

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Тульский государственный университет»

Институт ИГДиС  
Кафедра «ГСАиД»

Утверждено на заседании кафедры  
«ГСАиД»

« 26 » января 2022 г., протокол № 6

 Заведующий кафедрой  
К.А. Головин

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**  
**по проведению практических (семинарских) занятий**  
**по дисциплине (модулю)**  
**«АЙДЕНТИКА И БРЕНДИНГ»**  
по направлению подготовки  
**54.03.01 «Дизайн»**

с направленностью (профилем)  
**Графический дизайн**

Форма обучения: *очная*

Идентификационный номер образовательной программы: 540301-01-21

Тула, 2022 год

## **Разработчик(и) методических указаний**

Морозова Любовь Анатольевна, к.т.н., доц. каф. ГСАиД



(подпись)

Плешков Сергей Александрович, доц. каф. ГСАиД



(подпись)

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Целью** освоения дисциплины (модуля) является получение знаний, умений и владений для воплощения концепции через графическую визуальную идею (эскизирование, работу с вариантами, проработку дизайна, создание графики и компьютерной графики) и дать прикладные навыки и целостное видение методологии работы над проектом: от концепции и идеи до последующей реализации.

### **Задачи.**

Научиться работать с крупными заказчиками из разных сфер, по-новому работать с типографикой, графическим дизайном, попробовать свои силы в мобильных интерфейсах.

## **СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### **Занятие №1-2**

**Знакомство с проектами классных российских и зарубежных студий, изучение разных подходов создания фирменных стилей и бренда.**

- 1 Понятие архитектуры бренда
- 2 Фирменный стиль и брендинг в чём отличие.
- 3 Изучение разных подходов создания фирменных стилей и бренда
  - 3.1 Сетевой подход
  - 3.2 Параллельное продвижение
- 4 Знакомство с проектами российских и зарубежных студий

### **Задание**

Проанализируйте различные подходы создания фирменного стиля и бренда ведущими российскими и зарубежными студиями (не менее 10)

### **Контрольные вопросы:**

1. В чем заключается важность развития брендов в Российской Федерации?
2. Что представляют собой способы неценовой конкуренции?
3. Какие отличия имеются между брендом и торговой маркой?
4. Приведите примеры стоимости брендов крупных компаний.
5. Какие элементы входят в современный бренд?

### **Занятие №3-4**

**Разработка визуального хода, развивание его в полноценную айдентику.**

1. Визуальная составляющая бренда.
2. Вербальная концепция бренда:
3. Анализ сферы деятельности компании-заказчика, сбор независимых мнений о

существующем бренде

4. Выявление ожиданий аудитории и устойчивых ассоциаций визуальных элементов бренда с качественным продуктом или услугами
5. Генерация интересных идей для создания визуальной составляющей бренда
6. Формирование стратегии развития бренда в существующих условиях рынка.

#### **Задание**

Разработать визуальную составляющую и вербальную концепцию бренда на примере Сбербанка России.

#### **Контрольные вопросы:**

- 1 Отличие визуальной и вербальной концепции бренда
- 2 Связь сферы деятельности компании и концепции бренда
- 3 Влияет ли целевая аудитория на концепцию бренда

#### **Занятие № 5-6**

**Создание подвижной визуальной системы (масштабируя дизайн-решения и адаптируя их для разных носителей).**

1. Социальные медиа.
2. Мудборд
3. Площадки с дизайн-контентом.
4. Печатная продукция.

#### **Задание**

Разработать подвижную визуальную систему для магазина спортивных товаров (масштабируя дизайн-решения и адаптируя их для разных носителей).

#### **Контрольные вопросы:**

1. Перечислите носители для социальных медиа.
2. Отличаются ли доска настроений от мудборда?
3. Разновидности элементов печатной продукции в айдентике?

#### **Занятие №7-8**

**Выстраивание серийности внутри форматов.**

1. Понятие серийности в айдентике и брендинге.
2. Разновидности форматов.

### **Задание**

Создание серийности элементов входящих в визуальную составляющую бренда.

### **Контрольные вопросы:**

1. Что такое форматы в айдентике?
2. Какие бывают форматы?

### **Занятие №9-10**

#### **Работа с различными форматами, модульные системы.**

1. Модульные системы при разработке бренда.
2. Виды модульных систем

### **Задание**

Разработайте модульную систему для бренда спортивного питания

### **Контрольные вопросы:**

1. Влияют ли модульные системы на развитие бренда?
2. Отличаются ли модульные системы в различных форматах?

### **Занятие №11-12**

#### **Иллюстративный язык в айдентике и брендинге.**

1. Создание графической системы на основе логотипа
2. Набор элементов, которые помогут при разработке рекламных материалов
3. Руководство по фирменному стилю (брендбук, гайдлайн)

### **Задание**

Разработать гайдлайн для сети кофеен

### **Контрольные вопросы:**

1. Есть ли различие между брендбуком и гайдлайном?
2. Подходит ли динамический логотип для создания графической системы.
3. какие элементы входят в брендбук?

### **Занятие №13-14**

#### **Типографическая система. Фирменные стили, построенные на типографике.**

1. Понятие типографики.
2. Типографическая система при проектировании айдентики и бренда.

### **Задание**

Разработать фирменный стиль для книжного магазина построенный на типографике.

**Контрольные вопросы:**

1. Какие существуют группы товарных знаков?
2. Приведите примеры айдентики построенных на типографике в России и за рубежом (не менее 10).

**Занятие №15-16**

**Презентация фирменного стиля и бренда: как правильно выстраивать нарратив и рассказывать о концепциях.**

- 1 Презентация и самопрезентация
- 2 Ключевые факторы презентации идеи
- 3 Типовая структура проведения презентации

Реализация и презентация практических заданий, выполненных в течении семестра.

