

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

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.О.24 Фирменный стиль и основы дизайна

Учебный план: ФГОС3++b420301-3 26-14.plx

Кафедра: 33 Промышленного дизайна и медиатехнологий

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация) Пиар и управление бизнесом

Уровень образования: бакалавриат

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				
4	УП	17	34	92,75	0,25	4	Зачет, Курсовой проект
	РПД	17	34	92,75	0,25	4	
Итого	УП	17	34	92,75	0,25	4	
	РПД	17	34	92,75	0,25	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

заведующий кафедрой

Ильина О.В

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой промышленного дизайна и
медиатехнологий

Ильина О.В.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Лосева О.С.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать теоретические представления о понятии «фирменный стиль» и практическое умение разработки фирменного стиля с применением навыков использования существующих элементов графического дизайна.

1.2 Задачи дисциплины:

Ознакомить с многообразием методов и приемов мирового дизайна, особенностями дизайнерской мысли;

Дать особенности и основные критерии дизайна;

Обучить методическим приемам стимулирования образного мышления и использованию множественности творческих идей;

Дать четкие представления о понятиях «художественный образ», «проектный образ»;

Развить умение работать со сложными информационными объектами;

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Знать: теоретические основы визуального дизайна и ключевые этапы проектирования в дизайне
Уметь: в разрабатываемых проектах направлять взгляд и эмоции зрителя при помощи изобразительных средств
Владеть: навыками и практическими приемами работы с цветом, композицией различного уровня сложности для выполнения профессиональных работ

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Фирменный стиль	4				С,К
Тема 1. Фирменный стиль и корпоративная айдентика: определения, общая характеристика, основные термины и понятия, компоненты. Стилизация как инструмент формирования логотипа/знака компании. Общие принципы стилизации. История развития фирменного стиля. Основные виды элементов фирменного стиля. Теоретические основы создания единого фирменного стиля. понятие о брендбуке и фирменном стиле		2	4	10	
Тема 2. Анализ мировых образцов элементов фирменного стиля. Технологические этапы создания логотипа		1	2	10	
Тема 3. Определение оптимальной цветовой гаммы для всех элементов фирменного стиля		2	4	10	
Тема 4. Разработка единой графической схемы базового пакета. Разработка единой графической схемы в рекламной и сувенирной продукции согласно разработанному фирменному стилю		2	4	10	
Тема 5. Брендбук и гайдлайн: руководства по использованию основных элементов и носителей фирменного стиля. Основные отличия. Принципы формирования и применения. Внешние и внутренние носители бренда		2	4	10	
Раздел 2. Теория дизайна					С,К
Тема 6. Теория дизайна. Понятие дизайна. Рассматриваются виды дизайна, базовые компоненты. Предмет дизайна, объект дизайна, основные категории дизайна: Образ Функция Морфология Технологическая форма Эстетическая ценность Функция Морфология Технологическая форма Эстетическая ценность.		2	4	10	

Тема 7. Предпроектный анализ в дизайне . Основные законы композиции: цельность и единство, равновесие, соподчинение. Создание графореферата на заданную тему. Предпроектный анализ как неотъемлемый компонент алгоритма проектирования. Составление аналитической записки по представленным примерам по пунктам: целостность и единство равновесие соподчинение композиционный центр		2	4	10	
Тема 8. Основные художественные средства в дизайне. Использование композиционных средств - специальные выразительные средства: точка, линия, штриховка (штрих), пятно (тональное и цветное), светотень, линейная, воздушная перспектива, цвет, контраст, нюанс, тождества, симметрия, ассиметрия, ритм, модуль, пропорциональность, масштабность.		2	4	10	
Тема 9. Шрифтовая композиция . Историография шрифта. Типология шрифтовых групп. Влияние современных тенденций на форму символов шрифта. Классификация шрифтов. Базовые элементы шрифта. Построение букв. Внутренние взаимоотношения между элементами гарнитуры. Форма и пространство: визуальное разделение символов шрифта. Анализ шрифтовых групп и элементов шрифта. Конструкция буквы. Принципы типографики. Основные шрифтовые закономерности. Пропорциональность прописных и строчных букв. Размеры элементов буквы и межбуквенный просвет. Интерлиньяж. Визуальные вариации. Визуализация значения слов посредством графики, раскрытие их эмоционального и смыслового содержания. Композиционные приёмы. Шрифт в пространстве. Основы авторского построения шрифта. Диапазоны влияния шрифтовых групп. Основные и дополнительные шрифты. Проблемы отображения шрифтовой информации в различных средах.		2	4	12,75	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	92,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет, Курсовой проект)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		51,25		92,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта): Цель курсового проекта-создание фирменного стиля для образовательной организации

