

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

 О. Б. Жильцов
« _____ » _____ 2024 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Айдендика бренду
(з каталогу вибіркових дисциплін)

для здобувачів

спеціальності
рівня вищої освіти
освітніх програм

061 «Журналістика»
другого (магістерського)
061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»
061.00.06 «Контент-продюсування цифрових
медіапроектів»
061.00.07 «Міжнародні медіа та цифрові
комунікації»

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Код ЄДРПОУ 45307985
Програма № 02.94/24
Наказ відділу моніторингу якості освіти

(підпис) (прізвище, ім'я, по-батькові)
« _____ » _____ 2024 р.

Київ – 2024


Розробник: Нетреба Маргарита Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклама та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики.

Викладач: Дьяченко Роксолана Вікторівна, кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
Протокол №1 від 28 серпня 2024 року

Завідувач кафедри  Л.М. Новохатько

Робочу програму перевірено
_____ 2024 р.

Заступник декана Факультету журналістики
з науково-методичної та навчальної роботи  В.Є. Сошинська

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	
Айдентика бренду		
	денна	
Вид дисципліни	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Курс	2	
Семестр	3	
Кількість змістових модулів з розподілом:	5	
Обсяг кредитів	5	
Обсяг годин, в тому числі	150	
аудиторні	40	
модульний контроль	10	
семестровий контроль		
самостійна робота	100	
форма семестрового контролю	залік	

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 розвивати:

- 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.

- здатність застосовувати методи й техніки психології, соціології, менеджменту й маркетингу для здійснення обґрунтованого відбору технологій та стратегій створення й просування медіа, рекламних, PR-продуктів.
- здатність до розроблення стратегічних концепцій рекламних та PR-проектів, керівництво проектною діяльністю.

3. Результати навчання за дисципліною

Опанування дисципліни дозволяє досягти таких **результатів навчання:**

PH02 Аналізувати та оцінювати потенційний вплив розвитку технологій на сучасний стан та розвиток журналістики.

PH05 Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.

PH12 Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проекти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів.

У результаті вивчення курсу «**Айдентика бренда**» здобувач повинен **знати:**

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

Здобувач 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 Факультету журналістики Університету Грінченка.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Розподіл годин для денної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин					
		Разом	Аудиторні	лекції	практичні	Самостійна робота	Модульний контроль
МОДУЛЬ I. АЙДЕНТИКА БРЕНДУ: ВІД ІСТОРІЇ ДО ТРЕНДІВ МАЙБУТНЬОГО							
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
Всього за модуль 1		30	8	2	6	20	2
МОДУЛЬ II. КРЕАТИВ В АЙДЕНТИЦІ							
4	Креативні техніки створення айденцики: підходи, пошук інсайтів	12	2	2		10	
5	Марафон креативних методик	16	4		4	12	
Модульна контрольна робота		2					2
Всього за модуль 2		30	6	2	4	22	2
МОДУЛЬ III. КОЛОРИСТИКА, ТИПОГРАФІКА ТА КОМПОЗИЦІЯ В АЙДЕНТИЦІ							
6	Колористика та типографіка в айденциці	16	6	2	4	10	
7	Графічна ідея та композиція	12	4	2	2	8	
Модульна контрольна робота		2					2
Всього за модуль 3		30	10	4	6	18	2
МОДУЛЬ IV. КОНЦЕПЦІЯ ТА ВЕРСТКА ГАЙДБУКУ							
8	Базові елементи айденцики	28	10	2	8	18	
Модульна контрольна робота		2					2
Всього за модуль 4		30	10	2	8	18	2
МОДУЛЬ V. МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЇ ГАЙДБУКА							
9	Історія, сучасний досвід та майбутнє гайдбуків	28	6	2	4	22	
Модульна контрольна робота		2					2
Всього за модуль 5		30	6	2	4	22	2
Разом за навчальним планом		150	40	12	28	100	10

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 і 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 багатолікість, неповне написання, енергійність, спрощення або мінімалізм, поєднання чорного і білого, геометрія, лєттерінг 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 кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4		Модуль 5	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
Відвідування практичних занять	1	3	3	2	2	3	3	4	4	2	2

Робота на практичному занятті	10	3	30	2	20	3	30	4	40	2	20
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
Максимальна кількість балів	355										
Розрахунок коефіцієнта	$355:100=3,55$ Студент набрав 327 балів. Оцінка: $327 : 3,55 = 92$ 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: Як провести візуальний аудит бренду?

Модульна контрольна робота 2.

Орієнтовні завдання: Назвіть основні креативні методики для генерації ідей?

Модульна контрольна робота 3.

Орієнтовні завдання: Обґрунтуйте значення мудборду для роботи над графічною ідеєю майбутнього бренду.

Модульна контрольна робота 4.

Орієнтовні завдання: Назвіть компоненти айдентики бренду

Модульна контрольна робота 5.

Орієнтовні завдання: 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 практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульних контрольних робіт. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі заліку і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

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:

1. Брюханова Г. Комп'ютерні дизайн-технології : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури. 2021. 400 с.
2. Вілер А. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю ; пер. О. Лобастова. Київ : КМ-Букс. 2020. 336 с.
3. Вільямс Робін. Дизайн. Книга для недизайнерів. Простою мовою про засади графічного дизайну ; пер. Ю. Шекет. Київ : Vivat. 2022. 240 с.
4. Геллер Стівен, Кваст Сеймур. Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів. Київ : ArtHuss, 2019. 296 с.
5. Йоганнес Іттен. Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва ; пер. С. Святенко. Київ : ArtHuss, 2022. 96 с.
6. Іттен Йоганнес. Наука дизайну та форми: Вступний курс, який я викладав у Баугаузі та інших школах. Київ : ArtHuss, 2021. 136 с.
7. Лаптон Еллен, Коул Дженніфер. Графічний дизайн. Нові основи ; пер. І. Михайлишена. Київ : ArtHuss, 2020. 264 с.
8. Лесняк В. Відтворення шрифтової спадщини: 40 оригінальних шрифтів. Київ : ArtHuss, 2020. 160 с.
9. Роулс Д. Цифровий брендинг ; пер. К. Деревянко. Київ : Фабула. 2020. 256 с.
10. Синепупова Н. Композиція: Тотальний контроль. Київ : ArtHuss, 2019. 240 с.

Додаткова:

1. Бразелл Дерек, Девіс Джо. Як стати успішним ілюстратором. Київ : ArtHuss, 2019. 208 с.
2. Бойлен Алексіс Л. Візуальна культура. Київ : ArtHuss, 2021. 208 с.
3. Дизайн систем візуальної інформації. Електронний посібник / О.В. Чемакіна, А.Л. Рубцов, В.О. Свірко, О.П. Олійник. Київ : УкрНДІ ДЕ, 2017. URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/38013/2/3%20%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0>

[%BA%20%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D0%A1%D0%92%D0%86-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD.pdf](#) (дата звернення: 21.08.2024).

4. Патер Рюбен. Політика дизайну. (Не зовсім) глобальний довідник із візуальної комунікації. Київ : ArtHuss, 2021. 192 с.
5. Design. The Definitive Visual Guide. 2021. 400 с.

1. Навчально-методична карта дисципліни «АЙДЕНТИКА БРЕНДУ»

Разом: 150 годин., лекції — 12 год., практичні заняття — 28 год., самостійна робота – 100 год., МК — 10 год., семестровий контроль — залік

Модулі	Модуль I			Модуль II		Модуль III			Модуль IV				Модуль V		
Назва модуля	ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. АЙДЕНТИКА БРЕНДУ: ВІД ІСТОРІЇ ДО ТРЕНДІВ МАЙБУТНЬОГО			ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. КРЕАТИВ В АЙДЕНТИЦІ		ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III. КОЛОРИСТИКА, ТИПОГРАФІКА ТА КОМПОЗИЦІЯ В АЙДЕНТИЦІ			ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV. КОНЦЕПЦІЯ ТА ВЕРСТКА ГАЙДБУКУ				ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ V. МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЇ ГАЙДБУКА		
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 айденітики: підходи, пошук інсайтів		Лекція 3. Колористика та типографіка в айденітиці		Лекція 4. Графічна ідея та композиція		Лекція 5. Базові елементи айденітики				Лекція 6. Історія, сучасний досвід та майбутнє гайдбуків	
Теми практичних занять	Практичне заняття 1. Тренди в айденітиці: глобалізація, мода.	Практичне заняття 2. Сучасні тренди в	Практичне заняття 3. Дизайнер візуальної комунікації XXI.	Практичне заняття 4. Креативні ідеї великих брендів	Практичне заняття 5. Марафон креативних методик	Практичне заняття 6. Практикум роботи з	Практичне заняття 7. Практикум роботи зі шрифтами	Практичне заняття 8 Графічна ідея та композиція	Практичне заняття 9. Датамайнінг,	Практичне заняття 10. Створення основних компонентів айденітики (логотип, знак.	Практичне заняття 11. Колір: розробка	Практичне заняття 12. Кей ілюстрації, образи,	Практичне заняття 13. Розробка паспорту стандартів щодо	Практичне заняття 14. Презентація концепції айденітики	
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	1+10 б	1+10 б	1+10 б	1+10 б	
Самостійна робота	3x5=15 б.			2x5=10 б.		3x5=15 б.			4x5=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.		
Підсумковий контроль	Залік														