

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики  
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« 01 » 09 2020 р.

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Айдентика бренду

для студентів

спеціальності **061 «Журналістика»**  
освітнього рівня **другого (магістерського)**  
освітньої програми **061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»**

Київ – 2020

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 02136554  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти

Програма № 1122/20  
*Жильцов*  
(підпис) (прізвище, ініціали)

«    »    20 20 р.

**Розробник:** Нетреба М.М., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклама і зв'язки з громадськістю

**Викладач:** Нетреба М.М., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклама і зв'язки з громадськістю

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол №1 від 26 серпня 2020 року

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

\_\_\_\_\_ 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми

 Л.М.Новохатько

Робочу програму перевірено

\_\_\_\_\_ . \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ р.

Заступник директора Інституту журналістики  О.А. Росінська

Пролонговано:

на 20 \_\_\_\_/20 \_\_\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ), “ \_\_\_\_\_ ” 20 \_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20 \_\_\_\_/20 \_\_\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ), “ \_\_\_\_\_ ” 20 \_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20 \_\_\_\_/20 \_\_\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ), “ \_\_\_\_\_ ” 20 \_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20 \_\_\_\_/20 \_\_\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ), “ \_\_\_\_\_ ” 20 \_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
<b>Айдентика бренда</b>		
	денна	
Вид дисципліни	<b>вибіркова</b>	
Мова викладання, навчання та оцінювання	<b>українська</b>	
Курс	<b>5</b>	
Семестр	<b>1, 2</b>	
Кількість змістових модулів з розподілом:	<b>5</b>	
Обсяг кредитів	<b>5</b>	
Обсяг годин, в тому числі	<b>150</b>	
аудиторні	<b>40</b>	
модульний контроль	<b>10</b>	
семестровий контроль	<b>30</b>	
самостійна робота	<b>70</b>	
форма семестрового контролю	<b>іспит</b>	

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Курс «Айдентика бренда»** покликаний формувати теоретичну базу магістра з реклами та зв'язків з громадськістю, тому **метою** його є вивчення базових принципів візуальних комунікацій брендів та сучасних трендів в графічному дизайні.

Головне **завдання** курсу полягає в тому, щоб підготувати майбутнього фахівця, здатного втілювати та презентувати концепції через графічну візуальну ідею.

**Завдання навчального курсу передбачають такі процеси:**

- розвивати *фахові компетентності* спеціальності:

- ФК-4. Здатність проводити заходи щодо підвищення іміджу особи, організації, до контролю, оцінювання ефективності та коригування стратегій, планів, кампаній і окремих заходів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю
- ФК-6. Здатність застосовувати методи й техніки психології, соціології, менеджменту й маркетингу для здійснення обґрунтованого відбору технологій та стратегій створення й просування рекламних, PR-продуктів
- ФК-7. Здатність до розроблення стратегічних концепцій рекламних та PR-проектів, керівництво проектною діяльністю.

### 3. Результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення курсу “**Айдентика бренда**” студент повинен **знати:**

- теоретичні й прикладні аспекти візуальних комунікацій;
- сучасні тренди в графічному дизайні;
- компоненти та типологію: логотип, знак, колір, шрифт, корпоративна графіка.

Студент повинен **уміти:**

- збирати мудборди;
- малювати логотипи;
- працювати з композицією і шрифтами;
- розробляти айдентику з нуля;
- обирати інструменти генерації ідей для створення фірмового стилю;
- створювати гайдбук і презентувати свої ідеї.

Фахові компетентності формуються у Центрі мультимедійних технологій; Інформаційно-аналітичному центрі Інституту журналістики Університету Грінченка.