**Вопросы для самоконтроля:**

- 1 Зачем нужен бренд и как проектируется образ бренда.
- 2 Три этапа создания образа бренда: продукт, польза, ощущения.
- 3 Суть бренда, сообщение бренда.
- 4 Как с помощью айдентики сообщить о пользе продукта?
- 5 Что формирует ощущения в айдентике?
- 6 Отличие брендбука и гайдбука.
- 7 Вербальный, визуальный и кинестетический образы бренда.
- 8 Анализ айдентики конкурентов.
- 9 Зачем выяснять нужды людей и как создавать образ бренда, понятный и полезный для потребителя?
- 10 Что, как и зачем исследовать?
- 11 Социальные тренды.
- 12 Инсайт.
- 13 Портрет потребителя.
- 14 Customer Journey Map.
- 15 Карта конкурентов.
- 16 Точки контакта потребителя с брендом при помощи Customer Journey Map.
- 17 Метафора бренда.
- 18 Как придумать идею, если всё уже было.
- 19 Переход от платформы бренда к айдентике.
- 20 Метафора, аллегория, метонимия.

**Примерные темы рефератов:**

- 1 Методика творческого поиска: случайный синтез.
- 2 Методика творческого поиска: матрица ценностей.
- 3 Референсы.
- 4 Как перевести клиентский бриф на язык дизайнера?
- 5 Отличие референсов семантики и характера бренда.

- 6 Методика творческого поиска: круги ассоциаций.
- 7 Элементы визуальной айдентики.
- 8 Фотостиль и стиль иллюстраций.
- 9 Типы систем визуальной айдентики.
- 10 Разновидности визуальной айдентики.
- 11 Традиционная айдентика.
- 12 Айдентика смысла.
- 13 Динамичная айдентика.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### Основная литература

1. Проектирование в графическом дизайне : учебник для вузов / С. А. Васин [и др.] ; под ред. С. А. Васина .— М. : Машиностроение-1, 2007 .— 320 с. : ил .— (Для вузов) 40 экз.
2. Дипломное проектирование. Графический дизайн : учебное пособие для вузов. Ч.1 / С. А. Васин [и др.] ; Тульский государственный университет .— Тула : Изд-во ТулГУ, 2004 .— 92с. : ил. + 1 CD 8 экз.
3. . Соболева, И. С. Прикладной дизайн. Дизайн-проектирование : учебное пособие / И. С. Соболева, Я. К. Чинцова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 76 с. — ISBN 978-5-7937-1527-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102462.html> (дата обращения: 20.04.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102462>
4. . Шайхутдинова, А. Р. Разработка и создание художественных изделий : учебное пособие / А. Р. Шайхутдинова, Р. Р. Сафин. - Москва : КНИТУ, 2016 . - 100 с. - ISBN 978-5-7882-2110-6- Текст электронный // ЭБС «Консультант студента» : [сайт]. — URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/> (дата обращения: 20.04.2017). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. Евсеев, Д. А. Web-дизайн в примерах и задачах : учебное пособие / Д. А. Евсеев, В. В. Трофимов. - Москва : КноРус, 2016. - 263 с. - ISBN 978-5-406-04803-0. - Текст электронный // ЭБС «Book.ru» : [сайт]. — URL: <https://www.book.ru/book/918599> (дата обращения: 20.04.2017). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
6. Годин, А.М. Брендинг: Учебное пособие / А.М. Годин. - М.: Дашков и К, 2016. - 184 с.
7. Данилова, В. Self-брендинг, или Маркетинг индивидуальности / В. Данилова. - Рн/Д: Феникс, 2017. - 512 с.

### Дополнительная литература

1. Проектирование. Предметный дизайн [Электронный ресурс] : учебное наглядное пособие для студентов очной формы обучения по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профили подготовки: «Графический дизайн», «Дизайн костюма»; квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / сост. А. Г. Алексеев. — Электрон. текстовые данные. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2017. — 95 с. — 978-5-8154-0405-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76340.html>
2. Елисеенков, Г. С. Дизайн-проектирование [Электронный ресурс] : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «магистр» / Г. С. Елисеенков, Г. Ю. Мхитарян. — Электрон. текстовые данные. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. — 150 с. — 978-5-8154-0357-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66376.html>



3. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс] / В. Д. Курушин. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Профобразование, 2017. — 271 с. — 978-5-4488-0094-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63814.html>

4. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 239 с. — 978-5-238-01525-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52069.html>

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. ЭБС IPRBooks универсальная базовая коллекция изданий.- Режим доступа , <http://www.iprbookshop.ru/> , по паролю. – Загл. с экрана

2. <http://naruzhnyareklama.ru/> -статьи о различных видах рекламы

3. <http://tutdesign.ru/cats/books/> -блог о дизайн-графике

4. <http://www.advesti.ru/publish/design/> - статьи о дизайне в рекламе

5. <http://designyoutrust.com/> -статьи и блоги на связанную с дизайном тематику

6. <http://rosdesign.com/design/design.htm/> -статьи о дизайне

7. <https://tsutula.bibliotech.ru/Account/OpenID> Тульский государственный университет.

8. Электронно-библиотечная система.

9. [http://library.tsu.tula.ru/ellibraries/all\\_news.htm](http://library.tsu.tula.ru/ellibraries/all_news.htm) Новости электронных библиотек

10. <http://www.bibliorossica.com/index.html> БиблиоРоссика.

11. <http://library.tsu.tula.ru/ellibraries/dl3.htm> Научная библиотека Тульского государственного университета. Электронные библиотеки.