского бренда |
| 7 | Дизайн-система визуальной идентичности потребительского бренда: логотип, знак, цвет, шрифт, паттерн.  |
| 8 | Guideline в системе продвижения FMCG: принципы проектирования и работа с документом |

**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. | Брендинг в системе продвижения FMCG (Fast Moving Consumer Goods — товаров повседневного спроса) | лекционное занятие | Выполнение практического задания |  |
| 2. | Бренд-стратегия в сфере продуктового маркетинга | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 3. | Ключевые этапы создания потребительского бренда | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 4. | Исследования в проектировании потребительского бренда | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 5. | Визуальная идентичность потребительского бренда: основы проектирования. | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 6. | Концепция в проектировании визуальной идентичности потребительского бренда | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 7. | Дизайн-система визуальной идентичности потребительского бренда: логотип, знак, цвет, шрифт, паттерн.  | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 8. | Guideline в системе продвижения FMCG: принципы проектирования и работа с документом | 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.

**5.2. Темы рефератов**

1. Нейминг в технологии создания потребительского бренда
2. Целевая аудитория: основные подходы к сегментированию.
3. Категорийные и кросс-категорийные референсы в проектировании потребительского бренда.
4. Позиционирование торговой марки в брендинге, основные особенности.
5. Визуальная метафора и концепция: точки соприкосновения в проектировании визуальной идентичности.
6. Детские товары: анализ графических стилей современных брендов.
7. Женская одежда: анализ графических стилей современных брендов.
8. Мужская одежда: анализ графических стилей современных брендов.
9. Автомобилестроение: анализ графических стилей современных брендов.
10. Сельскохозяйственная техника: анализ графических стилей современных брендов.
11. Фармацевтика: анализ графических стилей современных брендов.
12. Парфюмерия: анализ графических стилей современных брендов.
13. Декоративная косметика: анализ графических стилей современных брендов.
14. Канцелярские товары: анализ графических стилей современных брендов.
15. Моющие и чистящие средства: анализ графических стилей современных брендов.
16. Цвет в системе идентичности потребительского бренда.
17. Паттерн в системе идентичности потребительского бренда.
18. Знак в системе идентичности потребительского бренда.

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

**6.1. Текущий контроль**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | № блока (раздела) дисциплины | Форма текущего контроля |
| 1. | Брендинг в системе продвижения FMCG (Fast Moving Consumer Goods — товаров повседневного спроса) | Работа на практических занятиях |
| 2. | Бренд-стратегия в сфере продуктового маркетинга | Работа на практических занятиях |
| 3. | Ключевые этапы создания потребительского бренда | Работа на практических занятиях |
| 4. | Исследования в проектировании потребительского бренда | Работа на практических занятиях |
| 5. | Визуальная идентичность потребительского бренда: основы проектирования. | Работа на практических занятиях |
| 6. | Концепция в проектировании визуальной идентичности потребительского бренда | Работа на практических занятиях |
| 7. | Дизайн-система визуальной идентичности потребительского бренда: логотип, знак, цвет, шрифт, паттерн.  | Работа на практических занятиях |
| 8. | Guideline в системе продвижения FMCG: принципы проектирования и работа с документом | 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. | Брендинг: учебное пособие | Годин, А. М. | Москва : Дашков и К° | 2016 |  | <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899>  |
| 2 | Брендинг в обществе потребления | Е.С. Валевич, А.Н. Ильин | Омский государственный педагогический университет | 2015 |  | <https://cyberleninka.ru/article/n/brending-v-obschestve-potrebleniya/viewer>  |
| 3 | Торговая марка как стратегический инструмент конкурентоспособности | М.Д. Магомедов А.Р. Романова | Пищевая промышленность// Московский государственный университет пищевых производств, С. 28-29  | 2006№8 |  | <https://cyberleninka.ru/article/n/torgovaya-marka-kak-strategicheskiy-instrument-konkurentosposobnosti/viewer>  |
| 4 | Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие  | Шарков, Ф. И. | Москва: Дашков и К°, | 2022 |  | <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408> |
| 5 | Фирменный стиль или корпоративная идентификация: учебное  | Цыганков, В. А. | Москва : Сам Полиграфист | 2015 |  | <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488275>  |
| 6 | Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие  | Шарков, Ф. И. | Москва : Дашков и К° : Альтехсофт «Издательство Шаркова» | 2020 |  | <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684227>  |
| 7 | Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий: учебное пособие | Корякина, Г. М. | Липецк: Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского | 2018 |  | <https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=576869>  |
| 8 | Бренд-решения: учебное пособие | Зотов В. В. | М.: Евразийский открытый институт | 2011 |  | <http://biblioclub.ru> |
| 9 | Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера | Д. Айри. | СПб., Питер | 2011 |  | <http://biblioclub.ru> |
| 10 | История и теория дизайна: учебное пособие | Смирнова Л. Э. | Красноярск: Сибирский федеральный университет | 2014 |  | <http://biblioclub.ru> |

**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).