

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

Лейфа А.В. Лейфа

14 июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«ОСНОВЫ БРЕНДИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИЙ»

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль) образовательной программы – Графический дизайн

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2024

Форма обучения – Очная

Курс 2 Семестр 4

Зачет с оценкой 4 сем

Общая трудоемкость дисциплины 108.0 (академ. час), 3.00 (з.е)

Составитель Л.С. Станишевская, доцент, Член Союза дизайнеров России

Факультет дизайна и технологии

Кафедра дизайна

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.20 № 1015

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры дизайна

12.03.2024 г. , протокол № 7

Заведующий кафедрой Гаврилюк Е.А. Гаврилюк

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

14 июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Гаврилюк Е.А. Гаврилюк

14 июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

14 июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

14 июня 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

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

Задачи 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. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Курс относится к обязательным дисциплинам учебного плана. Для его освоения необходимы базовые знания и умения по истории, мировой художественной культуре, изобразительному искусству.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «Технологии полиграфии», «Технологии полиграфии», «Компьютерное проектирование в графическом дизайне», «Проектирование в графическом дизайне», «Основы теории и методологии в графическом дизайне», все виды практик и подготовка к защите ВКР.

При преподавании дисциплины учитываются особенности учебного плана подготовки по данному направлению, требования непрерывности дизайн-образования и укрепления междисциплинарных связей.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1 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	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

	эстетическими идеями конкретного исторического периода	профессиональной деятельности ИД-3 ОПК-1 Владеть: пространственным воображением, развитым художественным вкусом; методами разработки художественной концепции проекта, поиска вариантов проектных решений.
--	--------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.2 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	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

4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3.00 зачетных единицы, 108.0 академических часов.

- 1 – № п/п
- 2 – Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация
- 3 – Семестр
- 4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)
 - 4.1 – Л (Лекции)
 - 4.2 – Лекции в виде практической подготовки
 - 4.3 – ПЗ (Практические занятия)
 - 4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки
 - 4.5 – ЛР (Лабораторные работы)
 - 4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки
 - 4.7 – ИКР (Иная контактная работа)
 - 4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)
 - 4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)
- 5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

1	2	3	4									5	6	7
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9			
1	Понятие территориального брендинга.	4	2		4								6	Защита практических работ.
2	Системы брендидентификации территории и ее типология	4	4		8								24	Защита практических работ. Проверка итогового творческого задания по теме
3	Управление брендом территории: ребрендинг, редизайн и рестайлинг	4	4		8								8	Защита практических работ. Проверка итогового творческого задания по теме
4	Глобальный деловой брендинг	4	4		6								8	Защита практических работ. Проверка итогового творческого задания по теме
5	Туристический брендинг	4	4		8								9.6	Защита практических работ. Проверка итогового творческого задания по теме
6	Индивидуальные занятия	4							0.2					Проверка итогового творческого задания
8	Зачет с оценкой	4								0.2				
	Итого			18.0		34.0		0.0	0.2	0.2	0.0	0.0	55.6	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Понятие территориального брендинга.	Основные определения и понятия «бренд территории». Особенности и отличия территориального брендинга от корпоративного

		брендинга. Основные виды брендинга территорий: городской, региональный, страновой и национальный брендинг. Направления брендинга территорий: туристический, глобальный брендинг;
2	Системы брендидентификации территории и ее типология	Структура формирования восприятия территории для внешней и внутренней аудитории: ассоциации, стереотипы, мемы. Значение культурных и исторических достопримечательностей. Работа с облаком ассоциаций для стран мира и регионов. Инструменты формирования позитивного имиджа территорий; Основные тенденции идентификации территорий – от геральдики к айдентике. Система идентификации территории в современных корпоративных и медиа коммуникациях. Система бренда: айдентика и фирменный стиль территории, ее интеграция в навигацию, рекламную и информационную продукцию.
3	Управление брендом территории: ребрендинг, редизайн и рестайлинг	Особенности управления территориальным брендом. Основные стратегии и функции ребрендинга территории, изменение представлений и имиджа территории. Ребрендинг, редизайн и рестайлинг в территориальном брендинге — особенности и инструменты;
4	Глобальный деловой брендинг	Территориальный бренд как инструмент инвестиционной привлекательности и бизнес коммуникаций территории. Международные деловые мероприятия и форумы. Глобальные бренды – мировые кейсы;
5	Туристический брендинг	Туристический брендинг стран как инструмент привлечения туристов, идентификация стран в современных коммуникациях (интернет, тв, реклама). Работа с рациональными и иррациональными (эмоциональными) каналами коммуникаций в туристическом брендинге. Местные достопримечательности. Городской, экологический, пляжный, событийный туризм

