



Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Чернігівська політехніка»
*Навчально-науковий інститут інженерії, виробництва та
будівництва*
Кафедра архітектури та дизайну

СИЛАБУС

БРЕНД, БРЕНДИНГ І АЙДЕНТИКА

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Савченко О. В.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

«03» вересня 2024 р.

Розробник (-и): Шабардіна Юлія Володимирівна., доц.

(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь і вчене звання)

(підпис)

Робочу програму навчальної дисципліни обговорено на засіданні кафедри архітектури та дизайну

Протокол від « 03 » вересня 2024 р. № 11

Узгоджено з гарантом освітньої програми:

(підпис)

Пономаревська О. І.

(прізвище та ініціали)

Назва навчальної дисципліни	БРЕНД, БРЕНДИНГ І АЙДЕНТИКА Вибіркова дисципліна професійного циклу ВБ-3
Мова викладання	Українська
Курс та семестр вивчення	Другий (магістерський) рівень вищої освіти 1 курс 1 семестр Освітньо-професійна програма – ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
Викладач (-і)	к.е.н., доц. Шабардіна Юлія Володимирівна, доцент кафедри архітектури та дизайну середовища
Профайл викладача (-ів)	https://kpcb.stu.cn.ua/sost-kaf/shabardina-yuliya-volodymyrivna/
Контакти викладача	e-mail - shabardina@stu.cn.ua shabardina.yulia@gmail.com

1 Анотація курсу

Основним завданням дисципліни є вивчення основних прийомів, методів та оволодіння навичками створення сучасних графічних проєктів.

Реалізація основного завдання передбачає:

- пошук креативних ідей;
- розробку авторської айдентики та фірмового стилю;
- створення візуальних образів айдентики тощо.

Зміст дисципліни:

1. Поняття брендингу, корпоративної айдентики та фірмового стилю.
2. Логотип. Константи фірмового стилю. Графічний образ.
3. Логотип. Підбір шрифту. Теорія кольору.
4. Корпоративна ділова документація.
5. Роль зовнішньої реклами у формуванні іміджу бренду.
6. Типи веб-сайтів та реклама в мережі Інтернет.
7. POS-матеріали.
8. Розробка брендбуку.

Посилання на дисципліну в MOODLE: <https://eln.stu.cn.ua/course/view.php?id=6661>

2 Мета та цілі курсу

Метою вивчення дисципліни "Бренд, брендинг і айдентика" є формування системи базових знань та вмінь для розробки фірмового стилю, аналізу елементів і складових корпоративної айдентики та створення єдиних корпоративних стилістичних рішень.

Загальні та фахові компетентності, які повинні одержати слухачі курсу:

ЗК 1 Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 2 Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми.

ЗК 5 Здатність розробляти та керувати проєктами.

СК 9 Здатність створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну (товари і послуги).

СК 10 Вміння переконливо демонструвати споживчу привабливу культурну цінність та економічну вартість створеного креативного продукту.

3 Результати навчання

Програмні результати навчання згідно з освітньо-професійною програмою:

ПРН 1 Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах.

ПРН 5 Розробляти, формувати та контролювати основні етапи виконання проєкту.

ПРН 7 Критично осмислювати теорії, принципи, методи та поняття з різних предметних галузей для розв'язання завдань і проблем у галузі дизайну.

ПРН 17 Управляти процесом вироблення продукту дизайну (товарів і послуг) на різних етапах брендингу та ребрендингу (за спеціалізаціями).

ПРН 19 Уміння використовувати інструменти візуалізації і методології взаємодії зі споживачами, досліджувати їхні потреби, проєктувати клієнтоорієнтовані продукти і послуги.

4 Обсяг курсу: 4 кредитів ЄКТС

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	16
практичні	14
самостійна робота (графічна робота)	90

5 Пререквізити

Вивчення дисципліни базується на знаннях, отриманих з дисциплін за попереднім рівнем вищої освіти.

6. Система оцінювання та вимоги

Загальна система оцінювання курсу	Оцінювання курсу відбувається за 100-бальною системою. Екзамен у вигляді тестування складає 40 балів, робота під час семестру складає 60 балів, з них: виконання індивідуальних завдань на практичних заняттях 40 балів, виконання графічної роботи – 20 балів. Додаткові/альтернативні бали можна одержати за участь у науковій роботі кафедри АДС: підготовка тез на наукову конференцію – 10 балів, підготовка презентації та виступ на науковому семінарі – 10 балів, друк статті у фаховому збірнику – до 20 балів.
Вимоги до оформлення графічної роботи	Графічне завдання у вигляді брендбуку виконується відповідно до заданого варіанту. Склад завдання і особливості оформлення прописано у методичних вказівках до виконання графічної роботи, які розміщено на сторінці дисципліни у Moodle. Кількість балів: за креативність, концептуальність, якість виконання; відповідність технічному завданню та своєчасність виконання - 15 балів, за відповіді на запитання під час захисту ГР 5 балів.
Практичні заняття	На заняттях – виконання загальних для всіх або індивідуальних завдань.
Умови допуску до підсумкового контролю	Умова допуску до складання екзамену – успішний захист графічної роботи і виконання всіх передбачених програмою індивідуальних завдань

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	
60-65	E	задовільно
0-59	FX	
		незадовільно з можливістю повторного складання

7. Політики курсу

Усі завдання повинні виконуватися за принципами академічної доброчесності. Усі здобувачі вищої освіти повинні ознайомитися з Кодексом академічної доброчесності, затвердженим Вченою радою НУ «Чернігівська політехніка» <https://stu.cn.ua/wp-content/stu-media/normobaza/normdoc/norm-yakist/kodeks-akademichnoyi-dobrochesnosti.pdf>.

Необхідно дотримуватися термінів виконання завдань. Захист графічної роботи відбувається перед заліковим тижнем на останньому практичному занятті. У випадку пропусків занять і недотримання дедлайнів без поважної причини оцінка за дисципліну не може перевищувати оцінку «задовільно» за національною шкалою. Якщо оцінка за дисципліну є незадовільною, то перескладання відбувається за встановленим порядком згідно з графіком ліквідації заборгованостей.

Відвідування пар є обов'язковим, а у випадку індивідуального графіку навчання, підписаного директором ННІ АДГ, обов'язково відвідувати практичні заняття та/або консультації для звітування з процесу роботи над ГР у відповідні строки, а також вчасно виконувати індивідуальні завдання та індивідуальний план.

Під час дистанційного навчання пари проходять за розкладом у програмі Teams за посиланням у синхронізованому розкладі на сайті НУ «Чернігівська політехніка».

У випадку академічної мобільності перезарахування кредитів здійснюється на підставі Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу Національного університету «Чернігівська політехніка» (<https://stu.cn.ua/wp-content/uploads/2021/04/polozhennya-pro-akademichnu-mobilnist-uchasnykiv-osvitnogo-proczesu.pdf>).

Зв'язок з викладачем (невідкладні питання та відповіді на них) через групу в Telegram з 9.00 до 21.00, на запитання, надіслані в інший час, не відповідаю.

Для здобувачів з особливими потребами кожний випадок розглядається індивідуально, необхідно повідомити викладача на початку вивчення курсу.

8. Рекомендована література

- 1) Вітт Г., Берд Д. Покоління Z. Як бренди формують довіру. – Київ: Vivat, 2021. – 304с.

- 2) Гоффман Г. Як створити емоцію. Уроки творчого лідерства Найк / Г. Гоффман. – Київ: Лабораторія, 2023. – 272с.
- 3) Еллен Лаптон, Дженніфер Коул Філіпс. Графічний дизайн: Нові основи. Друге видання, змінене і доповнене / Пер. з англ. І. Михайлишена. Київ: ArtHuss, 2020. 264с.: іл.
- 4) Іттен Й. Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва / Йоганнес Іттен. Пер. із нім. Сергій Святенко. Київ : ArtHuss, 2022. 96 с
- 5) Леонард Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження / Ніл Леонард , Гевін Емброуз; пер. з англ. Мельник М., Пугач В. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с. (Серія «Креативна кар'єра»)
- 6) Мілліган Е., Бейлі С.. Міфи про брендинг. – Харків: Фабула, 2020. – 256с.
- 7) Райт К. Побудування бренду: не мовчіть у галасливому світі. – Київ: Vivat, 2023. – 304с.
- 8) Синєпупова Н. Композиція: Тотальний контроль / Наталія Синєпупова; з російської переклала Роза Туманова. Київ : ArtHuss, 2019. 240 с.
- 9) Budelmann K., Kim Y., WozniakПлоский С. Brand Identity Essentials: 100 Principles for Designing Logos and Building Brands. – Rockport Publishers, 2010. – 208p.
- 10) Wheeler A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. - John Wiley & Sons, 2012 - 336p.
- 11) Slade-Brooking C. Creating a Brand Identity: A Guide for Designers: (Graphic Design Books, Logo Design, Marketing). - Laurence King Publishing. - 2016. - 160p.