Задачи: обзор и анализ аналогов, разработка 30х эскизных вариантов логотипа, разработка элементов фирменного стиля

4.2 Тематика курсовой работы (проекта): Разработать фирменный стиль для одного из институтов ВШТЭ по выбору (ИУиЭ, ИТ, ИЭиА, ИЗВО)

Объединить единым графическим образом направления подготовки, входящие в состав ВШТЭ. Для каждого направления в структуре основного логотипа, как вариант, может быть предусмотрен свой взаимозаменяемый элемент. Или сам логотип может состоять из 4-х разных графических элементов

соответствующих каждому направлению подготовки.

Миссия: Популяризировать и выделить отделение в структуре университета.

Целевая аудитория: Абитуриенты и студенты.

Новый фирменный стиль должен быть ярким, смелым, динамичным, современным. Товарный знак (логотип), слоган, должны быть подобраны

фирменные шрифты и цвета, разработаны визитная карточка,

благодарственное письмо и шаблон для презентации проектных решений студентов на форматах А3.

Основной составляющей логотипа должна быть эмблема, а название отделения в развернутом виде должно лишь дополняет её.

4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):

Состав проекта:

1. Отчет (предоставляется в распечатанном виде)

2. Графическая часть (презентация в формате PowerPoint)

Объем отчета должен быть достаточным для раскрытия темы. Плагиат не более 15 %. Ниже приводится

структура отчета:

Титульный лист

Содержание

Введение

Основная часть

Заключение

Список используемой литературы и источников

Приложение.

Введение должно содержать оценку современного состояния исследуемой темы и исходные данные для ее разработки. Основная часть должна содержать:

1 Раздел с научно-теоретической составляющей. Пример названия этого раздела: «Фирменный стиль, основные элементы и характерные особенности».

Основные подразделы:

1.1 Структура и понятие фирменного стиля

1.2 Стили и тренды в дизайне логотипов

1.3 Обзор и анализ аналогов (поиск картинок, отражающих предполагаемую форму, стилистику или цветовое решение будущего проекта + описание, того как представленный материал можно адаптировать к теме творческого проекта). Каждое изображение должно быть подписано, с указанием автора или компании.

2 Раздел с практической составляющей (эскизы, проработка идеи: работа с цветом, стилем, текстом и т.д)

Пример названия этого раздела: «Разработка

фирменного стиля для образовательной организации». Основные подразделы:

2.1 Эскизирование (поиск, анализ и выбор наиболее перспективного варианта). В данном разделе представляется не менее 3-х принципиально разных

вариантов логотипа в цвете (желательно в графическом редакторе).

2.2 Проработка идеи (выбранный вариант эскизного решения следует доработать как минимум в виде трех предложений в рамках каждого подраздела):

2.2.1 Работа со стилем и техникой (не менее 3-х вариантов)

2.2.2 Работа со шрифтами (не менее 3-х вариантов подбора шрифтов и шрифтовых композиций)

2.2.3 Работа с цветом (не менее 3-х вариантов цветового решения) Каждый подраздел сопровождается обоснованием выбранного варианта решения.

