

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Финк Анастасия Федоровна  
 Должность: Проректор по учебной работе  
 Дата подписания: 30.06.2026 15:34:26  
 Уникальный программный ключ:  
 2431bd5130e74d20a9fc74baab365dd497e3afa3

ЧОУ ВО «Тольяттинская академия управления»

Кафедра

дизайна



Б1.В.ДВ.06.02

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

|                                  |                              |
|----------------------------------|------------------------------|
| Учебная дисциплина               | Технологии дизайна. Брендинг |
| По направлению подготовки        | 54.03.01 «Дизайн»            |
| Профиль (программа бакалавриата) | Графический дизайн           |
| Форма обучения                   | Очно-заочная                 |

Программа дисциплины рассмотрена (актуализирована) и утверждена на заседании кафедры дизайна

Протокол заседания № 10 от «8» июня 2026 г.

Заведующий кафедрой Вишневская Елена Владимировна

## 1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Рабочая программа дисциплины «Технологии дизайна. Брендинг» составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 13.08.2020 №1015, (с изменениями и дополнениями), и учебного плана направления подготовки 54.03.01 «Дизайн», профиль (программа бакалавриата) «Графический дизайн».

Трудоемкость дисциплины: 5 ЗЕТ / 180 академических часов, в том числе: 28 часов контактной работы и 116 часов самостоятельной работы обучающихся.

**Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану):**

| Вид учебной работы                     |                  | Количество часов        |          |   |   |   |   |   |   |            |   |
|----------------------------------------|------------------|-------------------------|----------|---|---|---|---|---|---|------------|---|
|                                        |                  | Всего по учебному плану | Семестры |   |   |   |   |   |   |            |   |
|                                        |                  |                         | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8          | 9 |
| <b>Контактная работа (всего):</b>      |                  | <b>28</b>               |          |   |   |   |   |   |   | 28         |   |
| в том числе:                           |                  |                         |          |   |   |   |   |   |   |            |   |
| Лекции                                 |                  | <b>4</b>                |          |   |   |   |   |   |   | 4          |   |
| Практические занятия                   |                  | <b>16</b>               |          |   |   |   |   |   |   | 16         |   |
| Контроль самостоятельной работы (КСР)  |                  | <b>8</b>                |          |   |   |   |   |   |   | 8          |   |
| <b>Самостоятельная работа (всего):</b> |                  | <b>116</b>              |          |   |   |   |   |   |   | 116        |   |
| в том числе курсовая работа            |                  |                         |          |   |   |   |   |   |   |            |   |
| <b>Виды промежуточной аттестации</b>   |                  | <b>Экзамен 36</b>       |          |   |   |   |   |   |   | Экзамен 36 |   |
| <b>ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины:</b>  | <b>Часы:</b>     | <b>180</b>              |          |   |   |   |   |   |   | 180        |   |
|                                        | <b>Зач. ед.:</b> | <b>5</b>                |          |   |   |   |   |   |   | 5          |   |

## 2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины** – сформировать компетенции обучающегося в области проектирования брендинга.

**Задачи дисциплины:**

Рассмотреть способы и места работы над поиском концепций проектных идей в рамках пирамиды бренда.

Раскрыть возможности своих предложений при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи в рамках стратегии проектирования бренда.

Продемонстрировать системный подход при разработке проектной идеи, основываясь на задачах своей профессиональной сферы деятельности.

### **3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ**

Учебная дисциплина «Технологии дизайна. Брендинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Дисциплины (модули) по выбору (ДВ.6). Изучение данной дисциплины базируется на материале, изученном в дисциплинах «Компьютерные технологии в дизайне», «Фирменный стиль».

Знания, умения и навыки, приобретённые в результате изучения данной дисциплины, будут необходимы для прохождения учебной и производственной практики, для выполнения выпускной квалификационной работы.

### **4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Результаты освоения образовательной программы (компетенции обучающихся) устанавливаются в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки и профессиональными стандартами, соответствующими профессиональной деятельности выпускников, а также на основе анализа требований работодателей, предъявляемых к выпускникам. Планируемые результаты освоения дисциплины (знания, умения, навыки) соотносятся с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, что обеспечивает формирование у обучающихся запланированных результатов освоения образовательной программы.

| <b>Шифр и название компетенции</b> | <b>Индикаторы компетенции</b> | <b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b> |
|------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------|
|------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>ПК-3</b></p> <p>Способен осуществлять выбор показателей для разработки и изготовления авторского проекта</p>                                            | <p><b>ПК-3.2</b></p> <p>Осуществляет обоснование методов проектирования авторского объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации для дальнейшего изготовления, в том числе с использованием цифровых технологий</p> | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- требования к графическим редакторам для проектирования компьютерной графики;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять развитие информационных технологий с точки зрения актуальности и значимости для практической деятельности;</li> <li>- определять перспективные графические редакторы для изучения и использования их для решения профессиональных задач;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы в современных графических редакторах для создания и реализации проектов компьютерной графики.</li> </ul>                                                              |
| <p><b>ПК-4</b></p> <p>Способен управлять процессами разработки дизайн-проекта на основе новых достижений информационных технологий и компьютерной графики</p> | <p><b>ПК-4.1</b></p> <p>Применяет методы и формы контроля соблюдения технологической цепочки воплощения творческого замысла дизайн-проекта</p>                                                                                    | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии создания дизайн-проекта;</li> <li>- программное обеспечение для моделирования визуальных эффектов в компьютерной графике;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять инструментарий специализированного программного обеспечения, используемый для разработки художественно-технического решения в процессе создания визуальных эффектов в компьютерной графике;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками использования программного обеспечения для разработки художественно-технического решения в процессе создания визуальных эффектов в компьютерной графике</li> </ul> |

|                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                | <p><b>ПК-4.2</b></p> <p>Обеспечивает координацию процессами разработки художественно-технологических решений в процессе создания объектов дизайна</p> | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- производственные этапы создания визуальных эффектов в компьютерной графике;</li> <li>- основы создания и корректировки рендера, композиции;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбирать и обосновывать способы оптимизации работ в рамках отдельных этапов технологической цепочки производства визуальных эффектов в компьютерной графике;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки художественно-технического решения в процессе создания визуальных эффектов в компьютерной графике</li> </ul> |
| <p><b>ПК-5</b></p> <p>Способен Внедрять новые технологические решения в процессе разработки дизайн-проекта</p> | <p><b>ПК-5.1</b></p> <p>Применяет современные технологии в процессе разработки дизайн-проекта, в том числе в цифровой среде</p>                       | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- требования к современным графическим редакторам для реализации и создания документации по дизайн-проектам;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять актуальность и значимость цифровых технологий для практической деятельности;</li> <li>- определять перспективные графические редакторы для изучения и использования их для решения профессиональных задач;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы в современных цифровых и мобильных технологиях</li> </ul>                                |

## 5. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Семестр изучения: 8

| Подраздел, тема                                                                                                                          | Виды учебной работы            |                             |     |                        |                                                                                                                                | Промеж<br>уточная<br>аттеста<br>ция<br>в часах | Форма<br>текущего<br>контроля          | Формир<br>уемые<br>компете<br>нции |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|-----|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|------------------------------------|
|                                                                                                                                          | Контактная работа<br>(в часах) |                             |     | Самостоятельная работа |                                                                                                                                |                                                |                                        |                                    |
|                                                                                                                                          | Лек<br>ции                     | Практичес<br>кие<br>занятия | КСР | в<br>часах             | формы организации самостоятельной<br>работы                                                                                    |                                                |                                        |                                    |
| Тема 1. Сущность<br>брендинга и<br>изменение его роли в<br>современных<br>организациях.<br>Торговая марка и<br>бренд: общее и<br>отличия | 2                              | 2                           |     | 4                      | Повторение пройденного материала,<br>изучение дополнительного<br>теоретического материала.<br>Подготовка к устному опросу.     | -                                              | Устный опрос                           | ПК-3.2                             |
| Тема 2. Архитектура<br>бренда. Стратегия и<br>коммуникации в<br>бренд-менеджменте                                                        | 2                              | 2                           |     | 16                     | Повторение пройденного материала,<br>изучение дополнительного<br>теоретического материала.<br><br>Подготовка к устному опросу. | -                                              | Устный опрос<br>Проверка<br>выполнения | ПК-4.1                             |
| Тема 3. Общее<br>представление о<br>составляющих                                                                                         | -                              | 4                           |     | 28                     | Подготовка к практическим занятиям                                                                                             | -                                              | практических<br>заданий                | ПК-4.2                             |

