

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шутов Олег Леонтьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.06.2026 20:07:11
Уникальный программный ключ:
6892313c2153d214b87fca0fd68c13fa12d41989

ТЕХНИЧЕСКИЙ ЛАНДШАФТНЫЙ ДИЗАЙН

54.03.01 Дизайн

2026 год набора

Приложение В

к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн,
утвержденной приказом от 15.06.2026 г. № 64-О

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КУБАНСКИЙ ИНСТИТУТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»
(АНОО ВО «КИПО»)**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.23 Основы брендинга

Направление подготовки

54.03.01 ДИЗАЙН

Направленность (профиль)

Технический и ландшафтный дизайн

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

очная/очно-заочная

Год набора

2026

ТЕХНИЧЕСКИЙ ЛАНДШАФТНЫЙ ДИЗАЙН

54.03.01 Дизайн

2026 год набора

Рабочая программа дисциплины (модуля) Б1.О.23 «Основы брендинга» предназначена для реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования.

Составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (Приказ Минобрнауки РФ от 13.08.2020 г. № 1015, зарегистрирован в Минюсте РФ 27.08.2020 г. № 59498).

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)
 - 1.1 Цель освоения дисциплины (модуля)
 - 1.2 Задачи дисциплины (модуля)
 - 1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
 - 1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Структура и содержание дисциплины (модуля)
 - 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины (модуля) по видам работ
 - 2.2 Содержание дисциплины (модуля)
 - 2.3 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)
4. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
 - 4.1. Структура оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Типовые задания для текущего контроля и вопросы (теоретические и практические) для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение по дисциплине (модулю)

1.1 Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины Б1.О.23 «Основы брендинга» является формирование у обучающихся способности применять знания в области истории и теории дизайна для анализа и систематизации визуальных и вербальных атрибутов бренда, а также для разработки концепции идентичности бренда с учетом эстетических идей и культурно-исторического контекста.

1.2 Задачи дисциплины

Анализировать эволюцию визуальных коммуникаций и формирование марочных изделий в контексте развития художественных стилей и исторических периодов.

Выявлять влияние эстетических и философских идей различных эпох (античность, модерн, постмодернизм) на формирование идентичности и имиджа современных брендов.

Классифицировать виды брендов, структуры брендовой идентичности и модели бренд-портфеля на основе анализа исторически сложившихся художественных школ и направлений в дизайне (в соответствии с индикатором ОПК-1.3).

Систематизировать вербальные и визуальные атрибуты бренда (нейминг, логотип, фирменный стиль, аудиоидентификация) с учетом основных отличительных черт художественных направлений XX-XXI веков.

Применять методы искусствоведческого анализа для оценки и формирования имиджа бренда, соотнося дизайн-решения с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.23 «Основы брендинга» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и 2 курсе очно-заочной форме обучения.

Вид промежуточной аттестации: зачет.

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

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

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения результатов обучения по дисциплине	Планируемые результаты обучения
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	ОПК-1.1. Анализирует искусствоведческие, религиозные, философские и эстетические идеи различных исторических периодов и их влияние на эстетические концепции ОПК-1.2. Применяет методы анализа искусствоведческих произведений в контексте соотнесения развития искусства и дизайна с историческими периодами ОПК-1.3. Классифицирует и систематизирует исторически сложившиеся художественные школы и направления, выявляя и раскрывая их основные отличительные черты	Знать: ключевые этапы эволюции визуальных коммуникаций от наскальной живописи до цифровой эпохи; влияние философских и эстетических идей античности, средневековья, возрождения, модерна, авангарда, постмодернизма на формирование визуальной идентичности; формально-стилистический, иконографический и семиотический методы анализа произведений искусства и дизайна; историю развития

ТЕХНИЧЕСКИЙ ЛАНДШАФТНЫЙ ДИЗАЙН

54.03.01 Дизайн

2026 год набора

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения результатов обучения по дисциплине	Планируемые результаты обучения
		<p>типографики, орнамента, цветовых систем и композиционных приемов; типологию и классификацию художественных школ и направлений (готика, барокко, классицизм, романтизм, ар-деко, поп-арт, минимализм и др.) и их формальные признаки (композиция, колорит, фактура, характер линий).</p> <p>Уметь: систематизировать визуальные атрибуты бренда (логотип, цветовая гамма, типографика) на основе анализа их принадлежности к той или иной художественной традиции; применять методы искусствоведческого анализа при разработке концепции идентичности бренда, обосновывая дизайн-решения примерами из истории искусств и дизайна; выявлять и интерпретировать отсылки к историческим художественным стилям и школам в элементах фирменного стиля современных брендов; методами искусствоведческого анализа для оценки соответствия визуальной идентичности бренда культурно-историческому контексту; навыками деконструкции визуальных образов бренда для выявления их историко-культурных корней и эстетических парадигм.</p> <p>Владеть: методами искусствоведческого анализа для оценки соответствия визуальной идентичности бренда культурно-историческому контексту; навыками деконструкции визуальных образов бренда для выявления их историко-культурных корней и эстетических парадигм; навыками построения визуально-стилистических рядов, демонстрирующих эволюцию дизайна брендов в контексте смены художественных эпох.</p>

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 час.), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ		Всего часов		
		ОФО	ОЗФО	ЗФО
Контактная работа, в том числе:		54	24	-
Аудиторные занятия (всего):		54	24	-
занятия лекционного типа		18	6	-
практические занятия		36	18	-
Иная контактная работа:		-	-	-
Контрольная работа		-	-	-
Курсовая работа		-	-	-
Самостоятельная работа, в том числе:		54	84	-
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины		34	44	-
Подготовка к текущему контролю		20	49	-
Контроль:		-	-	-
Промежуточная аттестация (зачет)		-	-	-
Общая трудоёмкость	час.	108	108	
	в том числе контактная работа	54	24	
	зач. ед	3	3	

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе (очная форма обучения)

№	Наименование темы/раздела	Количество часов				
		Всего	В том числе в виде практической подготовки	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа (СР)
Л	ПЗ					
1.	Тема 1. Бренд как феномен визуальной культуры. Эволюция знаков и символов: от первобытного тотема к современному логотипу. Понятие бренда, марочного изделия в историческом контексте.	16	-	2	4	10

ТЕХНИЧЕСКИЙ ЛАНДШАФТНЫЙ ДИЗАЙН

54.03.01 Дизайн

2026 год набора

2.	Тема 2. Архитектура бренда: композиция и форма. Влияние античных ордеров и принципов классицизма на структуру визуальной идентичности. Пропорционирование в логотипе.	16	-	2	4	10
3.	Тема 3. Колористика бренда: от символики цвета к фирменному цвету. Цвет в религиозном искусстве (иконопись, витражи готики). Теория цвета Гёте, Иттена. Рождение «фирменных цветов» в XX век	20	-	4	8	8
4.	Тема 4. Типографика и шрифт как отражение эпохи. История шрифта: от венецианской антиквы до гротесков XX века. Влияние стилей (модерн, конструктивизм, ар-деко) на формообразование шрифтовых гарнитур и логотипов.	20	-	4	8	8
5.	Тема 5. Брендинг в контексте художественных стилей XIX–XXI вв. Промышленная революция и первые бренды. Эстетика модерна в дизайне упаковки (А. Муха, Ч. Р. Макинтош). Конструктивизм, Баухаус и функциональный дизайн бренда. Постмодернизм, семиотика и создание брендов-аттракционов.	20	-	4	8	8
6.	Тема 6. Архетипы и мифология в современном брендинге. Теория архетипов К.Г. Юнга и ее применение в дизайне идентичности. Мифопоэтика в рекламе и упаковке. Национальные культурные коды в дизайне брендов (русский авангард, французское барокко, японский минимализм).	16	-	2	4	10
ИТОГО по разделам дисциплины		108	-	18	36	54
Контрольная работа		-	-	-	-	-
Курсовая работа		-	-	-	-	-
Промежуточная аттестация (зачет)		-	-	-	-	-
Общая трудоемкость по дисциплине		108	-	18	36	54

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 4 курсе (очно-заочная форма обучения)

№	Наименование темы/раздела	Количество часов				
		Всего	В том числе в виде практической подготовки	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа (СР)
				Л	ПЗ	
1.	Тема 1. Бренд как феномен визуальной культуры. Эволюция знаков и символов: от первобытного тотема к современному логотипу. Понятие бренда, марочного изделия в историческом контексте.	17	-	1	3	13

2.	Тема 2. Архитектура бренда: композиция и форма. Влияние античных ордеров и принципов классицизма на структуру визуальной идентичности. Пропорционирование в логотипе.	17	-	1	3	13
3.	Тема 3. Колористика бренда: от символики цвета к фирменному цвету. Цвет в религиозном искусстве (иконопись, витражи готики). Теория цвета Гёте, Иттена. Рождение «фирменных цветов» в XX век	19	-	1	3	15
4.	Тема 4. Типографика и шрифт как отражение эпохи. История шрифта: от венецианской антиквы до гротесков XX века. Влияние стилей (модерн, конструктивизм, ар-деко) на формирование шрифтовых гарнитур и логотипов.	19	-	1	3	15
5.	Тема 5. Брендинг в контексте художественных стилей XIX–XXI вв. Промышленная революция и первые бренды. Эстетика модерна в дизайне упаковки (А. Муха, Ч. Р. Макинтош). Конструктивизм, Баухаус и функциональный дизайн бренда. Постмодернизм, семиотика и создание брендов-аттракционов.	19	-	1	3	15
6.	Тема 6. Архетипы и мифология в современном брендинге. Теория архетипов К.Г. Юнга и ее применение в дизайне идентичности. Мифопоэтика в рекламе и упаковке. Национальные культурные коды в дизайне брендов (русский авангард, французское барокко, японский минимализм).	19	-	1	3	15
	ИТОГО по разделам дисциплины	108	-	6	18	84
	Контрольная работа	-	-	-	-	-
	Курсовая работа	-	-	-	-	-
	Промежуточная аттестация (зачет)	-	-	-	-	-
	Общая трудоемкость по дисциплине	108	-	6	18	84

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, СР – самостоятельная работа обучающегося

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.3 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине)

Самостоятельная работа – это индивидуальная познавательная деятельность обучающегося как на аудиторных занятиях, так и во внеаудиторное время. Самостоятельная работа должна быть многогранной и иметь четко выраженную направленность на формирование конкретных компетенций.

Цель самостоятельной работы – овладение знаниями, профессиональными умениями и навыками, опытом исследовательской деятельности и обеспечение формирования профессиональных компетенций, воспитание потребности в самообразовании, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на углубленное изучение разделов и тем рабочей программы. Самостоятельная работа предполагает изучение литературных источников, выполнение контрольных заданий и работ, проведение исследований разного характера. Работа основывается на анализе литературных источников и других материалов, а также реальных фактов, личных наблюдений.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по заданной проблеме курса, написание реферата (доклада, эссе), исследовательской работы по заданной проблеме;
- выполнение задания по пропущенной или плохо усвоенной теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку (отдельные темы, параграфы);
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к промежуточной аттестации.

№ п/п	Вид учебно-методического обеспечения
1.	Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся.
2.	Методические рекомендации по изучению дисциплины.
3.	Вопросы для письменного/устного собеседования, реферат, сообщение, доклад, эссе, практико-ориентированные задания, мини-кейсы, задания в виде расчетных задач, ситуационные задачи.

Задания для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине Б1.О.23 «Основы брендинга» представлены в учебно-методическом отделе.

Контроль результатов самостоятельной работы обучающихся может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия и внеаудиторную самостоятельную работу обучающихся по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) при изучении данной дисциплины предоставлена возможность выбора технологий обучения в зависимости от степени заболевания и осознания своей деятельности. При этом содержание программы дисциплины не изменяется, изменяются, как правило, форма обучения и образовательные технологии. Также обучающимся, имеющим инвалидность, и лицам с ограниченными возможностями здоровья созданы условия комфортного психологического климата в процессе обучения и возможности оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, проблемное обучение, модульная технология, подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа обучающихся.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в

использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, анализа педагогических задач, педагогического эксперимента, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины Б1.О.23 «Основы брендинга». Материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации размещены в фонде оценочных средств по дисциплине Б1.О.23 «Основы брендинга».

4.1. Структура оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Код и наименование индикаторов достижения результатов обучения по дисциплине	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ОПК-1.1. Анализирует искусствоведческие, религиозные, философские и эстетические идеи различных исторических периодов и их влияние на эстетические	Знать: ключевые этапы эволюции визуальных коммуникаций от наскальной живописи до цифровой эпохи; влияние философских и эстетических идей античности, средневековья, возрождения, модерна, авангарда, постмодернизма на формирование визуальной идентичности;	Подготовка докладов/сообщений, вопросы для обсуждения по темам, задания открытого и закрытого типа	Вопросы на зачете
2	ОПК-1.2. Применяет методы анализа искусствоведческих произведений в контексте соотнесения развития искусства и дизайна с историческими периодами	формально-стилистический, иконографический и семиотический методы анализа произведений искусства и дизайна; историю развития	Подготовка докладов/сообщений, вопросы для обсуждения по темам, задания открытого и закрытого типа	Вопросы на зачете

3	<p>ОПК-1.3. Классифицирует и систематизирует исторически сложившиеся художественные школы и направления, выявляя и раскрывая их основные отличительные черты</p>	<p>типографики, орнамента, цветовых систем и композиционных приемов; типологию и классификацию художественных школ и направлений (готика, барокко, классицизм, романтизм, ар-деко, поп-арт, минимализм и др.) и их формальные признаки (композиция, колорит, фактура, характер линий). Уметь: систематизировать визуальные атрибуты бренда (логотип, цветовая гамма, типографика) на основе анализа их принадлежности к той или иной художественной традиции; применять методы искусствоведческого анализа при разработке концепции идентичности бренда, обосновывая дизайн-решения примерами из истории искусств и дизайна; выявлять и интерпретировать отсылки к историческим художественным стилям и школам в элементах фирменного стиля современных брендов; методами искусствоведческого анализа для оценки соответствия визуальной идентичности бренда культурно-историческому контексту; навыками деконструкции визуальных образов бренда для выявления их историко-культурных корней и эстетических парадигм. Владеть: методами искусствоведческого анализа для оценки соответствия визуальной идентичности бренда культурно-историческому контексту; навыками деконструкции визуальных образов бренда для выявления их историко-культурных корней и эстетических парадигм;</p>	<p>Подготовка докладов/сообщений, вопросы для обсуждения по темам, задания открытого и закрытого типа</p>	<p>Вопросы на зачете</p>
---	--	---	---	--------------------------

		навыками построения визуально-стилистических рядов, демонстрирующих эволюцию дизайна брендов в контексте смены художественных эпох.		
--	--	--	--	--

4.2. Типовые задания для текущего контроля и вопросы (теоретические и практические) для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Задания для текущего контроля и вопросы (теоретические и практические) для промежуточной аттестации, необходимые для оценки образовательных достижений обучающихся.

Текущий контроль успеваемости для обучающихся

Задания с выбором ответов

1. Производственный бренд:
 - а) привязан к конкретному клиенту;
 - б) ориентирован на повсеместные продажи;
 - в) распространен в ограниченном кругу клиентов.

2. Совместное выступление нескольких брендов на рынке - это...
 - а) ко-брендинг;
 - б) ду-брендинг;
 - в) он-брендинг.

3. Кто принимает решения в мире брендов на основе отношений?
 - а) производитель;
 - б) бренд;
 - в) потребитель.

5. Какое измерение бренда описывает воспринимаемую ценность продукта?
 - а) функциональное;
 - б) социальное;
 - в) ментальное.

Шкала оценивания результатов по заданиям для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине

% верных решений (ответов)	Шкала оценивания
85-100	5 - отлично
71-84	4 - хорошо
50-70	3 - удовлетворительно
0-49	2 - неудовлетворительно

Текущий контроль успеваемости для обучающихся по очной форме

Контрольная работа представляет собой систематическое, достаточно полное изложение авторского решения соответствующей проблемы и выполнение заданий в рамках дисциплины, которая является одним из видов текущего контроля успеваемости обучающихся очной формы обучения.

Цели контрольной работы:

- проверка и оценка знаний обучающихся;
- закрепление практических навыков применения теоретических подходов и методов анализа на учебных примерах и задачах;
- получение информации об уровне самостоятельности и активности обучающегося, об эффективности форм и методов учебной работы.

Контрольные работы выполняются обучающимися в сроки, предусмотренные учебным планом и календарным учебным графиком.

Контрольная работа выполняется в рукописном или в печатном (компьютерном) варианте на листах формата А4 в 1 экземпляре с соблюдением установленного формата. Текст набирается шрифтом Times New Roman 12, через 1 интервал, абзацный отступ - 1,25 см, выравнивание по ширине страницы. Страница должна иметь следующие поля: левое - 25 мм, правое - 10 мм, верхнее и нижнее - 20 мм. Титульный лист содержит информацию об обучающемся выполнившим контрольную работу (ФИО обучающегося, направление подготовки, группа); наименование дисциплины; ФИО преподавателя, проверяющего работу.

Задания для контрольных работ разрабатываются преподавателем дисциплины по вариантам, которые содержат:

- 1) Задание в форме ответа на теоретический вопрос по теме (разделу) – объем не более 2-3 страниц;
- 2) Задания, составленные в форме тестов (2 задания открытого и закрытого типа, разработанные в фонде оценочных средств).

Готовая контрольная работа в электронном виде прикрепляется в электронную образовательную среду Moodle в профиль обучающегося выполнившего работу до начала сессии. Если работа в рукописном варианте, то она должна быть отсканирована и прикреплена.

Шкала и критерии оценивания контрольной работы

№ п/п	Критерии	Зачтено
Теоретический вопрос		
1	Глубина проработки материала	Основные теоретические положения по вопросу раскрыты. Имеются элементы обоснования выводов
2	Представление	Имеются элементы систематизации информации, факты применения профессиональной терминологии
3	Использование рекомендованной литературы	Основные источники рекомендованной литературы использованы
4	Грамотность изложения и качество оформления	Продемонстрирована культура речи. Соблюдены основные требования к оформлению
Выполнение тестовых заданий		

Если работа не отвечает названным критериям, выставляется оценка «не зачтено».

Зачтено-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

Теоретические вопросы к зачету

1. Понятие бренда в контексте истории визуальных коммуникаций: от клейма ремесленника до глобальной корпоративной идентичности.
2. Влияние античной философии (Платон, Аристотель) на формирование понятий «идея», «образ», «подражание» в дизайне бренда.
3. Символика и иконография средневековья: роль геральдики и цеховых знаков в формировании протобрендов.

4. Эстетика Возрождения и принципы гуманизма в современном брендинге (перспектива, анатомия, гармония).
5. Влияние стиля модерн (ар-нуво) на дизайн упаковки и формирование первого узнаваемого фирменного стиля (на примерах).
6. Формально-стилистический метод анализа: как выявить принадлежность логотипа к определенной художественной школе.
7. Семиотический анализ бренда: понятия денотата и коннотата в дизайне логотипа.
8. История разработки фирменных цветов: Tiffany Blue, Ferrari Red, Coca-Cola Red – культурные и технологические причины выбора.
9. Возникновение и эволюция шрифтовой антиквы: от Траяновой колонны до шрифтов Adobe.
10. Конструктивизм и Баухаус как фундамент современного промышленного дизайна и брендинга (К. Малевич, В. Татлин, Л. Мохой-Надь).
11. Постмодернизм в брендинге: цитирование, ирония, деконструкция (бренды Benetton, Diesel, «Мемфис»).
12. Минимализм и его влияние на визуальную идентичность брендов XXI века (Apple, Muji, Aesop).
13. Ар-деко: геометрия роскоши в дизайне брендов автомобильных, ювелирных и парфюмерных домов.
14. Психоанализ и теория архетипов К.Г. Юнга как основа для создания эмоциональной связи с брендом.
15. Барокко и рококо: формирование концепции «бренда-люкса» через избыточность декора и чувственность.
16. Влияние русского авангарда на мировую типографику и дизайн политических и модных брендов.
17. Технологии и материалы как катализатор стиля: влияние промышленной революции и цифровой эпохи на дизайн бренда.
18. Понятие «эстетическая концепция бренда»: как философские идеи эпохи формируют визуальный язык.
19. Принципы композиционного построения в логотипе на основе «золотого сечения» и модульных сеток (Ле Корбюзье).
20. Эволюция упаковки: от функциональной обертки к арт-объекту (история дизайна упаковки).
21. Методика искусствоведческого анализа дизайн-проекта бренда (композиция, цвет, линия, фактура, техника).
22. Феномен «логотип-икона»: культурное наследие и художественная ценность (CBS, Nike Swoosh, Apple).
23. Скорость и динамика в дизайне XX века: футуризм и его влияние на брендинг спортивных и автомобильных марок.
24. Региональные школы дизайна: скандинавский дизайн (функциональность, натуральность) и японский дизайн (моно-но аварэ, ваби-саби) в брендинге.
25. Brand-арт: превращение бренда в объект современного искусства (Энди Уорхол, Китай, Джефф Кунс).
26. Понятие «фирменный стиль» как система. Связь между логотипом, цветом и шрифтом в различных исторических стилях.
27. Роль орнамента в создании идентичности бренда: от греческого меандра до узоров Уильяма Морриса.
28. Плакат как предшественник современного брендинга (Тулуз-Лотрек, Кассандр, Родченко).

29. Гендерные аспекты в истории дизайна брендов: эволюция представлений о «женском» и «мужском» визуальном языке.

30. Будущее брендинга: киберпанк, биодизайн и возвращение к античным идеалам как вечный цикл стилей.

Практические задания к зачету

1. Искусствоведческая атрибуция логотипа. Вам представлен логотип неизвестного (или известного) бренда. Определите, какому историческому художественному стилю (конструктивизм, модерн, ар-деко, поп-арт, минимализм) он подражает или цитирует. Обоснуйте свой ответ, указав на конкретные визуальные признаки (форма, цвет, тип линий, композиция).

2. Разработка мудборда. Разработайте мудборд (визуальный коллаж) для визуальной идентичности гипотетического бренда (например, «кофейня», «ателье», «велосипедная мастерская») в эстетике заданного стиля (например, **Венский сецессион** или **Советский конструктивизм**). К каждому элементу коллажа дайте комментарий, объясняющий его художественную значимость.

3. Кейс-анализ «Ребрендинг как смена стиля». Выберите один известный бренд (например, Burberry, Pringles, Zara) и проанализируйте эволюцию его логотипа и фирменного стиля за последние 50-100 лет. Соотнесите каждый этап изменений с доминирующими художественными направлениями соответствующего периода. Объясните, какие выводы о трансформации вкусов аудитории можно сделать на основе этого анализа.

4. Создание концепции идентичности. На основе анализа 2-3 произведений классического искусства (например, картины Боттичелли, скульптуры Родена, афиши Тулуз-Лотрека) предложите и обоснуйте цветовую гамму и типографику для нового косметического бренда. Кратко опишите, как философия или эстетика выбранных произведений транслируется в ваши дизайн-решения.

5. Исправление стилистической ошибки. Дан логотип бренда, претендующего на «премиальность», выполненный гротеском (рубленным шрифтом) и кислотно-зеленым цветом. С помощью методов искусствоведческого анализа докажите, почему эта пара сочетаний стилистически не соответствует заявленному позиционированию. Предложите корректную с исторической точки зрения замену (типографику и цвет) с обоснованием.

Критерии оценивания промежуточной аттестации: зачет

Оценка	Критерии оценивания по зачету
«зачтено»	заслуживает обучающийся, полностью или практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
«не зачтено»:	заслуживает обучающийся, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

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

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Результат обучения считается сформированным, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях обучающийся исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, обучающийся способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Результат обучения считается несформированным, если обучающийся при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий

самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях практического типа

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение по дисциплине (модулю)

Основная литература:

1. Морозова, А.Л., Технология создания и развитие личного бренда для специалистов, экспертов, предпринимателей: учебное пособие / А.Л. Морозова. — Москва : Русайнс, 2022. — 102 с. — ISBN 978-5-4365-9018-9. — URL:<https://book.ru/book/942728>
2. Факторный анализ как метод исследования бренда : монография / К.А. Аржанова, Г.В. Довжик, П.О. Щукина [и др.]. — Москва : Русайнс, 2021. — 125 с. — ISBN 978-5-4365-8879-7. — URL:<https://book.ru/book/942348>

Дополнительная литература

3. Мкртчян, С.В., Креативные управленческие решения на основе анализа данных и бренд-дизайна : монография / С.В. Мкртчян, М.В. Холод. — Москва : Русайнс, 2020. — 154 с.

— ISBN 978-5-4365-5547-8. — URL:<https://book.ru/book/938098>

4. Герасименко В.В. Бренд-менеджмент : учебное пособие / Герасименко В.В., Очковская М.С. — Москва : МГУ, 2016. — 100 с. — ISBN 978-5-906783-35-6. — URL: <https://book.ru/book/938493>

Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС) и базы данных

Доступ к ЭБС предоставляется из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории Института, так и вне ее (удаленный доступ).

1. Образовательная платформа «ЮРАЙТ» - URL: <https://urait.ru/>
2. Электронно-библиотечная система «BOOK.ru» - URL: <https://www.book.ru> .
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - URL: <https://elibrary.ru>
4. КиберЛенинка - URL: <https://cyberleninka.ru>

Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система «Консультант Плюс» - доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки и компьютерных классов.

Профессиональные базы данных и ресурсы свободного доступа

Профессиональные сообщества и организации в области дизайна

1. Союз Дизайнеров России - URL: <https://sdrussia.ru/> (общероссийская общественная организация, охватывающая все направления дизайна: промышленный, коммуникативный, средовой, текстильный и др.).

2. Международная общественная ассоциация «Союз дизайнеров» - URL: <https://www.moasd.ru>.

3. Ассоциация дизайнеров и декораторов интерьера (АДДИ) - URL: <https://rusdecor.ru>.

4. Профессиональное сообщество дизайнеров Archiprofi - URL: <https://archiprofi.ru/>.

5. Творческое сообщество профессионалов в сфере дизайна интерьера Decoclub - URL: <http://decoclub.pro>.

6. Независимое творческое объединение «Союз архитекторов и дизайнеров» (САДПРО) - URL: <http://sadpro.pro>.

7. Онлайн-журнал по дизайну и декору интерьера 4living.su - URL: <https://www.4living.su/>.

Научные базы данных зарубежных издательств (открытый доступ)

8. ScienceDirect - URL: <https://www.sciencedirect.com/> (содержит более 600 журналов издательства Elsevier, включая издания по искусству, дизайну, социальным наукам; в открытом доступе – свыше 250 тыс. статей).

9. Springer Link - URL: <https://link.springer.com/> (база научных публикаций издательства Springer; предоставляется открытый доступ к ряду статей по разным научным направлениям).

10. Directory of Open Access Journals (DOAJ) - URL: <https://www.doaj.org/> (справочник полнотекстовых рецензируемых научных журналов открытого доступа).

11. Central and Eastern European Online Library (C.E.E.O.L.) - URL: <https://www.ceeol.com/> (электронная библиотека, предоставляющая доступ к полным текстам журналов и книг по социальным и гуманитарным наукам, включая искусствоведение).

Официальные ресурсы и стандарты

12. Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) - URL: <https://www.rst.gov.ru/> (доступ к информации о национальных стандартах, в области дизайна и проектирования).

13. Министерство культуры Российской Федерации - URL: <https://culture.gov.ru/>.

Образовательные и справочные порталы

14. Федеральный портал «Российское образование» - URL: <http://www.edu.ru/>.

15. Российское общество «Знание» - URL: <https://znanierussia.ru/>.
 16. Справочно-информационный портал «Грамота.ру» - URL: <http://gramota.ru/> (русский язык и культура речи).
 17. Образовательный портал «Учеба» - URL: <http://www.ucheba.com/>.
 18. Словари и энциклопедии на Академикe - URL: <https://dic.academic.ru/>.
- Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения (ПО).

Образовательные и справочные порталы

1. Федеральный портал «Российское образование» - URL: <http://www.edu.ru/>.
2. Российское общество «Знание» - URL: <https://znanierussia.ru/>.
3. Справочно-информационный портал «Грамота.ру» - URL: <http://gramota.ru/> (русский язык и культура речи).
4. Образовательный портал «Учеба» - URL: <http://www.ucheba.com/>.
5. Словари и энциклопедии на Академикe - URL: <https://dic.academic.ru/>.
6. Проект Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина «Образование на русском» - URL: <https://pushkininstitute.ru/>.

Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения:

1. LibreOffice - офисный пакет
2. PDFedit – программа для работы с pdf
3. Yandex Browser – браузер
4. Менеджер архивов
5. Libre Base – программа для работы с БД
6. Inkscape – ПО для компьютерной графики
7. DIA – ПО для блока схем и диаграмм
8. GiMP - Программа обработки изображений

Перечень материально-технического обеспечения включает:

учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий практического (семинарского) типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы оснащенные компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

Наименование помещения. Перечень основного оборудования	Адрес
Учебная аудитория № 216 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и практического типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации. Оборудование: рабочее место преподавателя (1); рабочие места обучающихся (36); ноутбук с лицензионным ПО (LibreOffice) и возможностью выхода в интернет (1); мультимедийное оборудование (1); доска учебная (1); книжный шкаф (1); сплит-система(1); учебно-наглядные пособия; доступ в электронную информационно-образовательную среду Института.	350002, Краснодарский край, г. Краснодар, Центральный внутригородской округ, ул. им. Леваневского, д. 187/1
Аудитория № 218 Помещение для самостоятельной работы обучающихся Оборудование:	350002, Краснодарский край, г. Краснодар, Центральный

ТЕХНИЧЕСКИЙ ЛАНДШАФТНЫЙ ДИЗАЙН

54.03.01 Дизайн

2026 год набора

рабочие места обучающихся (17); персональный компьютер с лицензионным ПО и возможностью выхода в Интернет (17); книжный шкаф (1); сплит-система (1); учебно-наглядные пособия; доступ в электронную информационно-образовательную среду Института.	внутригородской округ, ул. им. Леваневского, д. 187/1
--	---