

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин
« 21 » 02 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.03 Разработка бренда и айдентики цифрового продукта

Учебный план: 2023-2024 54.04.01 ИГД Дизайн цифровых медиа ОО №2-1-73.plx

Кафедра: **16** Дизайна рекламы

Направление подготовки:
(специальность) 54.04.01 Дизайн

Профиль подготовки: Дизайн цифровых медиа
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
3	УП	17	34	56,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	
Итого	УП	17	34	56,75	0,25	3	
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1004

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: Формирование у студентов комплекса знаний, умений и навыков в области разработки бренда и айдентики цифрового продукта.

1.2 Задачи дисциплины:

- раскрыть основные понятия в сфере брендинга и айдентики, продемонстрировать роль цифрового брендинга в современной визуальной коммуникации;
- сформировать представление о специфике принципов, методов и средств брендинга в эпоху цифровых технологий;
- рассмотреть основные элементы цифровой айдентики; продемонстрировать лучшие мировые практики;
- познакомить студентов с методами и инструментами разработки бренда и 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 интерактивных цифровых медиа

Цифровые медиатеchnологии

Учебная практика (научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы))

Цвет в дизайне

Типографика в цифровой среде

Цифровой сторителлинг

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен проводить предпроектные дизайнерские исследования в сфере дизайна, технологий, культуры и искусства

Знать: методы проведения комплексных предпроектных исследований в области бренд-коммуникаций и идентификаций цифровых продуктов; технологии сбора и анализа информации о бренде для разработки проектного задания, методы анализа конкурентов и целевой аудитории.

Уметь: проводить исследование целевой аудитории, конкурентной среды, прорабатывать миссии, концепции и позиционирования нового бренда; проводить сравнительный анализ аналогов проектируемых объектов и систем бренд-идентификации и коммуникации; выявлять общие современные требования, предъявляемые к дизайн-проектированию объектов и систем бренд-идентификации и коммуникации.

Владеть: навыками оформления и предоставления результатов предпроектных исследований в области бренд-коммуникаций и идентификаций цифровых продуктов.

ПК-2: Способен осуществлять разработку и согласование с заказчиком проектного задания на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации для цифровой среды

Знать: типовые формы проектных заданий на создание объектов и систем бренд-дизайна и айдентики цифровых продуктов.

Уметь: составлять перечень основных критериев и качеств, которым должна соответствовать айдентика бренда, а также каждый из формирующих ее элементов в частности; формировать бриф на проектирование и разработку объектов и систем брендинга; использовать современные типовые формы создания брифов.

Владеть: приемами согласования с заказчиком проектного задания на создание объектов и систем бренд-идентификации и коммуникации.

ПК-3: Способен осуществлять концептуальную и художественно-техническую разработку дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации для цифровой среды

Знать: основные элементы цифровой айдентики в системе цифровых бренд-коммуникаций (логотип, палитра, паттерны, иконки, навигация, моушн-дизайн и др.); принципы проектирования цифровой айдентики; оптимальные методы и средства разработки айдентики.

Уметь: находить дизайнерские решения задач по проектированию динамичной системы элементов айдентики, способной адаптироваться под любую коммуникацию.

Владеть: основным инструментарием, необходимым для комплексной работы над цифровой айдентикой.

ПК-4: Способен осуществлять дизайн-проектирование мультимедийных, веб- и мобильных приложений, использующих повествовательную технику

Знать: основные константы фирменного стиля в дизайне веб-страниц, мобильных и веб-приложений; шаблонные дизайн-паттерны, ускоряющие работу.

Уметь: создавать дизайн-системы — выбирать единый стиль элементов интерфейса, типографические решения и названия.

Владеть: базовыми инструментами для создания дизайн-системы пользовательского интерфейса.

ПК-5: Способен осуществлять планирование работ по разработке объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации для цифровой среды

Знать: типовые этапы разработки бренда и айдентики цифрового продукта.

Уметь: определять порядок выполнения отдельных видов работ по разработке бренда и айдентики цифрового продукта.

Владеть: навыками планирования работ по разработке бренда и айдентики цифрового продукта.

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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Введение в дисциплину. Брендинг в эпоху цифровых технологий.	3					О,Пр
Тема 1. Введение в дисциплину. Основные понятия и определения. Цель, задачи и основные элементы брендинга. Функции бренда. Семинар: Виды брендов.		4	2	4	ГД	
Тема 2. Основные изменения в коммуникационном поле бренда и их влияние на систему идентификации бренда. История цифрового бренда. Семинар: Проблемы и перспективы развития интернет-брендинга.		2	2	2	ГД	
Тема 3. Три основных этапа создания цифрового бренда. Исследование. Позиционирование. Визуализация и айдентика. Семинар: Персональный брендинг с нуля.		2	2	2	ГД	
Раздел 2. Элементы цифровой айдентики в системе цифровых бренд-коммуникаций.						
Тема 4. Цифровая айдентика и ее отличие от традиционной. Цифровые носители айдентики. Семинар: Свойства цифровой айдентики.		2	4	4	ГД	О,ДЗ
Тема 5. Главные элементы системы цифровой айдентики. Практическое занятие: Анализ примеров айдентики брендов цифровых продуктов.		2	2	6	Т	
Раздел 3. Типовые этапы разработки айдентики бренда цифрового продукта.						
Тема 6. Характеристика основных этапов разработки цифровой айдентики.		3		4	Т	О,Д
Тема 7. Разработка динамического логотипа для цифрового продукта (веб-сайта, веб- или мобильного приложения). Анализ целевой аудитории. Сбор базы референсов. Отслеживание трендов дизайна. Анализ фирменного стиля цифрового продукта. Создание анимации логотипа, созвучной с фирменным стилем бренда цифрового продукта.			2	4	ГД	
Раздел 4. Принципы, методы и средства проектирования цифровой айдентики.						
Тема 8. Принципы проектирования эффективной цифровой айдентики.			2	4	Т	ДЗ
Тема 9. Методы и средства проектирования цифровой айдентики (на примере социальных сетей).			4	8	Т	
Раздел 5. Создание дизайн-системы с унифицированным набором правил и паттернов для пользовательского опыта и дизайна						Д,О

