

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«21\_» 02 2023 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.11** Цифровая айдентика

Учебный план: 2023-2024 54.03.01 ИГД Дизайн цифровых медиа ОО №1-1-71.plx

Кафедра: **16** Дизайна рекламы

Направление подготовки:  
(специальность) 54.03.01 Дизайн

Профиль подготовки: Дизайн цифровых медиа  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактн ая работа	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Практ. занятия				
7	УП	68	49	27	4	Экзамен
	РПД	68	49	27	4	
Итого	УП	68	49	27	4	
	РПД	68	49	27	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1015

Составитель (и):

доктор искусствоведения, Профессор

\_\_\_\_\_

Дворко Нина Ивановна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой дизайна рекламы

\_\_\_\_\_

Сухарева Алина  
Михайловна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Сухарева Алина  
Михайловна

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области цифровой айдентики.

**1.2 Задачи дисциплины:**

- раскрыть основные понятия в сфере брендинга и айдентики, продемонстрировать роль цифрового брендинга в современной визуальной коммуникации;
- рассмотреть основные элементы цифровой айдентики; продемонстрировать лучшие мировые практики;
- познакомить студентов с методами и инструментами разработки айдентики цифровых продуктов.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Дизайн в цифровой среде
- Моушн-дизайн
- Коммуникационный дизайн
- UX/UI дизайн
- Типографика в дизайне
- Компьютерная графика и анимация

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-1: Способен осуществлять подготовку и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации для традиционных медиа и цифровой среды</b>
<b>Знать:</b> существующие подходы к поиску и анализу информации, необходимой для разработки цифровой айдентики.
<b>Уметь:</b> определять сроки разработки фирменного стиля цифрового продукта и согласовывать их с заказчиком.
<b>Владеть:</b> профессиональной терминологией в области фирменного стиля, цифровой айдентики.
<b>ПК-2: Способен осуществлять художественно-техническую разработку дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации для традиционных медиа и цифровой среды</b>
<b>Знать:</b> основные элементы цифровой айдентики как инструмента тиражирования образа бренда; базовые принципы для построения эффективной модели цифровой айдентики: универсальность, динамичность, мультиадаптивность, инфомасштабируемость.
<b>Уметь:</b> осуществлять проектирование как традиционной айдентики, так и динамичной айдентики, элементы которой способны адаптироваться под любую коммуникацию.
<b>Владеть:</b> навыками создания комплекса визуальных констант и дизайна носителей бренда, которые подчинены одному стилю и идее.
<b>ПК-3: Способен осуществлять проектирование пользовательского опыта и разработку графического дизайна интерфейсов мультимедийных, Web и мобильных приложений</b>
<b>Знать:</b> способы отражения ценностей цифрового бренда в дизайне интерфейса; ключевые элементы интерфейса эффективного бренда (простая навигация, доступность, отличительный внешний вид и ощущение знакомства).
<b>Уметь:</b> создавать отличительные, аутентичные и доступные интерфейсы для брендов.
<b>Владеть:</b> общим представлением о дизайн-системе и ее элементах.

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа	СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля	
		Пр. (часы)				
Раздел 1. Введение. Визуальная идентификация бренда в цифровой среде.	7				О,Пр	
Тема 1. Введение в дисциплину. Основные понятия и определения.		2	2	ГД		
Тема 2. Основные компоненты айдентики и ее функции. Свойства цифровой айдентики и ее отличие от традиционной. Цифровые носители айдентики.		4	2	ГД		
Тема 3. Анализ лучших примеров цифровой айдентики брендов		4	2	ГД	О,Д	
Раздел 2. Принципы и этапы разработки цифровой айдентики						
Тема 4. Характеристика основных этапов разработки цифровой айдентики.		2	2	ГД		
Тема 5. Принципы, методы и средства проектирования цифровой айдентики. Принципы проектирования эффективной цифровой айдентики. Методы и средства проектирования цифровой айдентики (на примере социальных сетей).		6	2	ГД		
Раздел 3. Дизайн-система и ее создание в Figma		7				Пр,ДЗ,П
Тема 6. Дизайн-система и ее значимость. Виды компонентов дизайн-системы. Этапы построения дизайн-системы: от сборки уже существующих паттернов до написания документации. Анализ примеров известных дизайн-систем.			8	8	ГД	
Тема 7. Дизайн-система в Figma и ее использование в работе над цифровым проектом. Создание цветовой палитры, типографики, сетки, теней, иконок и других компонентов для дизайн системы Figma.			14	10	ГД	
Тема 8. Редизайн сайта с использованием готовой дизайн-системы	12		9	ГД		
Раздел 4. Разработка динамического логотипа для цифрового продукта	7				ДЗ	
Тема 9. Предпроектное исследование. Изучение рынка, конкурентов бренда, исследование целевой аудитории. Сбор базы референсов. Отслеживание трендов дизайна. Анализ фирменного стиля цифрового продукта.		4	4	ГД		
Тема 10. Разработка концепции логотипа. Создание наброска. Воссоздание выбранной версии в цифровом формате.		4	4	ГД		

