

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: очно-заочная

Идентификационный номер образовательной программы: 540301-01-22

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://naruzhnayareklama.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 Новости электронных библиотек

10. <http://www.bibliorossica.com/index.html> БиблиоРоссика.
11. <http://library.tsu.tula.ru/ellibraries/dl3.htm> Научная библиотека
Тулского государственного университета. Электронные библиотеки.