2.3 Разработка элементов фирменного стиля. В конце каждого раздела и подраздела должен присутствовать небольшой вывод, т.е. почему из множества предложенных шрифтов, цветов, стилей остановились именно на этом варианте.

Заключение приводят краткие выводы по результатам проведенной исследовательской работы или ее этапов, оценка соответствия этих результатов

требованиям задания (симметрично введению).

Приложение. В натуральном масштабе в цвете распечатываются визитная карточка, благодарственное письмо.

2. ГРАФИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Тема творческого проекта предоставляется в виде презентации в формате PowerPoint. Разделы презентации соответствуют основной части отчета. Шаблон

презентации должен соответствовать общей стилистике проекта. Время защиты 5-7 мин.

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ

6.1 Показатели оценивания

ОБУЧЕНИЯ

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ОПК-6	называет современные методы проектирования в дизайне; демонстрирует навыки разработки и создания продуктов при помощи различных визуальных инструментов для определенной целевой аудитории; проводит анализ

получаемой при постановке задачи информации и презентацию готового дизайнерского решения.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)		Работа выполнена самостоятельно (соответствие оригинальности, данные Антиплагиата), носит творческий характер. Собран, обобщен и проанализирован достаточный объем источников. При написании и защите работы продемонстрирован высокий уровень развития компетенций, теоретические знания и наличие практических навыков. Работа своевременно представлена на кафедру, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и оформлению. На защите освещены все вопросы исследования, ответы на вопросы профессионально грамотны, исчерпывающие, результаты исследования наглядно отражены в презентации.
4 (хорошо)		Тема работы раскрыта, однако выводы и рекомендации не всегда имеют практической значимости, есть неточности при освещении отдельных вопросов темы. Собран, обобщен и проанализирован необходимый объем источников. Работа своевременно представлена на кафедру, есть отдельные недостатки в ее оформлении; в процессе защиты работы были неполные ответы на вопросы. Результаты исследования наглядно отражены в презентации.
3 (удовлетворительно)		Тема работы раскрыта частично, допущено поверхностное изложение отдельных вопросов темы. В работе недостаточно полно были использованы источники, выводы и практические рекомендации не отражали в достаточной степени содержание работы. При написании и защите работы продемонстрирован поверхностный уровень теоретических знаний. Работа своевременно представлена на кафедру, есть недостатки в ее оформлении. В процессе защиты недостаточно полно изложил основные положения работы, испытывал затруднения при ответах на вопросы. Недостаточная наглядность представленного материала в презентации.
2 (неудовлетворительно)		Содержание работы не раскрывает тему, вопросы изложены поверхностно, нет анализа материала, основные положения и рекомендации не имеют обоснования. При написании и защите работы продемонстрирован неудовлетворительный уровень компетенций. Работа несвоевременно представлена на кафедру, оформление работы не соответствует

		предъявляемым требованиям. На защите показал поверхностные знания по исследуемой теме, не отвечал на вопросы; небрежное оформление презентации и/или ее отсутствие.
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ на вопрос. Обучающийся своевременно готовился к практическим занятиям и активно участвовал в них. В рамках выполняемых заданий допускает незначительные ошибки и корректно находит путь их устранения.	
Не зачтено	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных положений дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Непонимание заданного вопроса. Отсутствие понимания даже отдельных проблем дисциплины. Небрежное выполнение и/или не выполнение практической работы. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 4	
1	Дайте определение понятию логотип
2	Какие существуют виды логотипов?
3	Что такое фирменный стиль, каковы его функции и основные элементы?
4	Что входит в основной пакет фирменного стиля?
5	Что входит в дополнительный пакет фирменного стиля?
6	Назовите основные стилеобразующие элементы фирменного стиля
7	Назовите основные формообразующие элементы фирменного стиля
8	Что такое фирменный цвет?
9	Что такое фирменный шрифт?
10	Какие виды шрифтов вам известны?
11	Что такое типографика и в чем ее функции?
12	Что такое модульная сетка и в чем ее функции?
13	Что такое конструктивная схема и в чем ее функции?
14	Опишите особенности дизайна для крупного и мелкого масштаба
15	Какие цветовые модели вам известны?
16	. Назовите основные форматы изображения и приведите примеры их использования
17	Что такое экспликация?
18	Что такое брендбук и в чем его функция?
19	Назовите основные разделы брендбука
20	Какие школы графического дизайна вам известны, и в чем их особенности?
21	Что такое дизайн концепции?
22	Опишите этапы создания дизайна концепции?
23	Что такое полилоготип?
24	Что такое эмблема?
25	Что такое защитное поле знака?
26	В чем отличие бренда от айдентики?