## 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Розподіл годин для денної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							Семестровий контроль
		Разом	Аудиторні	лекції	семінарські	практичні	Самостійна робота	Модульний контроль	
<b>МОДУЛЬ I. АЙДЕНТИКА БРЕНДУ: ВІД ІСТОРІЇ ДО ТРЕНДІВ МАЙБУТНЬОГО</b>									
1	Конструкція візуального образу бренду: історичний екскурс	8	2	2			6		
2	Тренди в айденциці: глобалізація, мода, настрої	8	2		2		6		
3	Дизайнер візуальної комунікації XXI: hard/soft skill	12	4			4	8		
	Модульна контрольна робота	2						2	
	<b>Всього за модуль 1 (за 1 семестр)</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	
<b>МОДУЛЬ II. КРЕАТИВ В АЙДЕНТИЦІ</b>									
4	Креативні техніки створення айденцики: підходи, пошук інсайтів	8	2	2			6		
5	Марафон креативних методик	10	4		2	2	6		
	Модульна контрольна робота	2						2	
	<b>Всього за модуль 2</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	
<b>МОДУЛЬ III. КОЛОРИСТИКА, ТИПОГРАФІКА ТА КОМПОЗИЦІЯ В АЙДЕНТИЦІ</b>									
6	Колористика та типографіка в айденциці	12	6	2	2	2	6		
7	Графічна ідея та композиція	10	4	2		2	6		
	Модульна контрольна робота	2						2	
	<b>Всього за модуль 3</b>	<b>24</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	
<b>МОДУЛЬ IV. КОНЦЕПЦІЯ ТА ВЕРСТКА ГАЙДБУКУ</b>									
8	Базові елементи айденцики	26	10	2	2	6	16		
	Модульна контрольна робота	2						2	
	<b>Всього за модуль 4</b>	<b>28</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	
<b>МОДУЛЬ V. МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЇ ГАЙДБУКА</b>									
9	Історія, сучасний досвід та майбутнє гайдбуків	16	6	2		4	10		
	Модульна контрольна робота	2						2	
	<b>Всього за модуль 5</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>2</b>		<b>4</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	
	<b>Всього за 2 семестр</b>	<b>90</b>	<b>32</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>50</b>	<b>8</b>	
	Семестровий контроль	30							30
	<b>Разом за навчальним планом</b>	<b>150</b>	<b>40</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>20</b>	<b>70</b>	<b>10</b>	<b>30</b>

## **5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **МОДУЛЬ I. АЙДЕНТИКА БРЕНДУ: ВІД ІСТОРІЇ ДО ТРЕНДІВ МАЙБУТНЬОГО**

#### **Тема 1. Конструкція візуального образу бренду: історичний екскурс**

Історія корпоративного стилю за 100 років. Мета та завдання сучасної айдентики: для користувача, для бренду, для маркетингу. Офлайн и діджитал: як використовується айдентика. Реакція брендів на світову політику: ситуація в сучасному дизайні. Цифрова айдентика та способи залучення аудиторії.

#### **Тема 2. Тренди в айдентиці: глобалізація, мода, настрої**

Сучасні тренди в айдентиці: варіативність і багатолічність, неповне написання, енергійність, спрощення або мінімалізм, поєднання чорного і білого, геометрія, леттерінг і каліграфія, абстракція, зухвалі кольору і патерни, гра в шрифти.

#### **Тема 3. Дизайнер візуальної комунікації XXI: hard/soft skill**

Бренд і його візуальна складова. Дизайн, аналітика, інтерактивність. Натхнення, референси. Емпатія і дослідження. Бриф, бачення проекту, Стек технології, технічне завдання, прототипи, дизайн, front-end, back-end.

### **Модуль II. КРЕАТИВ В АЙДЕНТИЦІ**

#### **Тема 4. Креативні техніки створення айдентики: підходи, пошук інсайтів**

Основи креативності. Креативне середовище, креативна особистість, креативний продукт, креативний процес. Творчість, творче мислення, уява, фантазія. Техніки генерації творчих ідей: загальна характеристика. Інсайт, типи інсайтів. Креативна методологія.

#### **Тема 5. Марафон креативних методик**

Особливості креативної методології: CRAFT, латеральне мислення, ТРІЗ, дизайн-мислення. Техніки генерації творчих ідей: загальна характеристика. Інсайт, типи інсайтів. Поняття соціальних форм великої ідеї, рольового моделювання, фреймів, корисних капіталів. Розрив існуючих патернів мислення, генерація ідей через абстрактний світ. Теорія рішення винахідницьких задач. Протиріччя та системи. Методологія, сфокусована на емпатії. Хассо Платнер і Девід Келлі. Практика швидких і корисних дій для створення потрібних людям продуктів і сервісів.

