

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Максимов Алексей Борисович

Должность: директор департамента науки и высшего образования

Дата подписания: 03.09.2024 09:36:28

Уникальный программный ключ: «МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6 (МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт графики и искусства книги имени В.А. Фаворского

УТВЕРЖДАЮ

И. о. директора



/Я.В.Дмитриев/

«26» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Философия бренда

Направление подготовки

54.04.01 Дизайн

Профиль

Графический дизайн

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Очно-заочная

Москва, 2026 г.

К.э.н, доцент, доцент каф. «Художественно-техническое оформление печатной продукции»



/И.С. Самойленко/

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Художественно-техническое оформление печатной продукции»,



/ Е.Б.Третьяк/

Заседание кафедры: 29 января 2025, протокол № 6

Содержание

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине	4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3 Структура и содержание дисциплины	5
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость	5
3.2 Тематический план изучения дисциплины	5
3.3 Содержание дисциплины	5
3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий	5
3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)	6
4 Учебно-методическое и информационное обеспечение	6
4.1 Нормативные документы и ГОСТы	6
4.2 Основная литература	6
4.3 Дополнительная литература	6
4.4 Электронные образовательные ресурсы	7
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение	7
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	7
5 Материально-техническое обеспечение	7
6 Методические рекомендации	7
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения	7
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	7
7 Фонд оценочных средств	7
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения	7
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения	7
7.3 Оценочные средства	8

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

К основным целям освоения дисциплины «Философия бренда» следует отнести:

- воспитание у студентов художественного вкуса; создании представления о развитии дизайна и философии различных брендов;
- изучение национальных моделей, концепций и направлений дизайна, их отличительных особенностях, тенденциях в современном промышленном дизайне и маркетинге;
- дизайнерском осмысление процесса формирования бренда;
- в изучении принципов формирования классических теорий и концепций в промышленном дизайне для использования их в практической дизайнерской деятельности; получении основ методик дизайн – проектирования в различных областях брендинга, знакомстве с методами разработки айдентики.

К основным задачам освоения дисциплины «Философия бренда» следует отнести:

- знакомстве с методами разработки айдентики;

Обучение по дисциплине «Философия бренда» направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1: Способен проводить предпроектные дизайнерские исследования	ИПК-1.1 Выявляет существующие и прогнозировать будущие тенденции в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-1.2 Производит сравнительный анализ аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-1.3 Анализирует потребности и предпочтения целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-1.4 Оформляет результаты дизайнерских исследований
ПК-3: Способен концептуально и художественно-технически разработать дизайн-проекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации	ИПК-3.1 Разрабатывает дизайн-концепции системы визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-3.2 Визуализирует образы проектируемой системы в целом и ее составляющих с помощью средств графического дизайна и специальных компьютерных программ, проработка эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-3.3 Согласует с возможностями производства воспроизведение системы визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-3.4 Подготавливает графические материалы по системе визуальной информации, идентификации и коммуникации для передачи в производство

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина взаимосвязана со следующими дисциплинами и практиками: Б1.2.1 Графический дизайн; ФТД.1 Анимационная графика; Б1 Копирайтинг; Б2.2.1.1 Производственная практика (преддипломная); Б3.1 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

3 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

Очно-заочная

№ п/п	Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
1	Аудиторные/контактные занятия	18	18
1.1	Лекции	4	4
1.2	Семинарские/практические занятия	14	14
2	Самостоятельная работа	54	54
3	Промежуточная аттестация		Зачет
	Итого	72	72

3.2 Тематический план изучения дисциплины

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Всего	Лекции	Семинарские/практические	Лабораторные	Практическая подготовка	Самостоятельная работа
1	Тема 1. Философские основы идентичности и символики бренда. Бренд как социокультурный феномен	17	2	7	–	–	8
2	Тема 2. Теория и методология брендинга и формирования визуальной идентичности бренда	55	2	7	–	–	46
Итого		72	4	14	–	–	54

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Философские основы идентичности и символики бренда. Бренд как социокультурный феномен.

Основные понятия бренда и философии бренда. История развития брендинга. Роль философии в формировании бренда. Трансформация идентичности в брендинге. Символика и знаковые системы бренда. Символы как коммуникация. Бренд как культурный феномен. Влияние бренда на общественное сознание. Культурные коды и архетипы в брендинге

Тема 2. Теория и методология брендинга и формирования визуальной идентичности бренда Основные теории брендинга. Платформа бренда. Понятие визуального кода в брендинге. Ситуационный и художественный анализ в брендинге. Графический дизайн как инструмент создания бренда.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

Семинарские и практические занятия не предусмотрены.

3.4.2. Семинарские/практические занятия

Тема 1. Философские основы идентичности и символики бренда. Бренд как социокультурный феномен.

Визуальное исследование на тему «Бренд как социокультурный феномен»

Тема 2. Теория и методология брендинга и формирования визуальной идентичности бренда

Исследования в брендинге: методология исследований.

Использование AI и LLM решений в проведении исследований
ЦА и карты восприятия бренда
Анализ художественных образцов и проектных реализаций и выявление визуальных кодов
бренда
Разработка платформы бренда на основе проведенных исследований

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

- 4. Учебно-методическое и информационное обеспечение 7
- 4.1. Нормативные документы и ГОСТы 7
- 4.2. Основная литература 7
- 4.3. Дополнительная литература 7
- 4.4. Электронные образовательные ресурсы 8
- 4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 8
- 4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 8

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Отдельный перечень в исходной программе не указан.

4.2 Основная литература

- 1. «Дизайн. Точка над й», А. Мещанинов http://xn--90ax2c.xn--p1ai/catalog/000199_000009_004088989/
- 2. Ожиданий потребителей и анализ ситуации на рынке <http://www.knigafund.ru/books/193883>
- 3. Лаврентьев А. Н. История дизайна. Москва, Гардарики, 2008.
- 4. Лора Слэк. Что такое дизайн продукта. АСТ, Астрель, 2008
- 5. Виктор Папанек. Дизайн для реального мира. М.Д. Аронов, 2004.

4.3 Дополнительная литература

- 1. «Дизайн как он есть», Глазычев В.Л. http://xn--90ax2c.xn--p1ai/catalog/000199_000009_002966692/
- 2. Лакшим Бхаскаран. Дизайн и время. Ар – родник, 2005.
- 2. Дональд Норманн. Дизайн привычных вещей. М. Вильямс, 2006.
- 3. Журнал «Form», I.D. – Internation Design. в) другое:
- 4. Образцы лучших студенческих работ.
- 5. Музеи старинных автомобилей.
- 6. Выставки промышленного и авто-дизайна.
- 7. Периодические автосалоны.
- 8. Интернет-ресурсы: www.simkom.com/sketchsite www.ccardesign.ru/designwall

4.4 Электронные образовательные ресурсы

Отдельный перечень в исходной программе не указан.

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Отдельный перечень в исходной программе не указан.

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Отдельный перечень в исходной программе не указан.

5 Материально-техническое обеспечение

- Специализированные столы для выполнения поисковых эскизов и демонстрационных рисунков.
- Персональные компьютеры с устройством ввода WACOM.
- Программы 3D моделирования (Alias Studio) и работы с векторной и растровой графикой (Adobe Photoshop, Corel DRAW X3).
- Средства вывода информации (принтер, плоттер, копир).
- Сетевой выход и Интернет.

6 Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

При реализации дисциплины используются виды контактной и самостоятельной работы, предусмотренные академическим учебным планом. Конкретные методы выбираются с учетом содержания темы: анализ примеров, обсуждение, выполнение практических и проектных заданий, просмотр и разбор результатов.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа выполняется по темам дисциплины и включает изучение материалов, подготовку заданий, проектов и материалов к текущему и промежуточному контролю в пределах часов, установленных академическим учебным планом.

Формы проведения занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации при необходимости адаптируются с учетом индивидуальных особенностей обучающегося и действующих локальных нормативных актов университета.

7 Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Формы промежуточной аттестации по АУП: Зачет.

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Оценивание проводится по полноте и корректности выполнения задания, обоснованности решений, качеству результата и соблюдению требований программы.

7.3 Оценочные средства

7.3.1 Текущий контроль

Оценочное задание 1. Раскройте содержание темы «Философия бренда.» и обоснуйте принятые решения в соответствии с задачами дисциплины.

7.3.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в формах, установленных АУП: Зачет.