27	Каковы особенности нанесения изображения на сувенирную продукцию?
28	Назовите основные методики дизайн-проектирования

6.3.2 Типовые тестовые задания

Что такое фирменный стиль?

- а) Уникальный дизайн товаров и услуг.
- б) Система визуальных и текстовых элементов, характеризующая компанию.
- с) Способность компании продавать свои товары.

Какой из перечисленных элементов НЕ является частью фирменного стиля?

- а) Логотип.
- б) Шрифт.
- с) Цена товара.

Какой из следующих цветов чаще всего используется для передачи надежности и профессионализма в фирменном стиле?

- а) Красный.
- б) Синий.
- с) Желтый.

Какой фактор важен при разработке логотипа?

- а) Сложность дизайна.
- б) Уникальность и запоминаемость.
- с) Количество используемых цветов.

Что представляет собой графический элемент фирменного стиля?

- а) Эталонный документ.
- б) Уникальный визуальный элемент, отражающий суть компании.
- с) Инструкция по использованию логотипа.

Какая из следующих характеристик ЯВЛЯЕТСЯ важным аспектом фирменного стиля?

- а) Непредсказуемость.
- б) Консистентность.
- с) Наличие максимального количества цветов.

Что такое типографика?

- а) Область дизайна, посвященная использованию изображений.
- б) Искусство оформления текста, включая выбор шрифтов, размеров и расположение.
- с) Процесс создания анимационных элементов.

Какой из нижеперечисленных элементов не является частью фирменного стиля?

- а) Логотип.
- б) Торговый знак.
- с) Цвет фасада офиса.

Какие аспекты обычно включаются в фирменный стиль?

- а) Только визуальные элементы.
- б) Визуальные, текстовые и звуковые элементы.
- с) Только текстовые элементы.

Для чего используется фирменный стиль?

- а) Для создания путаницы среди потребителей.
- б) Для выделения компании на фоне конкурентов и укрепления узнаваемости бренда.
- с) Для уменьшения продаж.

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Кейс 1

Характеристика визуальных идентификаторов.

(материал может быть предоставлен или можно пользоваться своими материалами).

Задание

Рассмотрите 3-4 товарных знака (российских организаций, учреждений, фирм). Проанализируйте знаки с точки зрения их типологии и композиционной структуры, а так же их восприятие и позиционирование их и товаров на рынке. Сделайте вывод.

Кейс 2

Коммуникативные качества упаковки (материал может быть предоставлен или можно пользоваться своими материалами).

Задание

Рассмотрите 5-6 образца упаковки.

Определите наиболее удачные, проанализируйте соответствие текста и визуальной информации, дизайнерское решение, полиграфическое исполнение. Проведите сравнительный анализ в подаче визуальных идентификаторов.

Сделайте вывод (ы) о коммуникативных качествах упаковок и сформулируйте возможные рекомендации по редактированию материалов.

Кейс 3

Рассмотрите 5-6 образцов рекламно-информационных материалов.

Определите наиболее удачные, проанализируйте соответствие текста и визуальной информации, дизайнерское решение, полиграфическое исполнение. Проведите сравнительный анализ в выборе шрифтовых

гарнитур и оцените их эффективность.

Сформулируйте возможные рекомендации по редактированию материалов.

