

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.11 Цифровая айдентика

Учебный план: 2025-2026 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)		Контактная Практ. занятия	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
7	УП	64	53	27	4	Экзамен
	РПД	64	53	27	4	
Итого	УП	64	53	27	4	
	РПД	64	53	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:

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

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
Знать: существующие подходы к поиску и анализу информации, необходимой для разработки цифровой айдентики.
Уметь: определять сроки разработки фирменного стиля цифрового продукта и согласовывать их с заказчиком.
Владеть: профессиональной терминологией в области фирменного стиля, цифровой айдентики.
ПК-2: Способен осуществлять художественно-техническую разработку дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации для традиционных медиа и цифровой среды
Знать: основные элементы цифровой айдентики как инструмента тиражирования образа бренда; базовые принципы для построения эффективной модели цифровой айдентики: универсальность, динамичность, мультиадаптивность, инфомасштабируемость.
Уметь: осуществлять проектирование как традиционной айдентики, так и динамичной айдентики, элементы которой способны адаптироваться под любую коммуникацию.
Владеть: навыками создания комплекса визуальных констант и дизайна носителей бренда, которые подчинены одному стилю и идее.
ПК-3: Способен осуществлять проектирование пользовательского опыта и разработку графического дизайна интерфейсов мультимедийных, Web и мобильных приложений
Знать: способы отражения ценностей цифрового бренда в дизайне интерфейса; ключевые элементы интерфейса эффективного бренда (простая навигация, доступность, отличительный внешний вид и ощущение знакомства).
Уметь: создавать отличительные, аутентичные и доступные интерфейсы для брендов.
Владеть: 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)	Контакт ная 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	
Раздел 2. Принципы и этапы разработки цифровой айдентики					О,Д
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					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					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.		4	8	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		64	53		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5	24,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		66,5	77,5		

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	Понятия "айдентика", "цифровая айдентика".
2	Основные элементы цифровой айдентики
3	Специфика предпроектных исследований, проводимых с целью разработки цифровой айдентики.
4	Что входит в понятия "малый фирменный стиль", "большой фирменный стиль"?
5	Гайдлайн и бренбук: в чем разница?
6	Какую роль в формировании айдентики веб-сайта играет цвет?
7	Основные этапы разработки айдентики веб-приложения.
8	Понятие "дизайн система". Основные элементы дизайн-системы.
9	Какие преимущества дают дизайн-системы?
10	В чем разница между дизайн-системой и UI-kit?

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
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
Курушин, В. Д.	Графический дизайн и реклама	Саратов: Профобразование	2019	http://www.iprbookshop.ru/87990.html
Сайкин, Е. А.	Основы брендинга	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2016	http://www.iprbookshop.ru/91636.html
Дробо, Кевин, Орлова, Ю.	Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	http://www.iprbookshop.ru/82485.html

6.1.2 Дополнительная учебная литература

Грошев, И. В., Краснослободцев, А. А.	Системный бренд-менеджмент	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71225.html
де, Чернатони, Малькольм, МакДональд, Ерёмин, Б. Л.	Брендинг. Как создать мощный бренд	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71210.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

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