

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА
імені О.М. БЕКЕТОВА

Навчально-науковий інститут Архітектури, дизайну та образотворчого мистецтва

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ТИПОЛОГІЯ БРЕНДІВ

вид дисципліни, шифр за ОП	<i>вибіркова / ВК СІ.2</i>
семестр	<i>6 семестр</i>
кількість кредитів ЄКТС	<i>4 кредити ЄКТС, 1 модуль</i>
форма підсумкового контролю	<i>диф. залік</i>
мова викладання, навчання та оцінювання	<i>українська</i>
кафедра	<i>Дизайну та 3D-модельовання</i>

для здобувачів вищої освіти:

рівень вищої освіти	<i>перший (бакалаврський)</i>
галузь знань	<i>02 Культура і мистецтво</i>
спеціальність	<i>022 Дизайн</i>
освітня програма	<i>Дизайн</i>
форма навчання	<i>денна</i>

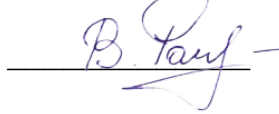
2023 – 2024 НАВЧАЛЬНИЙ РІК

Розробники:

Наталія ВЕРГУНОВА, доцент кафедри дизайну та 3D-моделювання



Валентин ГОЛУС, асистент кафедри дизайну та 3D-моделювання



Робочу програму схвалено на засіданні **кафедри** Дизайну та 3D-моделювання

Протокол від «28» серпня 2023 року № 1

Робоча програма навчальної дисципліни відповідає освітній програмі:
Освітньо-професійна програма «Дизайн»

Гарант освітньої програми

Наталія ВЕРГУНОВА, канд. мистецтвознавства, доцент, завідувач



Директор ННІ АДОМ

Тетяна РИЩЕНКО, к.т.н., професор



1. Мета дисципліни

Навчальна дисципліна «Типологія брендів» є однією з вибірових навчальних дисциплін у системі підготовки бакалаврів за спеціальністю 022 «Дизайн». Робоча програма навчальної дисципліни побудована за поетапним та структурованим принципом, що дозволяє застосовувати навички та знання технологій брендингу, отримані при виконанні попереднього завдання у наступних.

Мета навчальної дисципліни «Типологія брендів» полягає у ознайомленні студентів з засадами та правилами створення унікального образу особистого бренду, а також бренду торгівельної марки, підприємства або фірми в сучасному інформативно-комунікативному рівні. Викладання курсу спрямовано на розвиток у студентів творчих здібностей, спостережливості, фантазії та виховування художнього смаку, а також на забезпечення студентів набором «моделей», що дадуть змогу аналізувати ситуації в їх майбутній проєктній діяльності в галузі дизайну.

2. Міждисциплінарні зв'язки

Вивчення цієї дисципліни безпосередньо спирається на наступні навчальні дисципліни: «Основи формоутворення», «Проєктно-графічне моделювання», «Комп'ютерні технології в дизайні», «Проєктування».

3. Результати навчання

Програмний результат навчання	Методи навчання	Форми оцінювання	Результати навчання за дисципліною
ПРН 30. Практикувати принципи та методи побудови бренду, володіти знаннями про технології брендингу, бренд-менеджмент та стратегії управління брендом. Створювати візуальний образ	• словесні (розповідь-пояснення) • наочні (ілюстрація, демонстрація) • практичні (завдання, доповіді, презентації)	• поточний контроль: прослуховування доповідей із самостійно вивчених тем, оцінювання альбомів графічних завдань за тематикою змістових модулів, виконаних в ході	РН 30.1 знати класифікацію брендів за типом об'єктів для брендингу; РН 30.2 володіти методиками розробки бренду; РН 30.3 знати типи архітектури бренду, вміти обирати необхідну відповідно до завдання;

як особистого бренду, так і бренду продукту, торгівельної марки, підприємства або фірми.		практичних занять та самостійної роботи (графічний контроль), проведення кафедрального проміжного перегляду. • підсумковий контроль: диференційовані залік у формі проведення кафедрального підсумкового перегляду.	РН 30.4 розробляти елементи бренду, у тому числі особистого; РН 30.5 презентувати розроблений бренд.
--	--	--	--

4. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1 Типологія брендів.