|                                                                                             |            |           |          |            |                                                                                                                                                            |           |                                                          |        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|----------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------|--------|
| бренда. Алгоритм проектирования бренда.                                                     |            |           |          |            |                                                                                                                                                            |           |                                                          |        |
| Тема 4. Основные цели брендинга и стадии его развития.<br>Коммуникационная платформа бренда | -          | 8         |          | 68         | Повторение пройденного материала, изучение дополнительного теоретического материала.<br>Подготовка к устному опросу.<br>Подготовка к практическим занятиям |           | Устный опрос<br>Проверка выполнения практических заданий | ПК-5.1 |
| Форма промежуточной аттестации <b>Экзамен</b>                                               |            |           |          |            | Подготовка к промежуточной аттестации                                                                                                                      | 36        |                                                          |        |
| <b>Всего</b>                                                                                | <b>4</b>   | <b>16</b> | <b>8</b> | <b>116</b> |                                                                                                                                                            | <b>36</b> |                                                          |        |
|                                                                                             | <b>180</b> |           |          |            |                                                                                                                                                            |           |                                                          |        |

## **6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Тема 1. Сущность брендинга и изменение его роли в современных организациях. Торговая марка и бренд: общее и отличия**

Сущность брендинга и организационные основы функционирования бренд-ориентированной компании. Роль и место бренд-менеджера в системе маркетинга компании, общее и отличное. Зачем нам нужен брендинг. Отличия торговой марки от бренда. Бренд и товар. Идентичность и индивидуальность бренда: как это достигается? Составляющие атрибуты и стилистики бренда.

### **Тема 2. Архитектура бренда. Стратегия и коммуникации в бренд-менеджменте**

Философская платформа бренда. Разбор кейсов. Что такое интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК). Каналы и способы коммуникации. Жизненный цикл продукта и роль рекламных коммуникаций и стимулирования (РС). Шесть этапов эффективности РС. Основные отличия промышленного и потребительского маркетинга. B2B и B2C. Основные виды стратегий. Ребрендинг и его основные правила. Как «убить» свой бренд: что надо знать, чтобы не сделать этого. Бизнес-кейс по ренеймингу.

### **Тема 3. Общее представление о составляющих бренда. Алгоритм проектирования бренда**

Понятие и сущность бренда. ЦГВ бренда. Бренд как система ценностей. Диагностика. Коммуникационная платформа. Развернутая метафора. Креативная составляющая и нестандартные каналы и способы коммуникации. Диагностика по системе SCORE. Внутренняя диагностика. Внешняя диагностика.

### **Тема 4. Основные цели брендинга и стадии его развития. Коммуникационная платформа бренда**

Экономические. Маркетинговые. Коммуникационные. Производственные. Маркетинговые (4 – Р). Коммуникационные. Видение будущего (цели и задачи, кем мы себя видим в будущем). Продукт (основная суть, полезность, какие потребности удовлетворяет). Потребитель (описание яркого представителя, ценности, потребности). Позиционирование (кем мы хотим быть в сознании потребителя). Ценности (совмещенные ценности бренда и потребителей). Миссия (высшее предназначение, не связанное с извлечением прибыли – общественное значение). Прикладное значение коммуникационной платформы бренда. Определение метафоры и ее разновидности. Поиск образного сравнения. Развернутая метафора (коммуникационный сценарий)

бренда). Примеры подбора метафор. Техника построения развернутой метафоры (коммуникационного сценария бренда). Прикладное значение развернутой метафоры.

## **7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ**

В рамках данной учебной дисциплины студенты выполняют самостоятельную внеаудиторную работу в виде повторения пройденного материала по всем темам, изучения дополнительного теоретического материала и подготовки к практическим занятиям по темам № 1-4. Самостоятельная работа может выполняться обучающимся дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Проверка результатов выполнения практических заданий осуществляется во время часов, выделенных на контроль самостоятельной работы обучающихся (КСР).

