

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы брендинга территорий» для направления подготовки 54.03.01 Дизайн.

Направленность (профиль) образовательной программы - Графический дизайн

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

формирование представлений о междисциплинарной направленности исследовательской и проектной деятельности в области брендинга территорий

Задачи изучения дисциплины:

- изучение отечественного и международного опыта брендинга территорий в его коммуникативном, потребительском, социальном, гуманитарном и прикладном аспектах;
- изучение, анализ и проработка кейсов отечественного и зарубежного территориального брендинга;
- изучение и освоение проектных методологий, креативных инструментов, технологий разработки художественно-образных решений бренд-коммуникаций;
- освоение методов коммуникативного аудита территориального бренда;

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Профессиональная ориентация	ОПК-1 Способен применять знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; рассматривать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода	ИД-1 ОПК-1 Знать: основные этапы и закономерности исторического развития мирового и отечественного искусства; категориально-понятийный аппарат художественно-проектной деятельности ИД-2 ОПК-1 Уметь: ориентироваться в художественных направлениях, стилях, явлениях мировой художественной культуры и искусства; применять знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности ИД-3 ОПК-1 Владеть: пространственным воображением, развитым художественным вкусом; методами разработки художественной концепции проекта, поиска вариантов проектных решений.

2.2 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-1 Способен применять методы научных исследований при создании дизайн-проектов и обосновывать новизну собственных концептуальных решений	<p>ИД-1 ПК-1 Знать: методы проведения научно-исследовательских работ; источники и современные технологии сбора информации для дизайнерских исследований; категориально- понятийный аппарат дизайнерской деятельности; источники и современные технологии сбора информации для дизайнерских исследований ИД-2ПК-1. Уметь: выбирать и систематизировать информацию по теме проектного задания; редактировать отобранную информацию по заданным параметрам ИД-3ПК-1. Владеть: навыками разработки художественной концепции проекта и поиска вариантов проектных решений, применения методов научных исследований при создании дизайн-проекта</p>

3. Содержание дисциплины

Понятие

территориального
брендинга.. Системы брендинг-идентификации
территории и ее
типология. Управление
брендом
территории:
ребрендинг,
редизайн и
рестайлинг. Глобальный
деловой брендинг. Туристический
брендинг. Индивидуальные занятия .