Змістовий модуль 1. База особистого бренду.

Типи об'єктів для брендингу: товарний бренд, бренд послуги, корпоративний бренд, персональний бренд, подійний бренд, територіальний бренд. Методики розробки та побудови бренду: методика «колесо бренду», методика BrandAid. Суть бренду, неймінг, позиціонування бренду. Архітектура бренду: монолітна архітектура, плюралістична архітектура, індосована архітектура.

Змістовий модуль 2. Елементи особистого бренду.

Елементи особистого бренду. Графічний товарний знак, логотип або словесний товарний знак, фірмовий блок. Фірмовий колір або кольори. Фірмовий шрифт, типографіка. Фірмова модульна система верстки. Слоган. Символ фірми, маскот. Фон та графічні елементи. Іконки ті піктограми. Стиль ілюстрацій та образи. Носії бренду.

Змістовий модуль 3. Презентація особистого бренду.

Презентація бренду на сучасному інформативно-комунікативному рівні. Візуальний образ компанії особистого бренду. Донесення розробленої концепції до реципієнта. Службовий пакет, поштовий пакет, рекламний пакет, сувенірний пакет.

5. Структура навчальної дисципліни і розподіл часу

Змістові модулі	Кількість годин				
	усього	лек.	практ.	лаб.	сам. роб.
МОДУЛЬ 1	120	-	48	-	72
Змістовий модуль 1	30	-	16	-	14

Змістовий модуль 2	30	-	16	-	14
Змістовий модуль 3	45	-	16	-	29
Індивідуальне завдання	-	-	-	-	-
Підсумковий контроль	15	-	-	-	15

6. Теми лекцій
не передбачено

7. Теми практичних занять

Тема	Зміст (план)	Кількість ауд. годин
Змістовий модуль 1. База особистого бренду.		
Тема 1. База бренду	Вивчення класифікації та обрання відповідного об'єкту брендингу.	4
Тема 2. Методи розробки бренду	Розгляд та обрання методики розробки та архітектури бренду, на базі яких будується концепція.	12
Змістовий модуль 2. Елементи особистого бренду.		
Тема 3. Класифікація елементів бренду	Вивчення та розгляд класифікації елементів бренду. Визначення набору необхідних елементів для відповідного бренду.	4
Тема 4. Розробка елементів особистого бренду	Розробка елементів відповідного бренду.	12
Змістовий модуль 3. Презентація особистого бренду.		
Тема 5. Способи презентації бренду	Вивчення та розгляд способів та видів презентації брендів відповідній цільовій аудиторії	4
Тема 6. Розробка презентації особистого бренду	Розробка презентації особистого бренду, відповідно до розроблених в попередніх завданнях концепції та елементів бренду.	12

8. Індивідуальне завдання (ІЗ)
не передбачено

9. Методи контролю та порядок оцінювання результатів навчання

Поточний контроль:

- прослуховування доповідей із самостійно вивчених тем;
- оцінювання альбомів графічних завдань за тематикою змістових модулів, виконаних в ході практичних занять та самостійної роботи (графічний контроль);
- проведення кафедрального проміжного перегляду.

Підсумковий контроль:

- диференційований залік у формі проведення кафедрального підсумкового перегляду.

Структура навчальної дисципліни і розподіл балів

Змістові модулі	Максимальна кількість балів			
	усього	практ.	лаб.	сам. роб.
МОДУЛЬ 1	100			
Змістовий модуль 1	20	10	-	10
Змістовий модуль 2	20	10	-	10
Змістовий модуль 3	30	10	-	20
Індивідуальне завдання	-	-	-	-
Підсумковий контроль	30	-	-	-

Види завдань, засоби контролю і максимальна кількість балів

МОДУЛЬ 1	
Змістовий модуль 1	20
Виконання практичного завдання № 01 «База особистого бренду» (графіка у комп'ютерному форматі виконання, формат А3) (графічний контроль, формат А3)	6
Підготовка доповідей із самостійно вивчених тем ЗМ 1. (прослуховування доповідей із самостійно вивчених тем)	4
Завдання до самостійної роботи № 01 Доопрацювання та оформлення завдання «База особистого бренду» (графічний контроль, формат А3)	10
Змістовий модуль 2	20
Виконання практичного завдання № 02 «Елементи особистого бренду» (графіка у комп'ютерному форматі виконання, формат А3) (графічний контроль, формат А3) (проведення кафедрального проміжного перегляду)	6
Підготовка доповідей із самостійно вивчених тем ЗМ 2. (прослуховування доповідей із самостійно вивчених тем)	4
Завдання до самостійної роботи № 02 Доопрацювання та оформлення завдання «Елементи особистого бренду» (графічний контроль, формат А3)	10
Змістовий модуль 3	30
Виконання практичного завдання № 03 «Презентація особистого бренду» (графіка у комп'ютерному форматі виконання, формат А3) (графічний контроль, формат А3)	10
Підготовка доповідей із самостійно вивчених тем ЗМ 1. (прослуховування доповідей із самостійно вивчених тем)	7
Завдання до самостійної роботи № 03 Доопрацювання та оформлення завдання «Презентація особистого бренду» (графічний контроль, формат А3)	13
Підсумковий контроль – диф.залік	30
Альбом практичних робіт, виконаний протягом семестру (проведення кафедрального підсумкового перегляду)	30
ВСЬОГО ЗА МОДУЛЕМ	100

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, диф. заліку	для заліку
90-100	відмінно	зараховано
82-89	добре	
74-81		
64-73		
60-63	задовільно	
35-59	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

10. Матеріально-технічне та інформаційне забезпечення

Методичне забезпечення

1. Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної роботи з навчальної дисципліни «Типологія брендів» (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання зі спеціальності 022 – Дизайн) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. : В. А. Голіус, А. Г. Зінченко, Л. А. Звенігородський. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 19 с. Режим доступу : <https://cutt.ly/CORsYxp>

2. Дистанційний курс «Типологія брендів» у віртуальному освітньому середовищі на платформі MOODLE ХНУМГ ім. О.М. Бекетова за посиланням: <https://dl.kname.edu.ua/course/view.php?id=2209>

Рекомендована література та інформаційні ресурси

1. Вергунов С. В. Книга-алігат про сучасний промисловий український дизайн: спеціалізований каталог «ДИЗАЙНЕРЫ УКРАИНЫ. INDUSTRIAL DESIGN». – Харків : Изд-во Федорко, 2019. – 208 с.; 624 іл. ISBN 978-617-7664-23-8 Ukr; монографія «Промышленный дизайн Украины: взгляд изнутри». – Харків : Изд-во Федорко, 2019. – 340 с.; 455 іл. — ISBN 978-617-7664-24-5 Ukr
Режим доступу: http://koha.kname.edu.ua/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=157970&query_desc=kwl%2Cwrdl%3A%20вергунов

2. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник / М. Я. Куленко ; за ред. проф. Є. А. Антоновича. – Вид. третє, перероб. і доповн. – Київ : Кондор Видавництво, 2015. – 544 с. Режим доступу: <http://koha.kname.edu.ua/cgi-bin/koha/opac-ISBNdetail.pl?biblionumber=558>

3. Голіус В. А. Сучасні тенденції в дизайні брендування територій/ В. А. Голіус, А. Г. Зінченко, О. М. Левадний // Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / [редактори-

упорядники М. Пантюк, А. Душний, І. Зимомря]. – Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2021. – Вип. 42. Том 1. – С. 74–79. http://www.aphn-journal.in.ua/archive/42_2021/part_1/10.pdf

4. Голіус В. А. Історичний та термінологічний аспект еволюції символіки товарних знаків/ В. А. Голіус, Л.А. Звенігородський, О. М. Левадний // Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / [редактори-упорядники М. Пантюк, А. Душний, І. Зимомря]. – Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2021. – Вип. 43. Том 1. – С. 71-77. http://www.aphn-journal.in.ua/archive/43_2021/part_1/11.pdf

Обладнання, устаткування, програмні продукти

Графічні редактори GIMP 2.10.22 та Inkscape 1.0.2.(free version).

Комп'ютерні класи: 201-а арх., 203-а арх., ВЦ 10.