## **8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

При изучении данной дисциплины используются следующие образовательные технологии:

| <b>Тема занятия</b>                                                                                                 | <b>Вид образовательной технологии</b> | <b>Форма проведения занятия</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| Тема 1. Сущность брендинга и изменение его роли в современных организациях. Торговая марка и бренд: общее и отличия | Интерактивная технология              | Лекция-визуализация             |
|                                                                                                                     | Традиционная технология               | Практическое занятие            |
| Тема 2. Архитектура бренда. Стратегия и коммуникации в бренд-менеджменте                                            | Интерактивная технология              | Лекция-визуализация             |
|                                                                                                                     | Традиционная технология               | Практическое занятие            |
| Тема 3. Общее представление о составляющих бренда. Алгоритм проектирования бренда                                   | Интерактивная технология              | Лекция-визуализация             |
|                                                                                                                     | Традиционная технология               | Практическое занятие            |
| Тема 4. Основные цели брендинга и стадии его развития.<br>Коммуникационная платформа бренда                         | Интерактивная технология              | Лекция-визуализация             |
|                                                                                                                     | Традиционная технология               | Практическое занятие            |

## **9. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **9.1. Формы контроля по дисциплине**

**Текущий контроль.** В процессе изучения учебной дисциплины обучающимся выполняются практические задания, проводятся устные опросы. Результаты выполнения всех практических заданий и устных опросов являются основанием для выставления оценок текущего контроля по данной учебной дисциплине. Выполнение всех работ является обязательными для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все задания, не допускаются к сдаче экзамена по данной учебной дисциплине.

**Промежуточная аттестация.** Для контроля усвоения обучающимися данной дисциплины учебным планом экзамен. Экзамен проводится в форме письменного ответа на теоретический вопрос и просмотра всего состава работ – практических заданий, выполненных в ходе подготовки к экзамену и прохождения текущего контроля.

### **9.2. Оценочные материалы (оценочные средства) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине**

**Текущий контроль.**

#### **Перечень типовых практических заданий**

**1. Практическое задание:** Сформировать обоснование выбора маркетинговой направленности бренда.

- Разместить информацию общего характера о самой компании, её ценностях, идее, которую она продвигает.
- Упомянуть круг лиц, причастных к разработке корпоративного стиля.
- Пояснить, как те или иные элементы стиля будут выстраиваться при работе с потребителями, партнерами и сотрудниками компании.

**Цель:** Исследовать факторы выбора маркетинговой направленности брендинга.

**Результат выполнения практического задания:** Первый раздел брендбука - Обоснование выбора маркетинговой направленности бренда.

**2. Практическое задание:** Разработать составляющие атрибутики и стилистики бренда:

- Разработать основные положения построения и применения визуального ряда бренда

- Прописать фирменные цвета, элементы, по которым вашу компанию будут идентифицировать (узнавать).

**Цель:** Освоить базовые принципы построения графической идентичности бренда.

**Результат выполнения практического задания:** Второй раздел брендбука – Основные элементы атрибутики и стилистики бренда.

**3. Практическое задание:** Разработать основные требования к использованию графических элементов идентификации бренда на рекламных носителях:

- Описать общие принципы использования графических элементов идентификации бренда на рекламных носителях.

**Цель:** Освоить особенности работы над формированием правил использования графических элементов идентификации бренда.

**Результат выполнения практического задания:** Третий раздел брендбука – Основные требования к использованию графических элементов идентификации бренда.

**4. Практическое задание:** Разработка итоговой презентационной графики на тему «Разработка брендбука на заданную тему».

**Цель:** Освоить принципы формирования итоговой презентационной графики.

**Результат выполнения практического итогового задания:** Планшет. Итоговая презентационная графика на тему «Разработка брендбука на заданную тему».

## **Промежуточная аттестация**

### **Список вопросов для подготовки к экзамену.**

1. Дайте определение бренда
2. Дайте определение бренд-менеджмента
3. Дайте определение брендинга
4. Что такое «Уникальное торговое предложение» (UTP)?
5. Что такое «Эмоциональное торговое предложение» (ESP)?
6. Что такое «Мое торговое предложение мне» («MSP») ?
7. Какие основные этапы истории развития бренд-менеджмента?

