

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»  
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР  
\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.03** Разработка бренда и айдентики цифрового продукта

Учебный план: 2025-2026 54.04.01 ИГД Дизайн цифровых медиа ОО №2-1-73plx

Кафедра: 16 Дизайна рекламы

Направление подготовки:  
(специальность) 54.04.01 Дизайн

Профиль подготовки:  
(специализация) Дизайн цифровых медиа

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	16	32	59,75	0,25	3	Зачет
	РПД	16	32	59,75	0,25	3	
Итого	УП	16	32	59,75	0,25	3	
	РПД	16	32	59,75	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:

---

# 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 медиатехнологии

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					
Тема 1. Введение в дисциплину. Основные понятия и определения. Цель, задачи и основные элементы брендинга. Функции бренда. Семинар: Виды брендов.		3	2	5	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-брэндинга.		2	2	2	ГД	О,Пр
Тема 3. Три основных этапа создания цифрового бренда. Исследование. Позиционирование. Визуализация и айдентика. Семинар: Персональный брандинг 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	3	5	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	
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,озвучной с фирменным стилем бренда цифрового продукта.				2	4	О,д
Раздел 4. Принципы, методы и средства проектирования цифровой айдентики.	дз					
Тема 8. Принципы проектирования эффективной цифровой айдентики.		2	4		Т	
Тема 9. Методы и средства проектирования цифровой айдентики (на примере социальных сетей).		3	9		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	T	
Тема 11. Работа с готовой дизайн-системой в процессе редизайна сайта. Создание ключевых элементов дизайн-системы в программе Figma.			12	12,75	T	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		16	32	59,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)			0,25			
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>			48,25	59,75		

#### 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 макет-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 (единий 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	Верbalная 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	Верbalная 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
<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.iprbookshop.ru/71210.html">https://www.iprbookshop.ru/71210.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>
Сайкин, Е. А.	Основы брандинга	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/91636.html">http://www.iprbookshop.ru/91636.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
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>
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>

### **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