5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Понятие территориального брендинга.	1 Основополагающая часть герба – щит. Его формы 2 Составные части герба. 3 Геральдические фигуры. Построить французский, испанский и варяжский щит. Выполнить копию герба одного из муниципального образования Амурской области. Выявление и учет оптимального образного стереотипа визуального восприятия. Классификатор.
Системы брендидентификации территории и ее типология	1 Символическое значение цвета в гербе 2 Символическое значение материала в гербе

	3 Правильное наименование в гербах: эмали, металлы, меха Выполнить копию герба из темы 2 согласно правилам изображения цветов в геральдике
Управление брендом территории: ребрендинг, редизайн и рестайлинг	1. постановка проблемы, анализ и графическое исследование. Выполнение графического листа №1. 2. Поиск образа. Выполнение графического листа №2. 3. разработка концептуального предложения 4. Разработать систему городской визуальной коммуникации. 5. Пиктограммы объектов.
Глобальный деловой брендинг	Разработка визуальных средств первого слоя. Переход от эргономической обусловленности к творческой свободе замысла и воплощения как в содержании, так и в форме.
Туристический брендинг	1. постановка проблемы, анализ и графическое исследование. Выполнение графического листа №1. 2. Поиск образа. Выполнение графического листа №2. 3. разработка концептуального предложения 4. Работа над графической подачей, макетом. 5. Имиджевая конструкция. Медиа-носители.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Понятие территориального брендинга.	Работа с литературой и Интернет-источниками; выполнение презентации по теме	6
2	Системы брендидентификации территории и ее типология	Работа с литературой и Интернет-источниками; выполнение творческих работ по теме	24
3	Управление брендом территории: ребрендинг, редизайн и рестайлинг	Работа с литературой и Интернет-источниками; выполнение творческих работ по теме	8
4	Глобальный деловой брендинг	Работа с литературой и Интернет-источниками; выполнение творческих работ по теме	8
5	Туристический брендинг	Работа с литературой и Интернет-источниками; завершение итоговой семестровой работы	9.6

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Практические занятия строятся на практическом освоении курса. Цель, которых, состоит в развитии профессиональной культуры, составляющую основу профессиональной деятельности в дизайне.

Самостоятельная работа направлена на формирование готовности к самообразованию, создания базы для непрерывного образования, развития созидательной и активной позиции студента. Самостоятельная работа студентов включает работу с учебной литературой, завершение и оформление творческих работ, подготовку к лабораторным работам (сбор и обработка материала по предварительно поставленной проблеме).

Основу преподавания дисциплины составляют технологии проблемного обучения, как наиболее отвечающие специфике профессиональной деятельности в этой сфере.

Интерактивная деятельность на занятиях по предполагает организацию и развитие диалогового общения, которое ведет к взаимопониманию, взаимодействию, к совместному решению общих, но значимых для каждого участника задач. Интерактив исключает доминирование как одного выступающего, так и одного мнения над другим. В ходе диалогового обучения студенты учатся критически мыслить, решать сложные проблемы на основе анализа обстоятельств и соответствующей информации, взвешивать альтернативные мнения, принимать продуманные решения, участвовать в дискуссиях, общаться с другими людьми. Для этого на занятиях организуются индивидуальная, парная и групповая работа, идет работа с документами и различными источниками информации, используются творческие работы.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, а также методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков отражены в фонде оценочных средств по дисциплине «Основы брендинга территорий».

Аттестация по дисциплине проводится в форме зачета с оценкой в 4 семестре. Студенты сдают зачет по утвержденным вопросам, хранящимся на кафедре. До зачета допускаются студенты, не имеющие задолженностей по практической части курса.

Примерные вопросы к зачету с оценкой

1. Роль и место визуальных коммуникаций в дизайне
2. Предистория коммуникаций. Дознаковый период
3. Письмо как главная и универсальная коммуникационная система
4. Реклама. основные понятия и носители
5. Средства и системы визуальных коммуникаций в городской среде
6. Средства визуальных коммуникаций в интерьере, внутренних пространствах зданий
7. Способы кодирования информации
8. Особенности проектирования визуальных коммуникаций для определенных групп граждан
9. Классификация и функция символов.
10. Основные понятия, категории и терминология международной символики и эмблематики. История возникновения наскальных рисунков, петроглифов и геоглифов.
11. Пиктограммы, идеограммы и логограммы.
12. Основные визуально-графические знаковые системы и алфавиты.
13. Базовые алфавиты. Замещающие алфавиты. Аналоговые системы.
14. Понятие рекламы. Рекламные средства.
15. Наружная реклама. Цель рекламы. Виды рекламных средств.
16. Графические приемы оформления фасадов, суперграфика, медиа-среда.
17. Типы знаков в городской среде.
18. Указатели, пиктограммы, таблички, рекламные объявления, плакаты и другие

средства информации в интерьерах общественных зданий.

19. Способы выявления и учета оптимального образного стереотипа визуального восприятия.

20. Пазиграфия. Современная пиктография.

21. Сигнальные азбуки.

22. Коды, символы и модели.

23. Кодирование цветом.

24. Объект и его цветографический текст.

25. Система и принципы кодирования информации в дизайне.

26. Цветографические алфавиты.

27. Визуальные коммуникации в городской среде для пожилых и инвалидов.

28. Информационные системы для маломобильных групп посетителей и людей с ограниченными возможностями

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) литература

1. Акатова, О. И. Проектирование визуальных коммуникаций : учебное пособие / О. И. Акатова, С. В. Кумова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2015. — 285 с. — ISBN 978-5-7433-2933-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/76503.html](https://www.iprbookshop.ru/76503.html) (дата обращения: 21.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: [https:// doi.org/10.23682/76503](https://doi.org/10.23682/76503)

2. Назарчук, А. В. Теория коммуникации в современной философии : учебник / А. В. Назарчук. — Москва : Прогресс-Традиция, 2009. — 320 с. — ISBN 5-89826-299-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/7208.html](https://www.iprbookshop.ru/7208.html) (дата обращения: 21.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Побединская, Е. А. Технологии брендинга территории : курс лекций / Е. А. Побединская, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 98 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/92765.html](https://www.iprbookshop.ru/92765.html) (дата обращения: 21.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Симонян, Т. В. Брендинг : учебное пособие / Т. В. Симонян, Ю. С. Князева. — Ростов-на-Дону : Донской государственный технический университет, 2018. — 118 с. — ISBN 978-5-7890-1564-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118026.html> (дата обращения: 21.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: [https:// doi.org/10.23682/118026](https://doi.org/10.23682/118026)

5. Визуальные коммуникации городской среды [Электронный ресурс] : сб. учеб.-метод. материалов для направления подготовки 54.03.01 "Дизайн", направленность (профиль) образ. программы "Граф. дизайн" / АмГУ, ФДиТ; сост. Л. С. Станишевская. - Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. - 18 с. - Режим доступа: [http:// irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8429.pdf](http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8429.pdf)

6. Фирсова, О. А. Продвижение бренда города на примере III литературной столицы России - города Орёл : курс лекций / О. А. Фирсова. — Орел : Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2019. — 57 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/95417.html](https://www.iprbookshop.ru/95417.html) (дата обращения: 21.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	7-Zip	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL

		http://www.7-zip.org/license.txt .
2	Corel DRAW Graphics Suite X7	Educational Lic (5-50) Сублицензионный договор №222 от 11.12.2015.
3	Blender	Бесплатное распространение по лицензии GNU GPL http:// download.blender.org/ release/ GPL- license.txt и Apache License, Version 2.0 https:// opensource.org/ licenses/Apache-2.0
4	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL https://ru.libreoffice.org/about-us/license/
5	Google Chrome	Бесплатное распространение по лицензии google chromium http:// code.google.com/ intl/ ru/ chromium/ terms.html на условиях https:// www.google.com/ chrome/ browser/privacy/eula_text.html .
6	Программный комплекс «КонсультантПлюс»	Лицензия коммерческая по договору №21 от 29 января 2015 года.
7	ЭБС IPRbooks http:// www.iprbookshop.ru	Электронно- библиотечная система IPRbooks — научно- образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования. ЭБС IPRbooks в полном объеме соответствует требованиям законодательства РФ в сфере образования
8	ЭБС Издательства «Лань». http:// e.lanbook.com	Ресурс, включающий в себя как электронные версии книг издательства «Лань» и других ведущих издательств учебной литературы, так и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.
9	ЭБС ЮРАЙТ https://urait.ru	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований. Учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.
10	Научная электронная библиотека https:// elibrary.ru	Научная электронная библиотека, в которой собраны электронные публикации по наиболее актуальным темам цифровой фотографии

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	http:// houseofbuttons.tumblr.c om.	Ресурс для дизайнеров
2	https:// www.creativebloq.com/ computer-arts-magazine.	Международный интернет- журнал о цифровом искусстве.
3	https://infogra.ru.	ресурс для дизайнеров, на котором размещены статьи, уроки, обзоры и рецензии на книги, курсы и программы.
4	http:// www.adobe.com/	Профессиональные макеты для печати и цифровой

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

1. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы
2. Специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: учебная мебель, доска, smart телевизор, персональные компьютеры. Выход в Интернет.
3. Наглядные пособия выполнения практических работ из методического фонда кафедры.
4. Стенды по темам курсовых и дипломных проектов в аудиториях и учебном корпусе.
5. Примеры выполнения практических, курсовых и дипломных работ на электронных носителях.

Самостоятельная работа обучающегося осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой и возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся по программе бакалавриата.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен в рабочей программе дисциплины и подлежит ежегодному обновлению.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.