8. Какие основные положения теории бренд-лояльности покупателей?
9. Что такое идентичность бренда (BrandIdentity) ?
10. Что такое позиционирование бренда (BrandPosition) ?
11. Что такое стоимость бренда (BrandValue) ?
12. Что такое степень известности бренда (BrandAwareness) ?
13. Что такое бриф и какова их типовая структура?
14. Какие базовые элементы бренд-стиля вы знаете?
15. Что такое товарный бренд-нэйм?
16. Перечислите классификацию товарных знаков.
17. Что такое рекламный бренд-слоган?
18. Чем рекламный слоган отличается от фирменного девиза.
19. Какие стратегии формирования бренд-стиля Вы знаете.
20. Перечислите элементы классификации основных констант бренд-стиля.
21. Перечислите элементы классификации основных элементов бренд-вёрстки.
22. Перечислите элементы классификации вспомогательных констант бренд-стиля.
23. Что такое видение бренда?
24. Что такое миссия бренда?
25. Что такое позиционирование бренда?
26. Что такое бренд-бук?
27. Опишите общую классификацию брендинг-процессов и процедур брендинг-процессов.
28. Стратегии и методы управления брендинг-процессами.
29. Дайте общую характеристику бренд-символов
30. Каким образом бренды способствуют капитализации и увеличению стоимости компании?
31. Приведите примеры позиции, УТП и культивируемого имиджа известных брендов.
32. В чем отличие идеи бренда от его идеологии?
33. Каковы основные задачи и этапы планирования рекламно-коммуникационной компании?
34. Какие факторы заставляют вас обратить внимание на ту или иную рекламу при обилии рекламных предложений?
35. Какие факторы предопределили бурное развитие брендинга?
36. В чем преимущество диалоговых отношений между производителем и потребителем?
37. Какова роль рекламы в современном брендинге?

38. Какие роли в брендинге выполняет стимулирование сбыта?
39. Приведите примеры видов, средств, форм и методов маркетинговых коммуникаций.
40. Какие роли в брендинге выполняет директ-маркетинг?
41. В чем проявляется символическая сущность потребления?
42. Приведите примеры мифологизации в продвижении известных брендов.
43. У всех ли потребителей рекламной информации определенный цвет или сочетание цветов вызывают запрограммированные ассоциации?
44. Где граница между марочным и немарочным товаром?
45. Почему в брендинге необходимы инновационные решения?

**Практическое задание на экзамене** - просмотр всего состава практических работ, выполненных в ходе подготовке к экзамену и прохождения текущего контроля.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

## **10 РЕСУРСНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ**

Для проведения практических занятий по данной дисциплине используются учебные аудитории, с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью, оснащенные компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза

Для самостоятельной работы обучающихся используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

Для проведения контроля самостоятельной работы по данной дисциплине используются учебные аудитории, с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) учебной мебелью, лаборатория компьютерных технологий в дизайне и компьютерные классы, оснащенные компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза

Для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине используются учебные аудитории, с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук), и учебной мебелью, лаборатория компьютерных технологий в дизайне и компьютерные классы, оснащенные компьютерами с необходимым программным

обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

#### Перечень лицензионного программного обеспечения

| № п/п | Наименование                                                                                                                                                 | Тип ресурса                                                                                                                                   |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | (ОС) Windows Офисный пакет Microsoft Visio                                                                                                                   | СЛД АО «СофтЛайн Трейд» № /131 от 10.07.2020 (бессрочно)<br>ЛС Microsoft - Open Value Subscription для решений Education Solutions № V8265046 |
| 2     | Антивирус Касперского отечественного производства                                                                                                            | СЛД АО «СофтЛайн Трейд» №Tr000840657 от 10.02.2026 - 11.02.2028                                                                               |
| 3     | Adobe Creative Cloud:<br>After Effects<br>Photoshop<br>InDesign<br>Premiere Pro<br>Illustrator<br>Adobe Creative Cloud Acrobat DC<br>(Дизайнерский пакет ПО) | СЛД ТП АО "Софтлайн Трейд" дог №Trd000708115/10 от 27.01.2022 (бессрочно)                                                                     |

#### Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

- LibreOffice- бесплатная утилита, работающая с редактором электронных таблиц, презентациями, текстовыми процессорами, редактором формул и векторными иллюстрациями;

- 7-Zip– архиватор;

- Far Manager- бесплатный консольный файловый менеджер;

-Windows Media Player- универсальный мультимедиа проигрыватель, предназначенный для воспроизведения и каталогизации вашей музыки и видео;

-K-Lite Mega Codec Pack- универсальный набор кодеков, фильтров и инструментов для воспроизведения и обработки абсолютно любых мультимедийных файлов;

- Adobe Flash Player xx Plugin- программа для воспроизведения мультимедиа в браузере;

- Foxit Reader - Russian высокопроизводительная и многофункциональная программа просмотра PDF-файлов, которая позволяет открывать, просматривать и распечатывать любые документы в формате PDF;

- Google Chrome - бесплатный веб-браузер

В соответствии с Положением о создании специальных условий для инвалидов и лиц с ОВЗ информационно-технологическая база образовательного процесса предусматривает использование материально-технических средств с учетом различных нозологий инвалидов и лиц с ОВЗ.

## 11 ЛИТЕРАТУРА

### 11.1. Основная литература

| № п/п | Библиографическое описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Тип             | Количество в библиотеке |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------|
| 1     | Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2025. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). — DOI: <a href="https://doi.org/10.12737/2142">https://doi.org/10.12737/2142</a> . - ISBN 978-5-369-01934-4. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.ru/catalog/product/2179104">https://znanium.ru/catalog/product/2179104</a> | учебное пособие | ЭБС<br>Znanium          |
| 2     | Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2026. - 176 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009262-1. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.ru/catalog/product/2224459">https://znanium.ru/catalog/product/2224459</a>                                                                                         | учебное пособие | ЭБС<br>Znanium          |

### 11.2.Дополнительная литература

1. Годин, А. М. Брендинг : учеб. пособие / А. М. Годин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2016. - 184 с. - ISBN 978-5-394-02629-4. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=90665>

2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К, 2022. - 324 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082687>

3. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент : учеб. пособие / О. Г. Кузьмина. - Москва : Инфра-М, 2025. - 175 с. - ISBN 978-5-16-105501-4 (online). - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2172559>

4. Габриелян, Т. О. Бренд в графическом дизайне: концептуализация, визуализация, идентификация : [монография] / Т. О. Габриелян. - Симферополь : Антиква, 2018. - 228 с. - ISBN 978-5-6041512-0-4. - URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35569946>

5. Дмитриева, Л. М. Бренд в современной культуре : монография / Л.М. Дмитриева. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2025. — 200 с. - ISBN 978-5-9776-0369-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2206796>

#### **Периодические издания :**

1. Publish [Дизайн. Верстка. Печать] : журнал. – URL: <https://eivis.ru/browse/publication/64080>.
2. Геометрия и графика : научно – методический журнал. – URL: <https://znanium.com/catalog/magazines/issues?ref=9830c955-1df0-11e4-b05e-00237dd2fde2>

#### **11.3 Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные библиотечные системы:**

1. Znanium: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.ru>.
2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека. – URL: <https://elibrary.ru/>.
3. Цифровая библиотека IPRsmart. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/>.
4. Консультант плюс: справочно-правовая система. – URL: <http://www.consultant.ru/> ; T:\consultantplus\cons.exe.
5. УБД ИВИС. – URL : <https://eivis.ru/basic/details>.
6. Электронная библиотека ТАУ. – URL: <http://83.234.207.58/MarcWeb2/Default.asp>.

## **12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Освоение обучающимся дисциплины предполагает посещение лекций, выполнение практических заданий, участие в семинарах (вебинарах), выполнение заданий для самостоятельной работы. При подготовке к лекции и для выполнения самостоятельной работы обучающемуся необходимо прочитать материал предыдущей лекции, стремясь к пониманию всех понятий и утверждений. По дисциплине проводятся следующие виды лекций: лекция-презентация – лекция информационного характера, предполагающая

объяснения преподавателя с иллюстративным изложением материала; лекция с элементами обратной связи – лекция, на которой преподаватель производит изложение учебного материала, используя краткие ответы на вопросы, как правило, в начале лекции или в начале какого-либо раздела лекции, и групповое обсуждение отдельных «проблемных» мест, что предполагает подготовку и самостоятельное изучение обучающимися теоретического материала по заявленной преподавателем теме; интерактивная лекция – лекция, на которой изучаемый материал представляют обучающиеся в виде докладов-эссе по заранее выданным темам.