Тема 10. Дизайн-система и ее значимость. Виды компонентов дизайн-системы. Этапы построения дизайн-системы: от сборки уже существующих паттернов до написания документации. Практическое занятие: Анализ примеров известных дизайн-систем.	2	2	6	Т	
Тема 11. Работа с готовой дизайн-системой в процессе редизайна сайта. Создание ключевых элементов дизайн-системы в программе Figma.		12	12,75	Т	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	34	56,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине	51,25		56,75		

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	Анализирует методы предпроектных исследований с акцентом на анализ целевой аудитории, потребителей, а также креативных конкурентов. Собирает информацию о целевой аудитории, присутствии в рекламных каналах конкурентов; анализирует стратегии креативных конкурентов, проводит сравнительный анализ аналогов проектируемых объектов и систем бренд-идентификации и коммуникации. Оформляет результаты предпроектных исследований в области разработки цифрового бренда.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание Практико-ориентированное задание
ПК-2	Перечисляет и подробно анализирует основные пункты технического задания на разработку айдентики цифрового продукта. Формирует бриф на проектирование и разработку динамического логотипа цифрового продукта, используя современные типовые формы создания брифов. Согласует с заказчиком проектное задание на разработку динамического логотипа цифрового продукта.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание Практико-ориентированное задание
ПК-3	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. Проектирует динамичные элементы айдентики бренда цифрового продукта. Использует разнообразные инструменты разработки цифровой айдентики.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание Практико-ориентированное задание
ПК-4	Раскрывает понятия "фирменный стиль" и "дизайн-система" в контексте дизайна веб-сайтов, веб- и мобильных приложений. Создает дизайн-систему (единый стиль элементов интерфейса, типографические решения и названия) персонального онлайн-продукта. Использует современный инструментарий для создания дизайн-системы пользовательского интерфейса	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание Практико-ориентированное задание
ПК-5	Перечисляет и подробно рассматривает основные этапы разработки бренда и айдентики веб-сайта, веб- и мобильного приложения. Устанавливает и придерживается определенного порядка выполнения комплекса работ по разработке айдентики цифрового	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание

	продукта. Выстраивает эффективную работу над проектом, выполняемым в рамках практического задания, в соответствии с разработанным планом.	Практико-ориентированное задание
--	--	----------------------------------

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся своевременно выполнил практико-ориентированные задания в соответствии с требованиями, возможно допуская несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Не зачтено	Обучающийся не выполнил (выполнил частично) практико-ориентированные задания, допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. 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 3	
1	Существующие подходы к определению термина «бренд»
2	Основные функции бренда
3	Понятие "цифровой брендинг". Типы цифрового брендинга
4	Этапы разработки бренд-коммуникации.
5	Элементы идентификации бренда.
6	Понятия "айдентика", "цифровая айдентика".
7	Основные элементы цифровой айдентики,
8	Что вкладывается в понятие "язык бренда"?
9	Какую роль в формировании айдентики веб-сайта играет цвет?
10	Основные этапы разработки айдентики веб-приложения.
11	Понятие "дизайн система". Основные элементы дизайн-системы.
12	Какие преимущества дают дизайн-системы?
13	Вербальная айдентика
14	Существующие подходы к определению термина «бренд»
15	Основные функции бренда
16	Понятие "цифровой брендинг". Типы цифрового брендинга
17	Этапы разработки бренд-коммуникации.
18	Элементы идентификации бренда.
19	Понятия "айдентика", "цифровая айдентика".
20	Основные элементы цифровой айдентики,
21	Что вкладывается в понятие "язык бренда"?
22	Какую роль в формировании айдентики веб-сайта играет цвет?
23	Основные этапы разработки айдентики веб-приложения.
24	Понятие "дизайн система". Основные элементы дизайн-системы.
25	Какие преимущества дают дизайн-системы?
26	Вербальная 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.

Анимация логотипа для цифрового продукта (веб-сайта, веб- или мобильного приложения).

Создание в программе Figma ключевых элементов дизайн-системы пользовательского интерфейса веб-сайта.

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

Зачет 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
6.1.1 Основная учебная литература				
де, Чернатони, Малькольм, МакДональд, Ерёмин, Б. Л.	Брендинг. Как создать мощный бренд	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	https://www.iprbookshop.ru/71210.html
Дробо, Кевин, Орлова, Ю.	Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	http://www.iprbookshop.ru/82485.html
Сайкин, Е. А.	Основы брендинга	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2016	http://www.iprbookshop.ru/91636.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
де, Чернатони, Малькольм, МакДональд, Ерёмин, Б. Л.	Брендинг. Как создать мощный бренд	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71210.html
Грошев, И. В., Краснослободцев, А. А.	Системный бренд-менеджмент	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71225.html

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

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows
Adobe Premiere Pro
Adobe Photoshop
Adobe InDesign
Adobe After Effects
Figma
Adobe XD

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