

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИЭС

(подпись) Н.З. Солодилова

29.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

(48374)Брендинг и фирменный стиль

Направление подготовки (специальность): **41.03.01 Зарубежное регионоведение**

Направленность: **профиль«Международные отношения»**

Уровень высшего образования: **бакалавриат**

Форма обучения: **очная;**

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: **Кафедра дизайна и искусствоведения (ДИ);**

Трудоемкость дисциплины: **4 з.е. (144час)**

Уфа 2023

Рабочую программу дисциплины разработал(и):

_____ Квашнина О.В., ст.преподаватель

Рецензент

_____ Трофимова М.М., доцент

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Кафедра дизайна и искусствоведения (ДИ);, обеспечивающей преподавание дисциплины 02.05.2023, протокол №6.

Заведующий кафедрой

Кафедра дизайна и искусствоведения (ДИ)_____ Л.М. Стратонова

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой МОИВ_____ С.Д. Галиуллина

Год приема 2023 г.

Рабочая программа зарегистрирована 08.06.2023 № 6 в ОПЛА и внесена в электронную базу данных

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины, предшествующие изучению данной дисциплины (исходя из формирования этапов по компетенциям): ESG-трансформация бизнеса; Автоматизированные системы управления обслуживающих организаций; Агент торговый (курс рабочей профессии); Администратор (курс рабочей профессии); Администрирование компьютерных сетей; Академия молодежного туризма: экскурсионная деятельность; Архитектура и функциональная структура цифровых сервисов в креативных индустриях; Базовые навыки 21 века; Бармен (курс рабочей профессии); Бизнес-платформы и бизнес-архитектура экосистем бизнеса; Введение в восточную философию; Визуальные коммуникации в дизайне; Внешнеэкономические связи Российской Федерации в глобальной экономике; Горничная (курс рабочей профессии); Деловой этикет; Законодательное и общественное регулирование цифровой сферы; Инвестиционная грамотность; Информационные технологии закупочной деятельности (курс рабочей профессии); Искусственный интеллект; Искусство убеждать; История: 5 подходов к историческому развитию; Комплаенс-контроль в деятельности хозяйствующих субъектов; Комплексная (расширенная) аналитика экосистемы данных в бизнесе; Конкурентная разведка; Конкурентоспособность бизнеса: международный бенчмаркинг; Конкурентоспособность территории и бизнеса; Конституционное право России. Общая часть; Креативные индустрии и глобальные тренды современности; Креативные технологии в дизайне; Культура сервиса для персонала, работающего в контактных зонах; Лидерство и командообразование; Личностный рост; Макроэкономика; Международное право: трансграничные операции (Lex mercatoria); Менеджер по рекламе (курс рабочей профессии); Методы программирования и распределенные информационные системы: базовый уровень; Микроэкономика; Мобильные приложения и программирование устройств; Налоговое и правовое обеспечение "зеленой" экономики; Основы дизайна; Основы критического мышления; Основы мехатроники и робототехники; Основы наук о Земле; Основы персонализированного и функционального питания; Официант (курс рабочей профессии); ПРОкачай ЭКОлайф; Предпринимательство в креативных индустриях; Проектные мастерские "Общественные проекты"; Психодиагностика; Публичные выступления и презентация; Разработка и оптимизация интерфейса цифровых сервисов; Религия и мир; Системная динамика устойчивого развития; Современные концепции права природопользования; Современные экономические концепции; Создание медиа-контента; Социальные медиа; Специалист по многофункциональным графическим редакторам; Технологии маркетплейс; Традиционная философия Восточной Азии; Тревел-блоггинг – журналистика путешествий; Управление в креативных индустриях, креативные проекты; Управление пространственным развитием территории; Управление экосистемами бизнеса; Философия и этика цифрового общества; Финансовая грамотность; Цифровой маркетинг и медиа; Цифровые решения для персонализированного питания; Школа "Путеводитель предпринимателя"; Школа «Цифровое государство: шаг в будущее»; Школа антикоррупционной деятельности; Школа навыков цифровых коммуникаций; Экология; Этика цифрового общества; Этикет на все случаи жизни; Эффективное управление продажами в гостинице; Эффективное управление продажами в системе обслуживания; Эффективные переговоры

Дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее (исходя из формирования этапов по компетенциям): Научно-исследовательская работа (по теме выпускной квалификационной работы); Национальные интересы России в глобальном мире

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули);

Обязательная или часть, формируемая участниками образовательных отношений (в том числе элективные дисциплины): Часть, формируемая участниками образовательных отношений;

Форма обучения: очная

Семестр, в котором преподается дисциплина	Трудоемкость дисциплины				Вид промежу- точной аттестации
	Зачет- ные едини- цы	Часы			
		Общая	В том числе		
			контакт- ная	СРО	
7	4	144	50	94	экзамен;
ИТОГО:	4	144	50	94	

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

№ пп.	Формируемые компетенции	Шифр/ индекс компетен- ции
1	Способность генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики в сфере профессиональных интересов	ПК-1-БРА-22-6

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Шифр компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Шифр результата обучения	Результат обучения
ПК-1-БРА-22	ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и оценивает их влияние на профессиональную среду ПК-1.2 Участвует в формировании идей для развития профессиональной сферы в рамках развития цифровой экономики	З(ПК-1-БРА-22)	Знать: базовые понятия в сфере профессиональных интересов
		У(ПК-1-БРА-22)	Уметь: генерировать идеи и решать задачи в сфере профессиональных интересов
		В(ПК-1-БРА-22)	Владеть: современными технологиями цифровой среды для решения задач, попадающих в сферу профессиональных интересов

3. Структура дисциплины

3.1. Виды учебной работы и трудоемкость (всего и по семестрам, в часах)

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Всего и по семестрам , часы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Контактная работа, всего в том числе:	50							50					
лекции (всего)	20							20					
-в т.ч. лекции on-line курс	0												
практические занятия (ПЗ)	24							24					
-в т.ч. практические занятия on-line курс	0												
лабораторные работы (ЛР)	0												
контролируемая самостоятельная работа (защита курсового проекта, курсовой работы и др. работ (при наличии))	0												
-в т.ч. лабораторные работы on-line курс	0												
иная контактная работа (сдача зачета, экзамена, консультации)	6							6					
проектная деятельность (ПД)	0												
Самостоятельная работа обучающихся (СРО), всего в том числе: (указать конкретный вид СРО)	94							94					
выполнение и подготовка к защите курсового проекта или курсовой работы	0												
выполнение и подготовка к защите РГР работы, реферата, патентных исследований, аналитических исследований и т.п	0												
изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	44							44					
подготовка к лабораторным и/или практическим занятиям	0												
подготовка к сдаче зачета, экзамена	23							23					
иные виды работ обучающегося (при наличии)	27							27					
освоение on-line курса	0												
самостоятельная проектная деятельность (СПД)	0												
ИТОГО ПО ДИСЦИПЛИНЕ	144							144					

4. Содержание дисциплины

4.1. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий (в часах)

Форма обучения: очная

(раздела)Номер темы	Название темы (раздела)	Семестр	Трудоемкость, часы					Шифр результата обучения
			Л	ПЗ	ЛР	СРО	Всего	
1	Понятия и цели фирменного стиля, бренда и брендинга	7	20			34	54	З(ПК-1-БРА-22) У(ПК-1-БРА-22) В(ПК-1-БРА-22)
2	Фирменный стиль и продукты брендбука	7		24		60	84	З(ПК-1-БРА-22) У(ПК-1-БРА-22) В(ПК-1-БРА-22)
ИТОГО:			20	24		94	138	

4.2. Содержание лекционного курса

№ пп.	Номер раздела	Название темы	Трудоемкость, часы		
			очная	очно-заочная	заочная
1	1-Понятия и цели фирменного стиля, бренда и брендинга	Введение в дисциплину История развития фирменного стиля. Понятия и цели фирменного стиля, бренда и брендинга.	6		
2	1-Понятия и цели фирменного стиля, бренда и брендинга	Фирменный стиль Основные элементы фирменного стиля. Основные носители фирменного стиля. Разработка фирменного стиля. Внедрение фирменного стиля.	6		
3	1-Понятия и цели фирменного стиля,	Брендинг Основные понятия	8		

	бренда и брендинга	тия брендинга. Составляющие бренда. Основ- ные маркетинго- вые цели бренда. Оценка бренда. Уровень из- вестности бренда у покупателей. Ребрендинг.			
	-	ИТОГО:	20		

4.4. Перечень практических занятий

Номер раздела	№ ПЗ	Тема прак- тического занятия	Трудоемкость, часы		
			очная	очно- заочная	заочная
2-Фирменный стиль и продукты брендбука	1	Дизайн лого- типа Методическая задача: на основе анализа технического задания клиен- та разработать логотип	8		
2-Фирменный стиль и продукты брендбука	2	Логобук Методическая задача: разра- ботать восьми- страничный ло- гобук, содер- жащий разра- ботанный ра- нее логотип и основные обя- зательные эле- менты (версии логотипа, пове- дение логоти- па, типографи- ка, цветовые решения, сти- леобразующий элемент, недо- пустимые структурные изменения ло- готипа, недопу- стимое поведе- ние логотипа).	8		
2-Фирменный стиль и продукты брендбука	3	Ребрендинг Методическая задача: прове-	8		

		сти ребрендинг логотипа известной компании.			
-		ИТОГО:	24		

4.5. Виды СРО

Номер раздела	Вид СРО	Трудоемкость, часы		
		очная	очно-заочная	заочная
1-Понятия и цели фирменного стиля, бренда и брендинга	подготовка к сдаче зачета, экзамена	14		
1-Понятия и цели фирменного стиля, бренда и брендинга	изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	20		
2-Фирменный стиль и продукты брендбука	подготовка к сдаче зачета, экзамена	9		
2-Фирменный стиль и продукты брендбука	иные виды работ обучающегося (при наличии)	27		
2-Фирменный стиль и продукты брендбука	изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	24		
-	ИТОГО:	94		

Темы для самостоятельной работы обучающихся

Раздел 1. Понятия и цели фирменного стиля, бренда и брендинга

- самостоятельное изучение профильной литературы
- составление глоссария

Раздел 2. Фирменный стиль и продукты брендбука

- самостоятельное изучение профильной литературы
- доработка практических (творческих) заданий

5. Формы текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации

Перечень оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине приведен Фонде оценочных средств (приложение Б).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Сведения об обеспеченности дисциплины основной, дополнительной и учебно-методической литературой приведены в формах № 1-УЛ и № 2-УЛ (приложение А).

6.2. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, рекомендуемых для освоения дисциплины

Названия современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, рекомендуемых для освоения дисциплины	Ссылки на официальные сайты
Журнал о графическом дизайне	www.kak.ru
Свободная энциклопедия	https://www.wikipedia.org/
ЭБС Znanium.com	http://znanium.com/
ЭБС Лань	https://e.lanbook.com/
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	https://biblioclub.ru/
Электронная библиотека УГНТУ	http://www.bibl.rusoil.net
Электронная библиотека УГУЭС	http://lib-ies.rusoil.net:6080

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

7.1. Перечень специальных аудиторий, кабинетов, лабораторий и пр., используемых при реализации дисциплины с перечнем основного оборудования

№ пп.	Номер помещения	Оснащенность помещения (перечень основного оборудования)	Наименование помещения
1	12-114	Система подъема фона(1);Система установки фона(1);Шкаф металлический(1);Штатив(1);Учебно-наглядные пособия по дисциплине,набор демонстрационного оборудования; Столы, стулья;	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).
2	12-114	Система подъема фона(1);Система установки фона(1);Шкаф металлический(1);Штатив(1);Столы, стулья	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения.
3	12-114	Система подъема фона(1);Система установки фона(1);Шкаф металлический(1);Штатив(1);Доступ к электронной информационно-образовательной среде (Корпоративная информационная система УГНТУ); Доступ в интернет;	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.
4	12-114	Система подъема фона(1);Система установки фона(1);Шкаф металлический(1);Штатив(1);Столы, стулья	Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций
5	12-114	Система подъема фона(1);Система установки фона(1);Шкаф металлический(1);Штатив(1);Столы, стулья	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения.
6	12-302	Компьютер в комп.(1);МФУ Kyocera(1);Шкаф(ы) для хранения	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
7	12-311	Е-net HVB 10BA(1);Компьютер ПК НIKC\i3-4170\21.5"(2);Компьютер в комп.(1);Контрольно-кассовая машина Пионер 114Ф с ФН(1);Копироваль.аппар(1);МФУ hp LaserJet Pro M1132<CE847A>(A4 принтер+сканер+копир)(1);Монитор BENQ E 2210 HDA(1);Моноблок(1);Принтер(1);Системный блок Intel Core 2(1);Стол(2);Шкаф демонт.пер...(2);Доступ к электронной информационно-образовательной среде (Корпоративная инфор-	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

7.2. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, используемых в учебном процессе при освоении дисциплины

№ пп.	Наименование ПО	Лицензионная чистота (реквизиты лицензии, свидетельства о гос. регистрации и т.п., срок действия)
1	Adobe Photoshop CC	Дата выдачи лицензии 20.02.2019, Поставщик: ООО "Геоэкспитал"
2	CorelDraw Graphics Suite X6	Дата выдачи лицензии 03.12.2013, Поставщик: ЗАО «СофтЛайн Трейд»
3	Microsoft Office	Дата выдачи лицензии 24.09.2018, Поставщик: ООО "Софтлайн Проекты"

8. Организация обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, обучающихся по данной образовательной программе, разрабатывается индивидуальная программа освоения дисциплины с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Приложение А

Форма № УЛ-1

СВЕДЕНИЯ

об обеспеченности дисциплины основной и дополнительной учебной литературой

Наименование дисциплины: (48374)(48374)Брендинг и фирменный стильНаправление подготовки (специальность): 41.03.01 Зарубежное регионоведениеНаправленность: профиль«Международные отношения»Форма обучения: очная;Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Кафедра дизайна и искусствоведения (ДИ);

Тип	Назначение учебных изданий	Семестр			Библиографическое описание	Кол-во экз.	Адрес нахождения электронного	Кoeffициент
		очная	очно-заочная	заочная				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Основная литература	Для выполнения СРО;Для выполнения практических занятий;Для изучения теории;	7			Ахматова, И. В. Бренд-бук и фирменный стиль : учебное пособие / И. В. Ахматова, Е. В. Шокова. — Самара : Самарский университет, 2020. — 68 с. — https://e.lanbook.com/book/188883	1	http://www.e.lanbook.com	1.00
Основная литература	Для выполнения СРО;Для выполнения практических занятий;Для изучения теории;	7			Костина, Н. Г. Фирменный стиль и дизайн : учебное пособие / Н. Г. Костина, С. Ю. Баранец. — Кемерово : КеМГУ, 2014. — 97 с. — https://e.lanbook.com/book/93556	1	http://www.e.lanbook.com	1.00

Дополнительная литература	Для выполнения СРО;Для выполнения практических занятий;Для изучения теории;	7			Корякина, Г. М. Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий : [16+] / Г. М. Корякина, С. А. Бондарчук. – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018. – 93 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576869	1	https://biblioclub.ru	1.00
Дополнительная литература	Для выполнения СРО;Для выполнения практических занятий;Для изучения теории;	7			Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 344 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021	1	https://biblioclub.ru	1.00
Примечание – Графы 1-5,8 заполняются кафедрой, графы 7 и 9 - библиотекой								

Составил:

_____ Квашнина О.В., ст.преподаватель

Год приема 2023 г.

СВЕДЕНИЯ**об обеспеченности дисциплины учебно-методическими изданиями**Наименование дисциплины: (48374)(48374)Брендинг и фирменный стильНаправление подготовки (специальность): 41.03.01 Зарубежное регионоведениеНаправленность профиль«Международные отношения»Форма обучения очная;Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Кафедра дизайна и искусствоведения (ДИ);

Назначение учебных изданий	Семестр			Библиографическое описание	Кол-во экз.		Адрес нахождения электронного	Коэффициент
	очная	очно-заочная	заочная		Всего	в том числе		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Для выполнения СРО;Для выполнения практических занятий;Для изучения теории;	7			Брендинг и фирменный стиль : учебно-методическое пособие для закрепления теоретических занятий, выполнения практических работ и самостоятельной работы студентов / УГНТУ, ИЭС, каф. ДИ ; сост. О. В. Квашнина. - Уфа : УГНТУ, 2023. - 78 Кб. - URL: http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/IES/Kvashnina15931.pdf	1	0	http://bibl.rusoil.net	1.00
Примечание – Графы 1-5,8 заполняются кафедрой, графы 6,7 и 9 - библиотекой								

Составил:

Квашнина О.В., ст.преподаватель

Год приема 2023 г.

Приложение Б

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИЭС

_____ Н.З. Солодилова
29.06.2023

**Фонд оценочных средств по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине
(48374)Брендинг и фирменный стиль**

Направление подготовки (специальность): 41.03.01 Зарубежное регионоведение

Направленность: профиль «Международные отношения»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Кафедра дизайна и искусствоведения (ДИ);

Трудоемкость дисциплины: 4 з.е. (144час)

Уфа 2023

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине разработал (и):

_____ Квашнина О.В., ст.преподаватель

—
Рецензент

_____ Трофимова М.М., доцент

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине рассмотрен и одобрен на заседании кафедры Кафедра дизайна и искусствоведения (ДИ);, обеспечивающей преподавание дисциплины 02.05.2023, протокол №6.

Заведующий кафедрой Кафедра дизайна и искусствоведения (ДИ);_____Л.М. Стратонова

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой МОИВ_____С.Д. Галиуллина

Год приема 2023 г.

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине
зарегистрирован 08.06.2023 № 6 в отделе МСОП и внесен в электронную базу данных

1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Шифр результата обучения	Результат обучения	Индикатор достижения компетенций	Показатели достижения результатов освоения компетенций	Вид оценочного средства
1	Понятия и цели фирменного стиля, бренда и брендинга	В(ПК-1-БРА-22)	базовые понятия в сфере профессиональных интересов	ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и оценивает их влияние на профессиональную среду	демонстрирует работу с ключевыми тенденциями профессиональной сферы	Письменный и устный опрос Творческое задание Тестирование компьютерное
				ПК-1.2 Участвует в формировании идей для развития профессиональной сферы в рамках развития цифровой экономики	демонстрирует навык работы с современными технологиями	Письменный и устный опрос Творческое задание Тестирование компьютерное
		З(ПК-1-БРА-22)		ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и оценивает их влияние на профессиональную	ориентируется в базовых понятиях в сфере брендинга	Письменный и устный опрос Творче-

				среду		ское задание Тестирование компьютерное
				ПК-1.2 Участвует в формировании идей для развития профессиональной сферы в рамках развития цифровой экономики	ориентируется в базовых понятиях в сфере фирменного стиля	Письменный и устный опрос Творческое задание Тестирование компьютерное
		У(ПК-1-БРА-22)		ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и оценивает их влияние на профессиональную среду	демонстрирует умение решать профессиональные задачи	Письменный и устный опрос Творческое задание Тестирование компьютерное
				ПК-1.2 Участвует в формировании идей для развития профессиональной сферы в рамках развития	демонстрирует умение генерировать идеи	Письменный и устный опрос

				цифровой экономики		Творческое задание Тестирование компьютерное
7	Фирменный стиль и продукты брендбука	В(ПК-1-БРА-22)		ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и оценивает их влияние на профессиональную среду	демонстрирует работу с ключевыми тенденциями в сфере брендинга и фирменного стиля	Письменный и устный опрос Творческое задание Тестирование компьютерное
				ПК-1.2 Участвует в формировании идей для развития профессиональной сферы в рамках развития цифровой экономики	демонстрирует навык работы с современными технологиями при работе над продуктами брендбука	Письменный и устный опрос Творческое задание Тестирование компьютерное
		З(ПК-1-БРА-22)		ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и	ориентируется в базовых понятиях, необходимых для работы над	Письменный и устный

			оценивает их влияние на профессиональную среду	продуктами брендбука	опрос Творческое задание Тестирование компьютерное
			ПК-1.2 Участвует в формировании идей для развития профессиональной сферы в рамках развития цифровой экономики	ориентируется в базовых понятиях, необходимых для генерации новых идей и работы над логобуком	Письменный и устный опрос Творческое задание Тестирование компьютерное
			ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и оценивает их влияние на профессиональную среду	демонстрирует умение решать задачи в сфере профессиональных интересов	Письменный и устный опрос Творческое задание Тестирование компьютерное
		У(ПК-1-БРА-22)	ПК-1.2 Участвует в формировании идей для раз-	демонстрирует умение генерировать идеи в	Письменный и

				вития профессиональной сферы в рамках развития цифровой экономики	сфере профессиональных интересов	устный опрос Творческое задание Тестирование компьютерное
--	--	--	--	---	----------------------------------	--

2. Перечень оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

п/п	Вид оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Шкала оценки
1	2	3	4	5
1	Письменный и устный опрос	Оценочное средство для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Позволяет выявить и восполнить пробелы в знаниях; повторить, закрепить, систематизировать материал; оценить знания, умения, теоретические и практические навыки; определить уровень сформированных у студентов компетенций по дисциплине (модулю)	Совокупность вопросов, заданий, упражнений, тестов для выполнения контрольных работ, домашних заданий, РГР и иных учебных работ. Комплект билетов для текущей и промежуточной аттестации	оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если дан полный развернутый ответ с пояснениями на материале практических заданий оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если раскрывается основное содержание учебного материала, допускаются незначительные нарушения в последовательности изложения материала оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если основное содержание материала представлено фрагментарно, не последовательно, нет четкого определения понятий оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если отсутствует знание основного содержания учебного материала, допущены грубые ошибки в определении понятий
2	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий.	оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если в творческом задании демонстрируется полное понимание и исполнение поставленной задачи оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если задание выполнено в полном объеме, незначительные нарушения в подаче оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если задание представлено фрагментарно (частично), не оформлено в соответствии с требованиями

		выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.		оценка « <i>неудовлетворительно</i> » выставляется обучающемуся, если не представлен в достаточном количестве графический материал
3	Тестирование компьютерное	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Обработка результатов тестирования на компьютере обеспечивается специальными программами. Позволяет проводить самоконтроль (репетиционное тестирование), может выступать в роли тренажера при подготовке к зачету или экзамену.	Банк заданий – логически упорядоченный набор тестовых заданий, позволяющий генерировать множество тестов.	оценка « <i>отлично</i> » выставляется обучающемуся, если от 71% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий оценка « <i>хорошо</i> » выставляется обучающемуся, если от 51% до 70% правильных ответов из общего числа тестовых заданий оценка « <i>удовлетворительно</i> » выставляется обучающемуся, если от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий оценка « <i>неудовлетворительно</i> » выставляется обучающемуся, если от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Приложение В

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

Письменный и устный опрос.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

- 1 Предпосылки развития фирменного стиля
- 2 Понятия и цели фирменного стиля
- 3 Формирование фирменного стиля.
- 4 Дать определение понятию «Брендинг»
- 5 Роль брендинга предпринимательской деятельности
- 6 Основные цели формирования фирменного стиля
- 7 Основные функции формирования фирменного стиля
- 8 Элементы фирменного стиля
- 9 Носители фирменного стиля
- 10 Дать определение понятию «Логотип»
- 11 Дать определение понятию «Фирменная шрифтовая надпись (логотип)»
- 12 Дать определение понятию «Графический товарный знак»
- 13 Дать определение понятию «Фирменный блок»
- 14 Дать определение понятию «Фирменный лозунг (слоган)»
- 15 Дать определение понятию «Фирменный цвет»
- 16 Дать определение понятию «Фирменный комплект шрифтов»
- 17 Дать определение понятию «Корпоративный герой»
- 18 Дать определение понятию «Фирменная одежда»
- 19 Дать определение понятию «Постоянный коммуникант (лицо фирмы)»
- 20 Дать определение понятию «Дискриптор»
- 21 Дать определение понятию «Брендбук»
- 22 Дать определение понятию «Логобук»
- 23 Дать определение понятию «Логофолио»
- 24 Дать определение понятию «Стилеобразующий элемент»
- 25 Дать определение понятию «Паттерн»

Творческое задание.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

Задание 1. Дизайн логотипа

Методическая задача: на основе анализа технического задания клиента разработать логотип

Задание 2. Логобук

Методическая задача: разработать восьмистраничный логобук, содержащий разработанный ранее логотип и основные обязательные элементы (версии логотипа, поведение логотипа, типографика, цветовые решения, стилеобразующий элемент, недопустимые структурные изменения логотипа, недопустимое поведение логотипа).

Задание 3. Ребрендинг

Методическая задача: провести ребрендинг логотипа известной компании.

Методические рекомендации по выполнению творческих заданий приведены в УМП: Брендинг и фирменный стиль : учебно-методическое пособие для закрепления теоретических занятий, выпол-

нения практических работ и самостоятельной работы студентов / УГНТУ, ИЭС, каф. ДИ ; сост. О. В. Квашнина. - Уфа : УГНТУ, 2023. - 78 Кб. - URL:
http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/IES/Kvashnina15931.pdf

Тестирование компьютерное.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

Тест является простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест состоит из небольшого количества элементарных задач и может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько вариантов ответа).

Тест занимает часть учебного занятия (10-40 минут) и может состоять из заданий закрытого и открытого типа; правильные решения разбираются на том же или следующем занятии. Частота тестирования и количество вопросов в каждом тесте определяется преподавателем.

Процедура тестирования может осуществляться с помощью системы «Тестирование» УГНТУ (<http://www.testirov.rusoil.net>).

Образец тестового задания (правильный ответ обозначен знаком "+"):

1. Значение термина «Бренд» («brandre») в переводе с древнескандинавского

- a) жечь, прижигать +
- b) писать
- c) показать
- d) производить

2. Значение термина «Brand» («Бренд») в переводе с английского

- a) позиционирование
- b) клеймо, фабричная марка +
- c) метка
- d) герб

3. Создатель первого фирменного стиля, принадлежащего концерну «АЭГ»

- a) Анри ван де Вельде
- b) Мис ван дер Роэ
- c) Ле Корбюзье
- d) Петер Беренс +

4. Основными элементами фирменного стиля НЕ являются...

- a) элементы делопроизводства +
- b) товарный знак
- c) корпоративный герой
- d) одежда персонала

5. Основными элементами фирменного стиля НЕ являются...

- a) графический товарный знак
- b) комплект шрифтов
- c) элементы бухгалтерской отчетности +
- d) лозунг (слоган)

6. В малый фирменный стиль компании НЕ входят...

- a) фирменные шрифты
- b) правила оформления интерьера +
- c) корпоративные цвета
- d) правила верстки логотипа

7. Рекламная формула, постоянный рекламный девиз компании

- a) фирменный слоган +
 - b) акцидентный слоган
 - c) краткий лозунг
 - d) нейм-лозунг
8. Определение термина «Айдентика»
- a) система визуальных решений, помогающих идентифицировать бренд +
 - b) рекламная продукция известной организации по производству напитков
 - c) процесс разработки названия для компании или продукта
 - d) сфера деятельности компании по созданию цифровых двойников
9. Определение термина «Нейминг»
- a) процесс выбора фирменных цветов бренда, товара или услуги
 - b) процесс изменения бренда, товара или услуги, или их составляющих
 - c) процесс разработки названия бренда, товара или услуги +
 - d) процесс разработки носителей бренда, товара или услуги
10. Официальный документ компании, в котором описывается концепция бренда, атрибуты бренда, целевая аудитория, позиционирование компании и другие данные, которыми руководствуется отдел дизайна, маркетинга и руководители бизнеса для построения коммуникации с потребителями и развития компании в целом
- a) брендбук +
 - b) логобук
 - c) логофолио
 - d) портфолио
11. Документ, который содержит информацию о логотипе, фирменные цвета логотипа и фирменные шрифты
- a) брендбук
 - b) логобук +
 - c) логофолио
 - d) портфолио
12. Классификация бренда по типу объектов брендинга
- a) товарный, сервисный, социальный (личностный), бренд организации, событийный, географический +
 - b) потребительский, промышленный, высокотехнологичный
 - c) мультинациональный, национальный, местный (локальный), нишевый
 - d) корпоративный, зонтичный, индивидуальный, товарный суббренд
13. Классификация бренда по территориальному охвату
- a) товарный, сервисный, социальный (личностный), бренд организации, событийный, географический
 - b) потребительский, промышленный, высокотехнологичный
 - c) мультинациональный, национальный, местный (локальный), нишевый +
 - d) корпоративный, зонтичный, индивидуальный, товарный суббренд
14. Определение термина «Дескриптор»
- a) знак, образующийся при соединении двух или более графем (обычно букв) в логотипе
 - b) подпись, которая добавляется к логотипу, чтобы обозначить, чем занимается компания +
 - c) семейство начертаний шрифта, имеющих общие стиливые особенности
 - d) специальный символ (&), обозначающий союз «и»
15. Определение термина «Лигатура»
- a) знак, образующийся при соединении двух или более графем (обычно букв) в логотипе +
 - b) подпись, которая добавляется к логотипу, чтобы обозначить, чем занимается компания
 - c) семейство начертаний шрифта, имеющих общие стиливые особенности
 - d) специальный символ (&), обозначающий союз «и»
16. Определение термина «Гарнитура»
- a) знак, образующийся при соединении двух или более графем (обычно букв) в логотипе +
 - b) подпись, которая добавляется к логотипу, чтобы обозначить, чем занимается компания

- b) семейство начертаний шрифта, имеющих общие стилевые особенности +
- c) специальный символ (&), обозначающий союз «и»

17. Объективная характеристика качества цвета в полиграфической продукции, отражающая количество цветов (красок), используемых при печати изображения

- a) разрешение
- b) цветовая модель
- c) оверпринт
- d) цветность +

18. Рекомендуемое разрешение для растрового изображения, использованного в дизайне полиграфической продукции (каталоги, брошюры, буклеты, блокноты и др.) и подготовленного для печати

- a) 600
- b) 300 +
- c) 150
- d) 72

19. Комплекс мероприятий по изменению всего бренда, либо его составляющих

- a) ренейминг
- b) рестайлинг
- c) ребрендинг +
- d) редизайн

20. Определение термина «Рестайлинг»

- a) комплекс мероприятий по изменению всего бренда, либо его составляющих
- b) комплекс мероприятий по увеличению целевой аудитории бренда
- c) система визуальных решений, помогающих идентифицировать бренд
- d) трансформация (изменение) визуальной составляющей бренда +

Методические рекомендации по подготовке к тестированию представлены в УМП: Бренддинг и фирменный стиль : учебно-методическое пособие для закрепления теоретических занятий, выполнения практических работ и самостоятельной работы студентов / УГНТУ, ИЭС, каф. ДИ ; сост. О. В. Квашнина. - Уфа : УГНТУ, 2023. - 78 Кб. - URL:

http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/IES/Kvashnina15931.pdf

Аннотация к рабочей программе дисциплины (48374)Брендинг и фирменный стиль

Направление подготовки (специальность): 41.03.01 Зарубежное регионоведение

Направленность: профиль«Международные отношения»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная;

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Кафедра дизайна и искусствоведения (ДИ);

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1-БРА-22 Способность генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики в сфере профессиональных интересов:

-ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и оценивает их влияние на профессиональную среду

-ПК-1.2 Участвует в формировании идей для развития профессиональной сферы в рамках развития цифровой экономики

Результат обучения

Знать:

ПК-1-БРА-22-6 базовые понятия в сфере профессиональных интересов

Уметь:

ПК-1-БРА-22-6 генерировать идеи и решать задачи в сфере профессиональных интересов

Владеть:

ПК-1-БРА-22-6 современными технологиями цифровой среды для решения задач, попадающих в сферу профессиональных интересов

Краткая характеристика дисциплины

Понятия и цели фирменного стиля, бренда и брендинга; Фирменный стиль и продукты брендбука;

Трудоёмкость (з.е. / часы)

4 з.е. (144час)

Вид промежуточной аттестации

экзамен;

Разработчик(и):

_____ Квашнина О.В., ст.преподаватель

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой МОИВ _____ С.Д. Галиуллина