Освоение дисциплины предполагает выполнение практических заданий (практики) во время контактной работы с преподавателем либо в часы самостоятельной работы. Все практические задания дисциплины базируются на использовании результатов реальных статистических отчетов, предоставляемых преподавателями во время занятий и размещенных в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Выполненные практические работы сдаются на проверку преподавателю одним из следующих способов: сохранение в электронной информационно-образовательной среде, отправка преподавателю на почтовый ящик. При отправке преподавателю выполненной работы по почте обучающемуся следует обеспечить личную идентификацию. Как правило, в теме или тексте письма указывается курс, ФИО обучающегося, дисциплина, тема, по которой выполнена работы. Отдельные практические работы могут быть проверены преподавателем непосредственно в аудитории. Результаты проверки выполненных работ доводятся до сведения обучающегося во-время аудиторных занятий, в часы КСР, размещаются в электронной информационно-образовательной среде.

Для закрепления приобретенных знаний, умений и навыков, для развития способностей к самообучению в дисциплине предусмотрена самостоятельная работа. Самостоятельная работа может выполняться обучающимся дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Для успешного выполнения самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется заранее ознакомиться с перечнем заданий и графиком ее выполнения. Подготовка к лекциям и практическим занятиям с последующим участием в устном опросе предполагает: систематическое чтение конспектов лекций, учебников и источников дополнительной литературы; работу со справочниками и нормативными документами; аналитическую обработку, составление таблиц и схем для систематизации изученного материала; ответы на контрольные вопросы и составление плана и/или тезисов ответов; решение тренировочных задач. Подготовка к тестированию предполагает: чтение конспекта лекций, учебников и источников дополнительной литературы для поиска ответов на примерные вопросы теста; составление плана и/или тезисов ответов.

Для выполнения практических заданий самостоятельной работы (подготовка

докладов-эссе, решение дополнительных задач) по данной дисциплине в домашних условиях (за пределами Академии) обучающемуся необходим персональный компьютер (планшет) и программный пакет Microsoft Office не ниже 10 версии. Самостоятельная работа сопровождается методическими указаниями, размещенными в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Методические указания содержат формулировку задания, примерную технологию выполнения, формат сдачи выполненной работы. Преподаватель во время аудиторных занятий заранее обсуждает с обучающимися задание самостоятельной работы и порядок ее сдачи. Консультации по выполнению самостоятельных работ, обсуждение отметок и допущенных ошибок, защита отдельных видов самостоятельных работ осуществляется во время КСР на кафедре дизайна или в аудитории по расписанию. Консультации преподавателя по выполнению самостоятельной работы могут осуществляться посредством асинхронного (почта, ЭИОС) и синхронного (zoom, сети) коммуникационного взаимодействия по предварительной договоренности с преподавателем. Выполняемые самостоятельные работы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении экзамена.

Формой промежуточного контроля выступает экзамен. Экзамен выставляется по результатам текущего контроля и письменного ответа на теоретический вопрос, которые озвучиваются на последнем очном занятии. Критерии выставления экзамена озвучиваются преподавателем на первых занятиях по дисциплине.

### 13. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

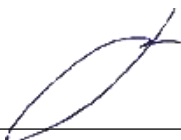
Составил:

Н.С. Карпенко, доцент

  
(подпись)

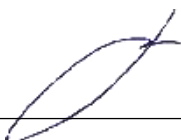
Заведующий кафедрой

Е.В. Вишневская, к.п.н., доцент

  
(подпись)

Заведующий выпускающей кафедрой

Е.В. Вишневская, к.п.н., доцент

  
(подпись)

Директор БИК

О.В. Балакина

  
(подпись)

Начальник ООУП

С.В. Фирсова

  
(подпись)