

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.07 ГРАФИЧЕСКАЯ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ В БРЕНД-ДИЗАЙНЕ
(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа)

Цель дисциплины: формирование у студентов знаний, умений и навыков в графической визуализации элементов фирменного стиля.

Задачи дисциплины: изучить формы и методы разработки элементов фирменного стиля, теорию цвета, особенности зрительного восприятия; рассмотреть новые информационные технологии графического и коммуникативного дизайна; овладеть навыками композиции, создания графических элементов средствами компьютерной графики; приобрести умения разработки основных и дополнительных фирменных элементов; развить образное мышление, творческое воображение, ассоциации и др.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Графическая визуализация в бренд-дизайне» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Освоению дисциплины «Графическая визуализация в бренд-дизайне» предшествует изучение дисциплин обязательной и вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)»: Б1.О.02 – «Современные информационные технологии в профессиональной деятельности», Б1.В.01 – «Интегрированные экосистемы бренда».

Базовые знания, осваиваемые при изучении «Графическая визуализация в бренд-дизайне» являются предшествующими прохождению дисциплин «Дизайн цифровых интерфейсов (UX/UI-дизайн)», «Инфографика и продвижение продуктов на маркетплейсах», «Практикум по дизайну личного бренда», «Практикум по креативному брендингу».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга	
ИПК 2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в торговой организации	<i>Знает:</i> формы и методы разработки элементов фирменного стиля, новые информационные технологии графического и коммуникативного дизайна
	<i>Умеет:</i> создавать графические элементы средствами компьютерной графики; разрабатывать систему визуальных элементов, формируемых узнаваемый образ бренда
	<i>Владеет:</i> формами и методами подачи визуальных элементов бренда

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ИПК 2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации	<i>Знает:</i> основы визуального оформления материала для успешного продвижения бренда
	<i>Умеет:</i> разрабатывать визуальную концепцию бренда для успешного продвижения интегрированной системы маркетинговых коммуникаций
	<i>Владеет:</i> навыками графической визуализации бренда для успешного продвижения интегрированной системы маркетинговых коммуникаций

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа	
			Л	ПЗ	ЛР	СРС	КСРС
1	2						
1.	Основы стиля и композиции. Теория цвета.	18	2	-	-	16	-
2.	Типографика и модульная компоновка элементов на печатной странице	18	2	-	-	16	-
3.	Разработка элементов фирменного стиля	8	-	2	-	6	-
4.	Основы работы с растровой и векторной графикой	8	-	2	-	6	-
5.	Создание дизайн концепта фирменного стиля	16	-	4	-	12	-
	ИТОГО по разделам дисциплины	68	4	8	-	56	-
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2					
	Контроль	3,8					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72					

Курсовые работы: Не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет (1 курс)

Автор: доцент Т.В. Белая