



Міністерство освіти і науки України

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

Архітектурно-художній інститут
Кафедра рисунка, живопису та архітектурної графіки

СИЛАБУС
освітньої компоненти – ОК 23
Навчальна дисципліна
Айдентика

Освітній рівень	перший (бакалаврський)	
Програма навчання	обов'язкова	
Галузь знань	02	Культура і мистецтво
Спеціальність	022	Дизайн
Освітня програма	ОПП «Графічний дизайн»	
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS (90 академічних годин)	
Види аудиторних занять	лекції, практичні заняття	
Індивідуальні та (або) групові завдання	реферат, аудиторна контрольна робота	
Форми семестрового контролю	залік	

Викладачі:

Перепелиця Оксана Володимирівна, к.п.н., доцент кафедри рисунка, живопису та архітектурної графіки, oksamut06@gmail.com

В процесі вивчення даної дисципліни слухачі вищої освіти знайомляться зі засобами створення графічного контенту: мультидисциплінарними знаннями з фірмового стилю, айдентики, брендбуку, гайдлайну тощо; навичками розробки фірмового стилю; аналізу елементів і складових корпоративної айдентики; самостійно створює єдині корпоративні стилістичні рішення, мотивує й описує їх. **Передумовами для вивчення дисципліни є** набуття теоретичних знань та практичних навичок за такими дисциплінами: «Спеціальний рисунок», «Спеціальний живопис», «Композиція», «Основи графічного мистецтва», «Теорія дизайну».

Програмні результати навчання:

ПРН 1. Застосовувати набуті знання і розуміння предметної області та сфери професійної діяльності у практичних ситуаціях.

ПРН 3. Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайнерського проекту, застосовувати теорію і методику дизайну, фахову термінологію (за професійним спрямуванням), основи наукових досліджень.

ПРН 7. Аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень.

ПРН 8. Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію.

ПРН 9. Створювати об'єкти дизайну засобами проектно-графічного моделювання.

ПРН 12. Дотримуватися стандартів проектування та технологій виготовлення об'єктів дизайну у професійній діяльності.

ПРН 17. Застосовувати сучасне загальне та спеціалізоване програмне забезпечення у професійній діяльності.

ПРН 18. Відображати морфологічні, стильові та кольоро-фактурні властивості об'єктів дизайну.

Диференційовані результати навчання:

знати:

- базові поняття айдентики й фірмового стилю;
- основні етапи розвитку айдентики та фірмового стилю;
- основні жанри фірмового стилю;
- етапи розробки фірмового стилю (стратегія, креативна концепція, атрибутивні компоненти);
- механізми побудови, творчі прийоми і принципи розробки бренду та логотипу; семіотичні аспекти рекламної комунікації і побудови образу бренду та логотипу; художньо-виразні засоби айдентики (композиція, шрифтова графіка, образотворчі техніки).

володіти:

- передбачає використання різноманітних форм і методів теоретичної і практичної підготовки студентів до майбутньої професійної діяльності.
- закріпленними знаннями отриманих на лекціях, шляхом формування вмінь і навичок створення арт-об'єктів айдентики таких як: бренд, брендбук, гайдлайн тощо.

вміти:

- визначати історичні характеристики айдентики та фірмового стилю;
- визначати функціональні можливості і види айдентики;
- розпізнавати жанрові особливості сучасної айдентики;
- здійснювати структурний аналіз бренду;
- застосовувати креативні, маніпулятивні, семіотичні прийоми і принципи при створенні фірмового стилю, бренду тощо;
- створювати візуальні і вербальні компоненти фірмового стилю;
- здійснювати пошук творчих ідей та технологічних рішень при створенні фірмового стилю;
- використовувати художньо-виразні засоби при моделюванні об'єктів айдентики та фірмового стилю;
- розробляти багатоваріантні композиційні рішення фірмового стилю;
- застосовувати техніки створення фірмового стилю;

- уміти створювати авторські проекти з айдентики та фірмового стилю.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№п/п	Назва тем	Кількість годин			
		лекції	практичні	лабораторні	самостійна
Змістовий модуль 1. Основи творчої концепції айдентики та фірмового стилю					
1	Базові поняття айдентики.	2			2
2	Поняття фірмового стилю та його функції.	2			4
3	Специфіка понять торгова марка, бренд та товарний знак.	2	1		4
4	Логотип як основа айдентики.	2	1		
5	Тема 5. Фірмові продукти та носії айдентики	2	2		
	Разом за змістовим модулем 1	10	4		
Змістовий модуль 2. Технології проектування і моделювання арт-об'єктів айдентики					
1	Ребрендинг як система удосконалення бренду		2		4
2	Розробка креативної концепції бренду.		2		4
3	Розробка основних компонентів айдентики (сувенірна продукція)		4		4
4	Розробка друкованої продукції бренду (папки, конверти бланки, візитівки)		4		4
5	Складання рекламних слоганів з використанням і без маніпулятивних прийомів.		4		4
6	Розробка презентації та веб-айдентики бренду.		4		4
7	Розробка паспорту стандартів айдентики		4		4
8	Розробка авторського фірмового стилю Бренду.		6		4
	Разом за змістовим модулем 2		32		30
	Всього.	10	36		46

Критерії оцінювання та засоби діагностики

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання щодо отримання «заліку» за навчальною дисципліною «Айдентика» складає 60 балів та 100 балів відповідно і може бути досягнений наступними засобами оцінювання:

Засоби оцінювання		Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів
Вид контролю	Кількість у семестрі		
реферати, аудиторні контрольні роботи (Концепт-колаж)	1	20	40
Контроль знань:			
- Поточний контроль знань (усне опитування або письмовий експрес-	2	40	60

контроль)			
- Підсумковий (семестровий) контроль знань (Підсумкова аудиторна контрольна робота)	1		
Разом		60	100

З дисципліни передбачено виконання реферату. За формою реферат повинен відповідати певним вимогам: необхідно за стандартом оформити титульну сторінку; викласти матеріал у відповідності до запропонованого плану, зробити відповідні висновки; обов'язковим є список літератури, в якому повинно бути не менш 5 наукових, методичних або оригінальних джерел; зміст обраної теми треба розкрити на 12-15 сторінках аркушів формату А-4 (текст 14 шрифтом через інтервал 1,5). Реферат виконується за тематикою дисципліни за змістовними модулями: Роль дизайну у житті людини; Загальні принципи художньої-образної мови дизайн; Технологія окремих напрямів дизайну.

З дисципліни передбачено виконання аудиторні контрольні роботи (Концепт-колаж). До структурної частини концепт-колажу входить: назва, тема, виконавець, елементи концепції. Аркуш формату А3. Горизонтальне або вертикальне направлення. Назву і тему концепт-колажу розміщують у центральній верхній частині. Прізвище, ім'я, по батькові, спеціальність і група виконавця – у нижньому правому куті. Основні елементи концепт-колажу оформлюється за правилами композиції не виходячи за формат аркушу.

Засоби виконання: живописне чи графічне зображення, комп'ютерна графіка чи комп'ютерна аплікація

Два рази за семестр проводяться експрес контроль знань – **стандартизовані тести** (20 тестових питань), наприклад

1. Дайте визначення фірмового стилю.
2. З якою метою у фірмовому стилі застосовуються корпоративні кольори?
3. Що таке слоган і яке його значенні у компанії або фірмі?
4. Назвіть основні елементи фірмового стилю.
5. Поясніть сутність та обґрунтуйте зміст таких термінів, як: бренд, знаки «R» і «ТМ», корпоративна марка, марка сімейства, марка-унікум, репутація марки, товарна категорія, товарний знак, торгова пропозиція марки.
6. Обґрунтуйте методику створення логотипів.
7. Яка кольорова гама повинна використовуватися при розробці логотипів?
8. Що повинно відображатися у розділі брендбуку «Логотип»?
9. Як зареєструвати свій логотип і які існують авторські права?

Підсумковий контроль знань проводиться для студентів, що не змогли з будь яких причин набрати необхідну кількість балів, або для студентів, що бажають збільшити вже набрану кількість балів. Підсумковий контроль знань здійснюється у вигляді усної бесіди з викладачем (комісією викладачів) по тематиці навчальної дисципліни.

Інформаційне забезпечення

Основна література

1. Основи айдентики: [матеріали та методичні рекомендації до спецкурсу] / укладачі Ю.С. Кулінка, Л.П. Романко. - Кривий Ріг : ДВНЗ «КДПУ», 2017.- с.95

Допоміжні джерела інформації

2. Маркетинг для магістрів: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / С.М. Ілляшенко (ред.). – Суми : Університетська книга, 2008. – 928 с.
3. Наумова О. Е. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Українська держ. академія залізничного транспорту / В.С. Верлока (ред.). – Х.: УкрДАЗТ, 2007. менеджменту підприємств / Л.В. Балабанова, О.А. Риндіна. – К. : практика / за заг.ред. А.О. Старостіної. – К. : Знання, 2006. – 765 с.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

1. <http://5fan.ru/wievjob.php?id=48938>
 2. http://pidruchniki.com/1998061463831/tovarovnavstvo/tovarni_znak
 3. http://uguide.ru/news/chto_takoe_logotip/2014-11-10-154.
 4. <http://elldesign.ru/sreda/2009/0408>.
- <http://www.elf.ru/creative/30464-primery-udachnyx-logotipov-so-skryтым-smyslom40.html>.