Тема 11. Создание анимации логотипа, созвучной с фирменным стилем бренда цифрового продукта. Размещение логотипа в цифровом продукте.		8	4	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		68	49		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5	24,5		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		70,5	73,5		

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-1	Раскрывает специфику предпроектных исследований, включая поиск и анализ информации, способствующей успешной разработке цифровой айдентики. Составляет календарный план разработки фирменного стиля цифрового продукта В обработке результатов предпроектного исследования использует профессиональную терминологию в области фирменного стиля	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание Практико-ориентированное задание
ПК-2	Рассматривает характерные черты основных элементов цифровой айдентики: логотипа, цветовой палитры, иконок, навигации, типографики и моушн-дизайна; анализирует принципы проектирования, методы и средства разработки айдентики веб- и мобильных приложений. Выполняет типовые задания по разработке элементов фирменного стиля для бумажных носителей и цифровой среды. Разрабатывает цифровой продукт, визуальный язык которого передает ценности бренда	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание Практико-ориентированное задание
ПК-3	Раскрывает важность отражения в интерфейсе цифрового продукта ключевых элементов бренда Создает пользовательский интерфейс цифрового продукта, улучшающий опыт взаимодействия бренда с потребителем. Анализирует дизайн-системы (опубликованные в открытом доступе) ведущих мировых брендов.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание Практико-ориентированное задание

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Критическое и разностороннее рассмотрение предложенного для переустройства проекта, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источником. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям, развернутый полный ответ на вопрос. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
4 (хорошо)	Задание выполнено в необходимой полноте и с требуемым качеством. Существуют незначительные ошибки; полный ответ на вопрос. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

3 (удовлетворительно)	Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. не полный ответ на вопрос Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
2 (неудовлетворительно)	Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы, ответ не точный, с ошибками. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	В чем разница между дизайн-системой и UI-kit?
2	Какие преимущества дают дизайн-системы?
3	Понятие "дизайн система". Основные элементы дизайн-системы.
4	Основные этапы разработки айдентики веб-приложения.
5	Какую роль в формировании айдентики веб-сайта играет цвет?
6	Гайдлайн и брендбук: в чем разница?
7	Что входит в понятия "малый фирменный стиль", "большой фирменный стиль"?
8	Специфика предпроектных исследований, проводимых с целью разработки цифровой айдентики.
9	Основные элементы цифровой айдентики
10	Понятия "айдентика", "цифровая айдентика".

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрено

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Анализ элементов айдентики брендов цифровых продуктов известных цифровых компаний.  
Разработка логотипа для цифрового продукта (веб-сайта, веб- или мобильного приложения).  
Редизайн сайта в программе Figma с использованием собственной дизайн-системы

## 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная  +

### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проводится в форме просмотра творческих заданий. Студенту задаются теоретические вопросы по пройденным учебным модулям, вопросы по выполненным творческим заданиям, в соответствии с показателями оценивания компетенций.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				

де, Чернатони, Малькольм, МакДональд, Ерёмин, Б. Л.	Брендинг. Как создать мощный бренд	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/71210.html">https://www.iprbooks.hop.ru/71210.html</a>
Курушин, В. Д.	Графический дизайн и реклама	Саратов: Профобразование	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/87990.html">http://www.iprbookshop.ru/87990.html</a>
Сайкин, Е. А.	Основы брендинга	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/91636.html">http://www.iprbookshop.ru/91636.html</a>
Дробо, Кевин, Орлова, Ю.	Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/82485.html">http://www.iprbookshop.ru/82485.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Грошев, И. В., Краснослободцев, А. А.	Системный бренд-менеджмент	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71225.html">http://www.iprbookshop.ru/71225.html</a>
де, Чернатони, Малькольм, МакДональд, Ерёмин, Б. Л.	Брендинг. Как создать мощный бренд	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71210.html">http://www.iprbookshop.ru/71210.html</a>

## 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>

## 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Figma  
 Adobe Photoshop  
 Adobe Illustrator  
 Adobe After Effects

## 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду