

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 20.04.2022 12:37:43

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

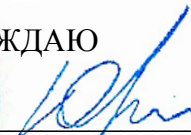
“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Углубленный курс бренд-дизайна»

программы профессиональной переподготовки

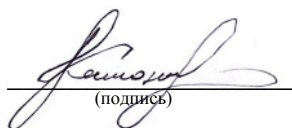
«Бренд-дизайн»

Сфера деятельности: «Менеджмент»

Москва – 2021

Разработчик (и): Кожанов Андрей Сергеевич, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«23» августа 2021 г.


(подпись)

/А.С. Кожанов /

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД


(подпись)

/Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 1 от « 25 » августа 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля) и ее место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1. Наименование дисциплины (модуля) и ее место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Углубленный курс бренд-дизайна» является необходимым элементом профессиональной переподготовки по программам «Бренд-менеджмент», «Бренд-стратегия», «Бренд-дизайн», позволяющим формировать профессиональные компетенции и осуществлять трудовые функции в сфере менеджмента.

Преподавание дисциплины «Углубленный курс бренд-дизайна» осуществляется в третьем и четвертом семестрах.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося не предусматриваются.

Цель курса – расширить представления обучающихся о процессе создания фирменного стиля бренда, средств визуальной коммуникации, дизайне интерфейсов, используемых программных продуктах.

Задачи курса:

- дать обучающимся представление об особенностях дизайна интерфейсов;
- сформировать знание и понимание процесса разработки упаковки;
- сформировать понимание процесса разработки концепции дизайна наружной рекламы;
- сформировать знания и навыки в области разработки концепции сайта, мобильного приложения;
- сформировать навыки работы со специализированными графическими приложениями.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения учебной дисциплины у слушателя совершенствуются следующие компетенции:

Код и содержание компетенции	Результаты обучения (знания, умения, навыки и опыт деятельности)
ОК-1 Способность к коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач	<u>Знать:</u> 1. систему коммуникаций в устной и письменной формах; 2. нормы и правила делового общения. <u>Уметь:</u> 1. устанавливать коммуникации в устной и письменной формах с работниками организации и внешними заказчиками для решения профессиональных задач; 2. использовать эффективные источники передачи информации. <u>Владеть:</u> 1. навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач

В результате освоения учебной дисциплины у слушателя формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и содержание компетенции	Результаты обучения (знания, умения, навыки и опыт деятельности)
ПК-8 Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.	<u>Знать:</u> 1. основные термины, методы управления проектами, стандарты управления проектами; 2. формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации. <u>Уметь:</u> 1. использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; 2. документально оформлять решения в управлении проектами. <u>Владеть:</u> 1. основными терминами, методами управления проектами, стандартами управления проектами; 2. формами организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации.
ДПК-2 Способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	<u>Знать:</u> 1. основные термины, методы разработки и управления коммуникационными системами и брендами; 2. методы интеграции различных средств продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций; 3. способы и методы формирования имиджа организации. <u>Уметь:</u> 1. разрабатывать и управлять коммуникационными системами и брендами; 2. применять методы интеграции различных средств продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций 3. применять способы и методы формирования имиджа организации <u>Владеть:</u> 1. навыком разработки и управлением коммуникационными системами и брендами; 2. навыком применения методов интеграции различных средств продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций; 3. навыком применения в профессиональной деятельности способов и методов формирования имиджа организации.

Формы контроля:

промежуточная аттестация (ПА) – проводится в форме зачета по окончании 3 семестра и экзамена по окончании изучения курса (4 семестр).

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

В процессе преподавания дисциплины используются как классические методы обучения (лекции), так и различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств и на поощрение их интеллектуальных инициатив. В рамках данного курса используются такие активные формы работы, как:

активные формы обучения:

- практические занятия;

интерактивные формы обучения:

- дискуссии
- ситуационный анализ

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
	Очно-заочная
Аудиторные занятия (всего)	136
В том числе:	
Лекции	48
Практические занятия	88
Семинары	х
Лабораторные работы	х
Самостоятельная работа (всего)	26
Промежуточная аттестация, в том числе:	
Вид	Зачет – 3 семестр Экзамен – 4 семестр
Трудоемкость (час.)	18
Общая трудоемкость ЗЕТ / часов	5 ЗЕТ / 180 часов

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)								Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия					
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии	Тренинг		
Очно-заочная форма										
Первый этап формирования компетенций (3 семестр)										
Тема 1. Графический редактор Figma	4	6	-	4	2	-	2	-	ОК-1 ПК-8	
Тема 2. Мовшн дизайн в After Effects	4	6	-	4	2	-	2	-	ОК-1 ПК-8	

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)								Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия					
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии	Тренинг		
Тема 3. Создание 3D-графики в Cinema 4D	4	6	-	4	2	-	2	-	ОК-1 ПК-8	
Тема 4. Разработка концепции дизайна упаковки	4	6	-	4	2	-	2	-	ОК-1 ПК-8 ДПК-2	
Текущий контроль знаний, умений										Просмотр практических заданий
Итого за семестр	16	24		16	8		8			Зачет
Второй этап формирования компетенций (4 семестр)										
Тема 5. Разработка концепции дизайна наружной рекламы	8	1	-	8	4	-	2	-	ОК-1 ПК-8 ДПК-2	
Тема 6. Введение в дизайн интерфейсов	8	-	-	8	4	-	2	-	ОК-1 ПК-8 ДПК-2	
Тема 7. Разработка концепции корпоративного сайта (сайта бренда)	8	1	-	8	4	-	2	-	ОК-1 ПК-8 ДПК-2	
Тема 8. Разработка концепции мобильного приложения	8	-	-	8	4	-	2	-	ОК-1 ПК-8 ДПК-2	
Текущий контроль знаний, умений										Просмотр практических заданий
Итого за семестр	32	2		32	16		8			Экзамен, 18 час.
Всего:	48	26		48	24		16			
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	180									Экзамен, 18 час.
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	5									

Содержание тем учебной дисциплины

Тема 1. Графический редактор Figma.

Знакомство с интерфейсом и базовыми функциями программы Figma. 9 приёмов, ускоряющих работу в Figma. Обзор инструментов. Объекты. Базовые принципы создания макета сайта. Пошаговое создание интерфейса и интерактивного прототипа. Создание макета: сетка, грид, цветовые стили, шрифт, компоненты. Создание макета: текстовые стили, прототипирование. Библиотеки, live device preview, плагины, экспорт объектов.

Тема 2. Мюшин дизайн в After Effects.

Основы работы и интерфейс After Effects. Слои и таймлайн. Работа с композицией. Движение: монтаж и анимация. Эффекты и стили. Маски. Шейпы, шейповая анимация, шейповая графика. Текст, текстовая анимация, типографика. Цветокоррекция. Кеинг. 3D графика и 3D анимация. Трекинг и стабилизация. Анимация элементов интерфейса. Работа с 3D-пространством и интеграция с Cinema 4D.

Тема 3. Создание 3D-графики в Cinema 4D.

Введение, обзор возможностей Cinema 4D. Объекты, логика интерфейса. Теги. Subdivision-моделирование. Деформеры. Скульптинг. Анимация. MoGraph. Материалы. Рендер: свет, материалы и global illumination. Arnold render. Динамика. Симуляция. Анимация и физика. Xpresso и User Data. BodyPaint и UV Edit. Риггинг и анимация.

Тема 4. Разработка концепции дизайна упаковки.

Мониторинг и анализ российского и зарубежного опыта в области дизайна упаковки. Рассмотрение лучших экземпляров с позиции: тип и объем упаковки, материал, цвет, потребительское восприятие. Определение наиболее функционального и удобного для потребителя объема упаковки. Формообразование и выбор оптимальной формы упаковки. Разработка общей концепции дизайна упаковки бренда.

Тема 5. Разработка концепции дизайна наружной рекламы

Разработка креативных имиджевых концепций и дизайна макетов наружных рекламных носителей: рекламных баннеров и вывесок различных форм и размеров; щитов (билбордов); ситилайтов; штендеров; маркиз; панель-кронштейнов; растяжек; брендмауэров; рекламы на транспорте; установок на крышах; витрин; фасадов, медиафасадов и световых коробов.

Тема 6. Введение в дизайн интерфейсов.

Понятие интерфейса. Способы взаимодействия с интерфейсами. История: первые интерфейсы. Задачи интерфейса. User story. Понятие User eXperience. Референсы: функциональные и визуальные. Визуализация UX и UI инструментов. Критерии оценки качества интерфейса. Профессиональные навыки и личные качества дизайнера интерфейсов. Настоящее и будущее дизайнеров интерфейсов.

Тема 7. Разработка концепции корпоративного сайта (сайта бренда).

Определение функционального типа будущего сайта (имиджевый сайт или интернет-магазин). Постановка задач по разработке сайта: информирование потенциального клиента, стимулирование продаж, продвижение товара или услуги, формирование позитивного имиджа бренда и т.д. Разработка концепции дизайна сайта (главной и внутренних страниц).

Тема 8. Разработка концепции мобильного приложения.

Обзор аналогичных решений мобильных приложений: функционал, количество пользователей, рейтинги, отзывы, монетизация. Анализ потребителей. Формирование функционала. Создание концепции. Проектирование интерфейса (воспроизведение базовой логики приложения и распределение функционала по экранам). Разработка дизайна интерфейса (экраны приложения и их графические элементы).

Практические занятия

№ п/п	№ и название темы дисциплины	№ и название практических занятий	Вид контрольного мероприятия
1.	Тема 1. Графический редактор Figma	Графический редактор Figma	выполнение практических заданий
2.	Тема 2. Моушн дизайн в After Effects	Моушн дизайн в After Effects	выполнение практических заданий
3.	Тема 3. Создание 3D-графики в Cinema 4D	Создание 3D-графики в Cinema 4D	выполнение практических заданий
4.	Тема 4. Разработка концепции дизайна упаковки	Разработка концепции дизайна упаковки	выполнение практических заданий
5.	Тема 5. Разработка концепции дизайна наружной рекламы	Разработка концепции дизайна наружной рекламы	выполнение практических заданий
6.	Тема 6. Введение в дизайн интерфейсов	Введение в дизайн интерфейсов	выполнение практических заданий
7.	Тема 7. Разработка концепции корпоративного сайта (сайта бренда)	Разработка концепции корпоративного сайта (сайта бренда)	выполнение практических заданий
8.	Тема 8. Разработка концепции мобильного приложения	Разработка концепции мобильного приложения	выполнение практических заданий

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» используются учебно-наглядные материалы и методические рекомендации, а также учебная литература по дисциплине, размещенная в электронной библиотечной системе biblioclub.ru.

В самостоятельную работу обучающихся входит подготовка к практическим занятиям, в том числе к дискуссиям и решениям проблемных ситуаций по темам, заявленным преподавателем и указанным в таблицах, приведенных выше.

Литература для подготовки к занятиям:

1. Большаков П. П. Упаковка как элемент брэнда, М.: Лаборатория книги, 2010.
режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=88737
2. Костюченко, О.А. Творческое проектирование в мультимедиа: монография - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015.
режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429292>
3. Цыганков В. А. Фирменный стиль или корпоративная идентификация: учебное пособие - Москва: ООО «Сам Полиграфист», 2015.
режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=488275

4. Цыганков В. А. Знак/символ - Москва: Институт Бизнеса и Дизайна, 2013
режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=488299
5. Чернатони Л., МакДональд М. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник. М.: Юнити-Дана, 2015.
режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436697&sr=1
6. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие– М.: Изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 2015.
режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=452896

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Компетенция	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
ОК-1 Способность к коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач	Этап 1: Тема: 1-4	систему коммуникаций в устной и письменной формах; нормы и правила делового общения	устанавливать коммуникации в устной и письменной формах с работниками организации и внешними заказчиками для решения профессиональных задач	навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач
	Этап 2: Тема: 5-8	систему коммуникаций в устной и письменной формах; нормы и правила делового общения	использовать эффективные источники передачи информации	навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач
ПК-8 Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Этап 1: Тема: 4	основные термины, методы управления проектами, стандарты управления проектами	использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки	основными терминами, методами управления проектами, стандартами управления проектами формами организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации
	Этап 2: Тема: 5-8	формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации	использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; документально оформлять решения в управлении проектами	формами организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации
ДПК-2 Способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать	Этап 1: Тема: 1-4	основные термины, методы разработки и управления коммуникационными системами и брендами; способы и методы	применять способы и методы формирования имиджа организации	навыком применения в профессиональной деятельности способов и методов формирования имиджа организации

различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами		формирования имиджа организации		
	Этап 2: Тема: 5-8	методы интеграции различных средств продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций	разрабатывать и управлять коммуникационными системами и брендами; применять методы интеграции различных средств продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций	навыком разработки и управлением коммуникационными системами и брендами навыком применения методов интеграции различных средств продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций

6.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этапы	Средства	Показатели	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1 этап	Зачет <i>Просмотр практических заданий</i>	Знание теоретического материала, умение логично и аргументировано отвечать на вопросы, владение навыками разработки и решения проблемных ситуаций	Количество правильных ответов по вопросам к зачету, умение логично и аргументировано отвечать на вопросы, выполнение практических заданий	Определяется балльно-рейтинговой системой Института, соотнесенной с традиционной 4-х балльной шкалой оценки знаний <i>(приводится отдельной таблицей)</i>
2 этап	Экзамен <i>Просмотр практических заданий</i>	Знание теоретического материала, умение логично и аргументировано отвечать на вопросы, владение навыками разработки и решения проблемных ситуаций	Количество правильных ответов по экзаменационным вопросам, умение логично и аргументировано отвечать на вопросы, выполнение практических заданий	

Критерии оценки, соотнесенные со шкалой сформированности компетенций

Четырех- балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух- балльная шкала (зачет)	Критерии оценки	Компоненты
5 «отлично»	зачтено	Обладает полнотой знаний. Уверенно выполняет самостоятельные виды работ в т.ч. в команде. Демонстрирует способность самостоятельно расширять знания и применять их в практической деятельности	Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала (соотнесенного с компонентами компетенции), выполнение тестовых заданий (90%-100% верных ответов), выполнение практических заданий, не менее чем на 90%, выполнение письменных работ в полном соответствии с предъявляемыми требованиями (авторский вклад более 70%); активное участие в групповых методах работы, подготовка презентации в соответствии с требованиями и критериями ее оценки. Способность к самостоятельному пополнению знаний, развитию умений в ходе практической деятельности
4 «хорошо»	зачтено	Обладает знаниями. Допускает незначительные ошибки, но самостоятельно их исправляет. Активный участник в команде	Обучающихся демонстрирует знание учебного материала, (соотнесенного с компонентами компетенции), выполнение тестовых заданий (76-89%), практических заданий не менее чем на 76% ; выполнение письменных работ в соответствии с предъявляемыми требованиями (авторский вклад более 60%); участие в групповых методах работы, подготовка презентации в соответствии с требованиями и критериями ее оценки
3 «удовлетворительно»	зачтено	Знания фрагментарны. Допускает ошибки, но способен их исправлять под руководством преподавателя. Пассивный участник в команде	Обучающихся демонстрирует знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, допуская ошибки. Выполнение тестовых заданий (60-75%%), практических заданий не менее чем на 60%; выполнение письменных работ в соответствии с предъявляемыми требованиями (авторский вклад более 60%); участие в групповых методах работы, подготовка презентации в соответствии с требованиями и критериями ее оценки
2 «неудовлетворительно»	не зачтено	Компоненты компетенции не сформированы	Обучающийся не отвечает на вопросы по темам учебной дисциплины, допускает грубые ошибки и не способен их исправить даже под руководством преподавателя. Отдельные виды работ (или все) выполнены менее чем на 60%

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные практические задания
(оценка первого этапа формирования компетенций)

1. Создание макета: сетка, грид, стили, шрифт, компоненты, прототипирование.
2. Анимация элементов интерфейса. Работа с 3D-пространством.
3. Создание 3D-графики в Cinema 4D.
4. Разработка общей концепции дизайна упаковки бренда.

Примерные вопросы к зачету
(оценка первого этапа формирования компетенций)

1. Интерфейс и базовые функции программы Figma.
2. Базовые принципы создания макета сайта.
3. Пошаговое создание интерфейса и интерактивного прототипа.
4. Создание макета: сетка, грид, цветовые стили, шрифт, компоненты.
5. Создание макета: текстовые стили, прототипирование.
6. Библиотеки, live device preview, плагины, экспорт объектов.
7. Основы работы и интерфейс After Effects.
8. Слои и таймлайн. Работа с композицией.
9. Движение: монтаж и анимация. Эффекты и стили.
10. Маски. Шейпы, шейповая анимация, шейповая графика.
11. Текст, текстовая анимация, типографика.
12. Цветокоррекция. Кеинг.
13. Анимация элементов интерфейса.
14. Обзор возможностей Cinema 4D. Объекты, логика интерфейса.
15. Subdivision-моделирование. Деформеры. Скульптинг. Анимация.
16. Рендер: свет, материалы и global illumination.

Примерные практические задания
(оценка второго этапа формирования компетенций)

1. Разработка концепции дизайна наружной рекламы.
2. Визуализация UX и UI инструментов.
3. Разработка концепции дизайна сайта.
4. Разработка концепции мобильного приложения.

Примерные экзаменационные вопросы
(оценка второго этапа формирования компетенций)

1. Интерфейс и базовые функции программы Figma.
2. Базовые принципы создания макета сайта.
3. Пошаговое создание интерфейса и интерактивного прототипа.
4. Создание макета: сетка, грид, цветовые стили, шрифт, компоненты.
5. Создание макета: текстовые стили, прототипирование.

6. Библиотеки, live device preview, плагины, экспорт объектов.
7. Основы работы и интерфейс After Effects.
8. Слои и таймлайн. Работа с композицией.
9. Движение: монтаж и анимация. Эффекты и стили.
10. Маски. Шейпы, шейповая анимация, шейповая графика.
11. Текст, текстовая анимация, типографика.
12. Цветокоррекция. Кеинг.
13. Анимация элементов интерфейса.
14. Обзор возможностей Cinema 4D. Объекты, логика интерфейса.
15. Subdivision-моделирование. Деформеры. Скульптинг. Анимация.
16. Рендер: свет, материалы и global illumination.
17. Анализ российского и зарубежного опыта в области дизайна упаковки.
18. Формообразование и выбор оптимальной формы упаковки.
19. Разработка общей концепции дизайна упаковки бренда.
20. Разработка дизайна макетов наружных рекламных носителей.
21. Понятие интерфейса. Способы взаимодействия с интерфейсами.
22. Задачи интерфейса.
23. User story. Понятие User eXperience.
24. Референсы: функциональные и визуальные.
25. Визуализация UX и UI инструментов.
26. Критерии оценки качества интерфейса.
27. Профессиональные навыки и личные качества дизайнера интерфейсов.
28. Настоящее и будущее дизайнеров интерфейсов.
29. Постановка задач по разработке сайта.
30. Разработка концепции дизайна сайта.
31. Проектирование интерфейса мобильного приложения.
32. Разработка дизайна интерфейса мобильного приложения.

Работа на семинарских (практических) занятиях	Тестирование по курсу в целом	Итоговая оценка по учебной дисциплине
Отсутствие результатов работы	Менее 50% верных ответов	неудовлетворительно
Работа на занятиях	50-69% верных ответов	удовлетворительно
Систематическая активная работа на занятиях	70-89% верных ответов	хорошо
Систематическая активная работа на занятиях	90-100% верных ответов	отлично

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Большаков П. П. Упаковка как элемент бренда, М.: Лаборатория книги, 2010.
режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=88737
2. Цыганков В. А. Фирменный стиль или корпоративная идентификация: учебное пособие - Москва: ООО "Сам Полиграфист", 2015.
режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=488275
3. Цыганков В. А. Знак/символ - Москва: Институт Бизнеса и Дизайна, 2013
режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=488299

4. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – М.: Изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 2015. – 270с.
режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=452896

Дополнительная литература:

1. Костюченко, О.А. Творческое проектирование в мультимедиа: монография - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015.
режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429292>
2. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под. ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=11442

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет») и профессиональных баз данных необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. Справочная правовая система «Консультант плюс».
3. Справочная правовая система «Гарант».
4. <https://uisrussia.msu.ru/> - база данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
5. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брендах. Она содержит данные от более чем 650 000 потребителей и специалистов в 31 стране. Сравнивает более 23 000 брендов. База данных используется для оценки бренда, и каждый год, начиная с 2006 года, используется для создания списка из 100 лучших мировых брендов.
6. <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2017/> - база данных ТОП-100 самых дорогих брендов мира (стоимость, рост акций и т. Д) по данным консалтингового агентства. Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).
7. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле, объединение экспертов в области маркетинговых коммуникаций, специализирующихся по стимулированию сбыта и оформлению мест продаж
8. <http://russianbranding.ru/> - АБКР (RBCA) - общественная организация, представляющая интересы брендинговых агентств России
9. <http://xn--90agc6acgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда». Компания является ведущей независимой фирмой по оценке бренда и других нематериальных активов, а также стратегическим консультантом в области маркетинга и брендинга.
10. <https://psyera.ru/search-results?searchid=2107949&text=eghfdkybt+ghjtrnfvb> - база статей и данных по управлению проектами
11. <https://uisrussia.msu.ru/> - база данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
12. <https://pmmagazine.ru/> - сайт журнала «Управление Проектами» - журнал об управлении проектами, программами и портфелями проектов

13. <http://www.pm-conf.ru/> - сайт международной конференции «Управление проектами»
14. <http://www.pmpofy.ru/> - Управление проектами. Microsoft Project. Профессионал управления проектами.
15. <http://www.pmtoday.ru/> - ресурс посвящен теме управления проектами и он помогает руководителям улучшить свои навыки
16. <http://www.akarussia.ru/node/5025> - база данных исследований Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР)
17. <https://www.logaster.ru/> - Logaster — онлайн сервис для создания логотипов и элементов фирменного стиля
18. <https://realybiz.ru/> - сборник креативных идей для малого бизнеса.
19. <http://powerbranding.ru/cenoobrazovanie/> - Онлайн — энциклопедия по брендингу
20. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Основу самостоятельной работы обучающихся составляет работа с учебной и научной литературой. При изучении теоретической литературы необходимо обратить внимание на наличие различных точек зрения и концепций в отношении вопросов изучаемой дисциплины.

Ответы на вопросы для самопроверки. При подготовке ответов на вопросы для самопроверки необходимо пользоваться дополнительной литературой, а также изучить основную и дополнительную литературу по соответствующему вопросу.

Выполнение заданий для самостоятельной работы предполагает проведение исследования по отдельному вопросу курса: анализ научных точек зрения, сравнение нормативных актов, построение оценочного суждения на основании анализа различных факторов и др. Задания для самостоятельной работы предполагают углубление и расширение знаний по курсу, исследовательский подход к изучению предмета, а также разработку методических документов.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе обучающийся планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы обучающийся должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Дискуссия – это столкновение различных мнений и интересов, разных точек зрения по какой-либо актуальной проблеме, имеющей важное значение не только для общества, но и для конкретного человека, принимающего участие в ее обсуждении.

Дискуссия всегда состоит из возникающих вопросов и ответов на них, строится по принципу «вопрос-ответ». Принимая участие в дискуссии, человек находится в состоянии умственного напряжения и тот, кто задает вопрос, и те, кто мысленно перебирает в памяти аргументы и факты, готовясь ответить на него ответить. При этом особенно важно, чтобы:

- участники, стремясь высказать свою точку зрения, слушали и слышали друг друга;
- не повторяли уже сказанное (если придерживаются той же точки зрения), а дополняли друг друга, приводя новые аргументы в защиту своей концепции;
- четко и однозначно формулировали вопросы, в случае если они возникают в ходе обсуждения;
- отвечали на заданные вопросы подробно, но достаточно четко и конкретно;
- выступали против точки зрения оппонента, а не против него самого;
- чтобы спорные вопросы не перерастали в конфликтную ситуацию

Даже в случае, если участникам дискуссии не удастся найти ответы на некоторые вопросы, прийти к общему мнению или же доказать правильность тех или иных позиций, занятие обогатит всех без исключения участников, пополнит их знания, повысит интерес к рассматриваемой проблеме. В процессе подготовки дискуссии обучающиеся (слушатели) должны заранее в качестве домашнего задания подобрать необходимые факты, изучить рекомендованную литературу, принять ту или иную сторону для отстаивания выработанной позиции.

Для подготовки к дискуссии на заданную тему следует изучить разделы учебников и другие учебно-методические материалы, рекомендованные преподавателем.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).

При осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине «Углубленный курс бренд-дизайна» предполагается использование сети Интернет, стандартных компьютерных программ Microsoft Office, пакета графических программ Adobe, специализированных справочных систем.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебно-вспомогательные аудитории:

- поточные аудитории стационарно оборудованные мультимедийными проекторами; переносной мультимедийный комплекс (проектор и ноутбук) используются для обеспечения лекций и практических занятий демонстрационным оборудованием;
- компьютерный класс;

- обеспеченность наглядными пособиями, учебными пособиями на электронных носителях;

- наглядные и учебные пособия представлены в электронной библиотеке, а также обеспечен доступ к крупнейшим электронным библиотекам мира: e-library.ru и т.п.

Для развития доступности обучающихся к источникам учебной информации широко применяются возможности интернет.