## **Модуль III. КОЛОРИСТИКА, ТИПОГРАФІКА ТА КОМПОЗИЦІЯ В АЙДЕНТИЦІ**

### **Тема 6. Колористика та типографіка в айденциці**

Коло кольорів Іттена і інші інструменти управління кольором. Семантика кольору в комунікаціях. Типографіка в айденциці, робота зі шрифтом. Характер шрифту. Основні догми поєднання різних шрифтів. Приклади ідеального поєднання шрифтів. Роль шрифту і текстового набору. Як влаштовані шрифти: для читання і для «краси». Типографіка: інтерліньяж, трекінг, тон і характер набору. Колір та шрифт як інструмент у вирішенні завдань комунікації

### **Тема 7. Графічна ідея та композиція**

Композиція як основна брендова ознака. Модульні сітки і композиція. Модульні системи, правила композиція в дизайні. Датамайнінг, інтелектуальна карта, мудборд і інші інструменти проектування

## **Модуль IV. КОНЦЕПЦІЯ ТА ВЕРСТКА ГАЙДБУКУ**

### **Тема 8. Базові елементи айденцики**

Створення основних компонентів айденцики (логотип, знак, композиція, типографіка). Колір: розробка фірмової палітри бренду. Key Visual: патерни і абстрактна графіка; ілюстрації, образи, піктограми. Візуалізація айденцики на різних носіях.

## **Модуль V. МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЇ ГАЙДБУКА**

### **Тема 9. Історія, сучасний досвід та майбутнє гайдбуків**

Брендбук та гайдбук: основні відмінності. Набори елементів фірмового стилю, правила використання. Корпоративний фірмовий стиль. Основні елементи і зміст гайдбука. Розробка паспорту стандартів щодо використання айденцики. Презентація концепції айденцики.

## 6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кіл-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4		Модуль 5	
		кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть балів	кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
Відвідування семінарських занять	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
Відвідування практичних занять	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2
Робота на практичному занятті	10	2	20	1	10	2	20	3	30	2	20
Робота на семінарському занятті	10	1	10	1	10	1	10	1	10	0	0
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	2	10	3	15	4	20	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом:			74		58		75		90		58
Макс.кіл-кість балів	<b>355</b>										
Розрахунок коефіцієнта	$355:60=5,9$ Студент набрав 307 балів. Оцінка: $307:5,9 = 52$ б. (+ іспит в межах 40 б.)										



## 6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

### **АЙДЕНТИКА БРЕНДУ: ВІД ІСТОРІЇ ДО ТРЕНДІВ МАЙБУТНЬОГО**

1. Провести візуальний аудит бренду (на вибір студента) за такими складовими: назва, слоган, логотип, фірмовий колір, шрифт, фотостиль та інші елементи айдентики.
2. Підібрати приклади сучасних трендів в айдентиці світових та українських брендів (на вибір студента)
3. Проаналізувати профіль дизайнера (behance.net, dribbble.com, revision.ru тощо) на вибір студента та презентувати портфоліо обраного дизайнера.

### **КРЕАТИВ В АЙДЕНТИЦІ**

1. Підібрати приклади креативів в айдентиці світових та українських брендів (на вибір студента)
2. На основі креативної методології придумати власний бренд та концепцію.

### **КОЛОРИСТИКА, ТИПОГРАФІКА ТА КОМПОЗИЦІЯ В АЙДЕНТИЦІ**

1. Підібрати колір/кольори для айдентики власного бренду.
2. Підібрати шрифт/шрифти для айдентики власного бренду
3. Створити мудборд для роботи над концепцією та графічною ідеєю власного бренду.

### **КОНЦЕПЦІЯ, ГРАФІЧНА ІДЕЯ ТА ВЕРСТКА ГАЙДБУКУ**

1. Створити основні компоненти айдентики власного бренду (логотип, знак, композиція, типографіка)
2. Створити ескізи елементів ідентифікації бренду власного бренду: патернів, піктограм тощо.
3. Розробити візуалізацію айдентики власного бренду на різних носіях.
4. Дизайн комунікацій бренду: створити ескізи оформлення сайту, сторінок в соцмережі, упаковки, вивіски або фасаду тощо.

### **МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЇ ГАЙДБУКА**

1. Створити паспорт стандартів щодо використання айдентики власного бренду.
2. Підготувати презентацію гайдбука власного бренду

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими критеріями:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

### **6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання**

Модульний контроль може проводитись дистанційно або під час аудиторних занять. Форма модульного контролю – письмове виконання поставлених завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від таких критеріїв оцінювання:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Форма модульного контролю передбачає систематизацію лекційного матеріалу та вирішення творчих комунікативних завдань.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 5, виконання роботи є обов'язковим. Правильне виконання завдань оцінюється максимально у 25 балів.

#### **Модульна контрольна робота 1.**

Орієнтовні завдання:

1. Як провести візуальний аудит бренду?

#### **Модульна контрольна робота 2.**

Орієнтовні завдання:

1. Назвіть основні креативні методики для генерації ідей?

#### **Модульна контрольна робота 3.**

Орієнтовні завдання:

1. Обґрунтуйте значення мудборду для роботи над графічною ідеєю майбутнього бренду.

#### **Модульна контрольна робота 4.**

Орієнтовні завдання:

1. Назвіть компоненти айдентики бренду

#### **Модульна контрольна робота 5.**

Орієнтовні завдання:

1. Які основні складові паспорту стандартів щодо використання айдентики власного бренду?

*Критерії оцінювання:*

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння генерувати ідеї різних носіїв реклами, ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами;
- 5) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
- 6) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмовій роботі, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- 7) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

#### **6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульних контрольних робіт. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульних контрольних робіт.

Підсумком вивчення курсу «Айдентика бренду» є іспит. Максимальний бал, який студент може отримати протягом семестру з дисципліни – 60, максимальний бал, який студент може отримати на іспиті – 40. Загальна кількість балів, яку студент отримує за курс – 100.

**Форма проведення семестрового контролю:** тестування (15 питань) та захист творчого проекту у вигляді презентації концепції айдентики.

**Критерії оцінювання семестрового контролю:** дисципліна «Айдентика бренду» пропонує студентам виконати 15 тестових завдань, де відповідь за одне питання оцінюється 1 балом. Максимальна кількість балів за тест – 15 та захист концепції айдентики, де максимальна кількість балів – 25.

Для оцінки концепції айдентики **такі критерії оцінювання:**

1. Аналіз візуальної складової бренду: логотип, фірмовий колір, шрифт та інші елементи айдентики (до 10 балів)
  3. Креативна складова при розробці айдентики (до 10 балів)
  4. Презентація та онлайн захист концепції (до 5 балів)
- Загалом за концепцію айдентики: максимум 25 балів.**

## **6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю**

1. Охарактеризуйте конструкцію візуального образу бренду
2. Розкрийте мету та завдання сучасної айдентики: для користувача, для бренду, для маркетингу.
3. Назвіть сучасні тренди в айдентиці
4. Охарактеризуйте дизайнера візуальної комунікації 21 століття
5. Назвіть креативні техніки створення айдентики
6. Розкрийте особливості креативної методології CRAFT
7. Розкрийте особливості креативної методології латеральне мислення
8. Розкрийте особливості креативної методології ТРІЗ
9. Розкрийте особливості креативної методології дизайн-мислення.
10. Охарактеризуйте колористику в айдентиці
11. Охарактеризуйте типографіку в айдентиці
12. Назвіть основні догми поєднання різних шрифтів
13. Розкрийте роль кольору та шрифту як інструменту у вирішенні завдань комунікації
14. Охарактеризуйте композицію як основну брендову ознаку.
15. Назвіть правила композиції в дизайні
16. Охарактеризуйте датамайнінг, інтелектуальна карта, мудборд і інші інструменти проектування
17. Назвіть базові елементи айдентики
18. Охарактеризуйте колір як фірмову палітру бренду
19. Охарактеризуйте key visual: патерни і абстрактна графіка
20. Охарактеризуйте key visual: ілюстрації, образи, піктограми
21. Розкрийте сутність візуалізації айдентики на різних носіях
22. Охарактеризуйте історію, сучасний досвід та майбутнє гайдбуків
23. Назвіть основні відмінності брендбуку та гайдбуку
24. Назвіть основні елементи і зміст гайдбука.
25. Охарактеризуйте паспорт стандартів щодо використання айдентики.
26. Охарактеризуйте презентацію концепції айдентики.

## 6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

## 7. Рекомендовані джерела

### Основна література (базова):

1. Иттен И. Искусство цвета [Текст] / И. Иттен. — М.: Издатель Дмитрий Аронов, 2016. — 96 с.
2. Иттен И. Искусство формы [Текст] / Пер. с немецкого; 5-е издание. — М.: Изд. Д. Аронов, 2013. — 136 с.: ил.
3. Кумова. М. Айдентика [Альбом]/ М. Кумова. — М.: КАК проект, Grey Matter, 2014. — 512 с.: ил.
4. Кумова. М. Шрифт в айдентике, рекламе, многостраничниках, упаковке, навигации и вебе [Текст] / М. Кумова. — М.: КАК проект, 2013. — 396 с.: ил.
5. Фрейзер Т. Цвет в дизайне. Мастер класс [Текст] / Т. Фрейзер, А. Бэнкс. — М.: Рип Холдинг, 2012. — 258 с.: ил.
6. Эвами М. Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки [Текст] / М. Эвами. — СПб.: Питер, 2009. — 352 с.
7. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера [Текст] / Д. Эйри. — СПб.: Питер, 2011. — 208 с.
8. Мюллер-Брокманн, Йозеф. Модульные системы в графическом дизайне. Пособие для графиков, типографов и оформителей выставок [Текст]: пер. с нем. Л. Якубсон, 1981. — М.: Изд-во Студии «Артемия Лебедева», 2014. — 184 с.
9. Кумова М. Шрифт в айдентике, рекламе, многостраничниках, упаковке, навигации и вебе [Текст] / М. Кумова. — Москва: КАК проект, 2013. — 396 с.
10. Микалко М. Взлом креатива: как увидеть то, что не видят другие [Текст] / М. Микалко. — пер. с англ. Коробейникова А. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 320 с.
12. Родькин П. Е. Визуальная айдентика: глобальные функции и вызовы [Текст]: Айдентика: [Альбом] / П. Е. Родькин — Москва: Grey Matter, 2014. — 512 с.
13. Трофимов Я. Система визуальной идентификации: альтернатива фирменного стиля, правила пользования [Текст]: Айдентика: [Альбом] / Я. Трофимов — Москва: Grey Matter, 2014. — 512 с.

14. Фрейзер Т. Цвет в дизайне. Мастер-класс [Текст] / Т. Фрейзер, А. Бэнкс. – 2 том. — Москва: РИП-холдинг, 2012. — 260 с.
15. Дизайнеры подвергли сомнению любимую мантру про константы айдентики — Москва: Grey Matter, 2014. — 512 с.
16. Леврик Михаэль, Линк Патрик, Лейфер Ларри. Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам - Издательство «Питер» - 2018

#### **Додаткова:**

1. Мартин Б. Универсальные методы дизайна [Текст] / Б. Мартин, Б. Ханнингтон. – СПб.: Питер, 2014. — 208 с.
2. Уэйншенк С. 100 новых главных принципов дизайна [Текст] / С. Уэйншенк ; пер. с англ. — СПб.: Питер, 2016. — 288 с.: ил.
3. Юнг К. Г. Человек и его символы [Текст] / К. Г. Юнг. Д. Хендерсон, И. Якоби, А. Яффе. — М.: ПБОЮЛ Медков С. Б., Серебряные нити, 2017. – 352 с.
4. Лебедев, А. А. Ководство [Текст]: издание четвёртое. – М.: Изд-во Студии «Артемия Лебедева», 2014. – 536 с.
5. Пурас И. Ю. Современные тренды в графическом дизайне [Электронный ресурс] / И. Ю. Пурас // Бизнес и дизайн ревю. — 2016. — No 2. — С. 8
6. Рэнд П. Дизайн. Форма и хаос [Текст] / П. Рэнд. — М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2013. – 244 с.
7. Уильямс Р. Дизайн. Книга для недизайнеров [Текст] / Р. Уильямс 4-е изд. — Санкт-Петербург: Питер, 2016. – 240 с.
8. Иванов А. Сильный ход: Нестандартные решения в рекламе / Алексей Иванов. — М.: Альпина Паблишер, 2016.

### 9. Навчально-методична карта дисципліни «АЙДЕНТИКА БРЕНДУ»

Разом: 150 годин., лекції — 12 год., семінарські заняття — 8 год., практичні заняття — 20 год., самостійна робота — 70 год., МК — 10 год., семестровий контроль — іспит. 30 год.

Модулі	Змістовий модуль I	Змістовий модуль II	Змістовий модуль III	Змістовий модуль IV	Змістовий модуль V
Назва модуля	<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. АЙДЕНТИКА БРЕНДУ: ВІД ІСТОРІЇ ДО ТРЕНДІВ МАЙБУТНЬОГО</b>	<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. КРЕАТИВ В АЙДЕНТИЦІ</b>	<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III. КОЛОРИСТИКА, ТИПОГРАФІКА ТА КОМПОЗИЦІЯ В АЙДЕНТИЦІ</b>	<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV. КОНЦЕПЦІЯ ТА ВЕРСТКА ГАЙДБУКУ</b>	<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ V. МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЇ ГАЙДБУКА</b>
Кількість балів за модуль	74	58	75	90	58
Лекції	відвідування – 1 б., з них:	відвідування – 1 б., з них:	відвідування – 2 б., з них:	відвідування – 1 б., з них:	відвідування – 1 б., з них:
Теми лекцій	Лекція 1. Конструкція візуального образу бренду: історичний екскурс	Лекція 2. Креативні техніки створення айдентики: підходи, пошук інсайтів, сторітелінг	Лекція 3. Колористика та типографіка в айдентиці	Лекція 4. Концепція та графічна ідея	Лекція 5. Базові елементи айдентики Лекція 6. Історія, сучасний досвід та майбутнє гайдбуків

	<p><b>Практичне заняття 10.</b> Презентація концепції айдентики</p>
	<p><b>Практичне заняття 9.</b> Розробка паспорту стандартів щодо використання айдентики.</p>
<p><b>Семінарське заняття 4.</b> Датамайнінг, інтелектуальна карта, мудборд і інші інструменти проектування</p>	<p><b>Практичне заняття 8.</b> Key Visual: патерни і абстрактна графіка; ілюстрації, образи, піктограми</p>
	<p><b>Практичне заняття 7.</b> Колір: розробка фірмової палітри бренду</p>
<p><b>Семінарське заняття 3.</b> Колір та шрифт як інструмент у вирішенні завдань комунікації.</p>	<p><b>Практичне заняття 6.</b> Створення основних компонентів айдентики (логотип, знак, композиція, типографіка)</p>
	<p><b>Практичне заняття 5.</b> Практикум роботи зі шрифтами</p>
<p><b>Семінарське заняття 2.</b> Креативні ідеї великих брендів</p>	<p><b>Практичне заняття 4.</b> Практикум роботи з кольором</p>
	<p><b>Практичне заняття 3.</b> Практикум з креативних технологій</p>
<p><b>Семінарське заняття 1.</b> Тренди в айдентиці: глобалізація, мода, настрої</p>	<p><b>Практичне заняття 2.</b> Сучасні тренди в айдентиці:</p>
<p>Теми семінарських занять</p>	<p><b>Практичне заняття 1.</b> Дизайнер візуальної комунікації: hard//soft skill 21 століття</p>
	<p>Теми практичних занять</p>



Робота на практичних заняттях	1+10 б	1+10 б	1+10 б	1+10 б	1+10 б	1+10 б	1+10 б	1+10 б	1+10 б	1+10 б
Робота на семінарських заняттях	1+10 б		1+10 б	1+10 б		1+10 б				
Самостійна робота	5x3=15 б.		2x5=10 б.	5x3=15 б.		5x4=20 б			2x5=10 б	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.		Модульна контрольна робота 2 – 25 б.	Модульна контрольна робота 3 – 25 б.		Модульна контрольна робота 4 – 25 б.			Модульна контрольна робота 5 – 25 б.	