Задание 4. Провести ребрендинг логотипов различных компаний на основе маркетингового исследования и презентовать их. Показать вариативность применения элементов фирменного стиля на различных продуктах.

Результатом работы являются подготовленные файлы к печати и публикации, файл с презентацией

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 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»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☐ + Письменная ☐ + Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Особенности проведения зачета заключаются в проведении устного собеседования по одному из теоретических вопросов (на подготовку 20 минут), и выполнении практико-ориентированного задания на компьютере. На выполнение практико-ориентированного задания выделяется 60 минут.

Пользоваться справочными материалами, конспектами лекций, сетью Интернет и нейросетью на зачете запрещается.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Ковалёв, А. А., Лойко, Г. В.	Композиция	Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО)	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/125407.html
Никульшина Л. В., Шабловский В. Г.	Проектирование. Фирменный стиль	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2016	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3622
Луптон Э., Филлипс Дж.	Графический дизайн. Базовые концепции	Санкт-Петербург: Питер	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=363748
О. В. Ильина	Основы теории и методология дизайн-проектирования: Практикум	М-во науки и высшего образования РФ, С.-Петербург, гос. ун-т пром. технологий и дизайна, Высш. шк. технологии и энергетики. - Санкт-Петербург: ВШТЭ СПбГУПТД	2022	http://nizrp.narod.ru/metod/kpromdes/1661971636.pdf
Матросова, И. Г., Пунтус, Е. Ю.	Шрифт	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/103341.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Епифанова, А. Г.	История графического дизайна и рекламы	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2023	https://www.iprbooks.hop.ru/123351.html

Шелестовская, В. А., Елисеенков, Г. С.	Стили в графическом дизайне	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2022	https://www.iprbooks hop.ru/127832.html
Эйри Д.	Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. 2-е изд.	Санкт-Петербург: Питер	2016	https://ibooks.ru/rea ding.php? short=1&productid= 363746
Костина, Н. Г., Баранец, С. Ю.	Фирменный стиль и дизайн	Кемерово: Кемеровский технологический институт пищевой промышленности	2014	https://www.iprbooks hop.ru/61285.html
Казарина, Т. Ю., Казарина, Т. Ю.	Композиция	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2019	https://www.iprbooks hop.ru/95557.html
Шимолин, В. И.	Фотокомпозиция	Минск: Вышэйшая школа	2021	https://www.iprbooks hop.ru/120092.html
Тюрин, В. В.	Шрифтовая каллиграфия в графическом дизайне	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2023	https://www.iprbooks hop.ru/127717.html
Еркович, В. В.	Проектирование в дизайне	Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО)	2022	https://www.iprbooks hop.ru/125422.html
Чуйко, Л. В., Машанов, А. Н.	Шрифт: история развития от древнейших времен до XX века	Омск: Омский государственный технический университет	2021	https://www.iprbooks hop.ru/124897.html
Жердев, Е. В., Чепурова, О. Б., Шлеюк, С. Г., Мазурина, Т. А.	Формальная композиция. Творческие задания по основам дизайна	Саратов: Профобразование	2020	https://www.iprbooks hop.ru/92197.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Поиск по изображениям, по арт и дизайн ориентированным сайтам www.niice.co.
2. Полезный инструмент для графического проектирования www.pinterest.com
3. Инструмент для подбора цветовых схем color.adobe.com/ru/
4. Лекции от специалистов в своих областях, в том числе арт и дизайн www.ted.com
5. Портфолио профессионалов и коллекции из различных областей дизайна www.be.net
6. Интернет-журнал по дизайну www.awdee.ru

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8
AutoCADDesign
MicrosoftOfficeProfessional 2013
CorelDrawGraphicsSuite X7
PTC Mathcad 15
Microsoft: WIN HOME 10 Russian OLPNL AcademicEdition Legalization GetGenuine
Microsoft: Windows Professional 10 Russian Upgrade OLPNL AcademicEdition

7.4 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
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска