Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 05.03.2026 09:56:58
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт графики и искусства книги имени В.А. Фаворского

УТВЕРЖДАЮ
И. о. директора
_____ /Я.В.Дмитриев/
«26» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Философия бренда

Направление подготовки
54.04.01 Дизайн

Профиль
Графический дизайн

Квалификация

Магистр

Форма обучения
Очно-заочная

Москва, 2026 г.

К.э.н, доцент, доцент каф. «Художественно-техническое оформление печатной продукции»  /И.С. Самойленко/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Художественно-техническое оформление печатной продукции»,



/ Е.Б.Третьяк/

Заседание кафедры: 29 января 2025, протокол № 6

Содержание

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы 4
3 Структура и содержание дисциплины 5
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость 5
3.2 Тематический план изучения дисциплины 5
3.3 Содержание дисциплины 5
3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 5
3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 6
4 Учебно-методическое и информационное обеспечение 6
4.1 Нормативные документы и ГОСТы 6
4.2 Основная литература 6
4.3 Дополнительная литература 6
4.4 Электронные образовательные ресурсы 7
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 7
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 7
5 Материально-техническое обеспечение 7
6 Методические рекомендации 7
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 7
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 7
7 Фонд оценочных средств 7
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 7
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 7
7.3 Оценочные средства 8

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

К основным целям освоения дисциплины «Философия бренда» следует отнести:

- воспитание у студентов художественного вкуса; создании представления о развитии дизайна и философии различных брендов;
- изучение национальных моделей, концепций и направлений дизайна, их отличительных особенностях, тенденциях в современном промышленном дизайне и маркетинге;
- дизайнерском осмысление процесса формирования бренда;
- в изучении принципов формирования классических теорий и концепций в промышленном дизайне для использования их в практической дизайнерской деятельности; получении основ методик дизайн – проектирования в различных областях брэндинга, знакомстве с методами разработки айдентики.

К основным задачам освоения дисциплины «Философия бренда» следует отнести:

- знакомстве с методами разработки айдентики;

Обучение по дисциплине «Философия бренда» направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1: Способен проводить предпроектные дизайнерские исследования	ИПК-1.1 Выявляет существующие и прогнозировать будущие тенденции в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-1.2 Производит сравнительный анализ аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-1.3 Анализирует потребности и предпочтения целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-1.4 Оформляет результаты дизайнерских исследований
ПК-3: Способен концептуально и художественно-технически разработать дизайн-проекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации	ИПК-3.1 Разрабатывает дизайн-концепции системы визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-3.2 Визуализирует образы проектируемой системы в целом и ее составляющих с помощью средств графического дизайна и специальных компьютерных программ, проработка эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-3.3 Согласует с возможностями производства воспроизведение системы визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-3.4 Подготавливает графические материалы по системе визуальной информации, идентификации и коммуникации для передачи в производство

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина взаимосвязана со следующими дисциплинами и практиками: Б1.2.1 Графический дизайн; ФТД.1 Анимационная графика; Б1 Копирайтинг; Б2.2.1.1 Производственная практика (преддипломная); Б3.1 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

3 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

Очно-заочная

№ п/п	Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
1	Аудиторные/контактные занятия	18	18
1.1	Лекции	4	4
1.2	Семинарские/практические занятия	14	14
2	Самостоятельная работа	54	54
3	Промежуточная аттестация		Зачет
	Итого	72	72

3.2 Тематический план изучения дисциплины

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Всего	Лекции	Семинарские/ практические	Лабораторные	Практическая подготовка	Самостоятельная работа
1	Тема 1. Философские основы идентичности и символики бренда. Бренд как социокультурный феномен	17	2	7	–	–	8
2	Тема 2. Теория и методология брендинга и формирования визуальной идентичности бренда	55	2	7	–	–	46
Итого		**72**	**4**	**14**	**–**	**–**	**54**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Философские основы идентичности и символики бренда. Бренд как социокультурный феномен.

Основные понятия бренда и философии бренда. История развития брендинга. Роль философии в формировании бренда. Трансформация идентичности в брендинге. Символика и знаковые системы бренда. Символы как коммуникация. Бренд как культурный феномен. Влияние бренда на общественное сознание. Культурные коды и архетипы в брендинге

Тема 2. Теория и методология брендинга и формирования визуальной идентичности бренда Основные теории брендинга. Платформа бренда. Понятие визуального кода в брендинге. Ситуационный и художественный анализ в брендинге. Графический дизайн как инструмент создания бренда.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

Семинарские и практические занятия не предусмотрены.

3.4.2. Семинарские/практические занятия

Тема 1. Философские основы идентичности и символики бренда. Бренд как социокультурный феномен.

Визуальное исследование на тему «Бренд как социокультурный феномен»

Тема 2. Теория и методология брендинга и формирования визуальной идентичности бренда

Исследования в брендинге: методология исследований.

Использование AI и LLM решений в проведении исследований

ЦА и карты восприятия бренда

Анализ художественных образцов и проектных реализаций и выявление визуальных кодов

бренда

Разработка платформы бренда на основе проведенных исследований

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение 7

4.1. Нормативные документы и ГОСТы 7

4.2. Основная литература 7

4.3. Дополнительная литература 7

4.4. Электронные образовательные ресурсы 8

4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 8

4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 8

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Отдельный перечень в исходной программе не указан.

4.2 Основная литература

1. «Дизайн. Точка над й», А. Мещанинов http://xn--90ax2c.xn--p1ai/catalog/000199_000009_004088989/

2. Ожиданий потребителей и анализ ситуации на рынке http://www.knigafund.ru/books/193883

3. Лаврентьев А. Н. История дизайна. Москва, Гардарики, 2008.

4. Лора Слэк. Что такое дизайн продукта. АСТ, Астрель, 2008

5. Виктор Папанек. Дизайн для реального мира. М.Д. Аронов, 2004.

4.3 Дополнительная литература

1. «Дизайн как он есть», Глазычев В.Л. http://xn--90ax2c.xn--p1ai/catalog/000199_000009_002966692/ 2.Лакшим Бхаскаран. Дизайн и время. Ар – родник, 2005.

2. Дональд Норманн. Дизайн привычных вещей. М. Вильямс, 2006.

3. Журнал «Form», I.D. – Internetion Design. в) другое:

4. Образцы лучших студенческих работ.

5. Музеи старинных автомобилей.

6. Выставки промышленного и авто-дизайна.

7. Периодические автосалоны.

8. Интернет-ресурсы: www.simkom.com/sketchsite www.cardesign.ru/designwall

4.4 Электронные образовательные ресурсы

Отдельный перечень в исходной программе не указан.

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Отдельный перечень в исходной программе не указан.

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Отдельный перечень в исходной программе не указан.

5 Материально-техническое обеспечение

- Специализированные столы для выполнения поисковых эскизов и демонстрационных рисунков.
- Персональные компьютеры с устройством ввода WACOM.
- Программы 3D моделирования (Alias Studio) и работы с векторной и растровой графикой (Adobe Photoshop, Corel DRAW X3).
- Средства вывода информации (принтер, плоттер, копир).
- Сетевой выход и Интернет.

6 Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

При реализации дисциплины используются виды контактной и самостоятельной работы, предусмотренные академическим учебным планом. Конкретные методы выбираются с учетом содержания темы: анализ примеров, обсуждение, выполнение практических и проектных заданий, просмотр и разбор результатов.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа выполняется по темам дисциплины и включает изучение материалов, подготовку заданий, проектов и материалов к текущему и промежуточному контролю в пределах часов, установленных академическим учебным планом.

Формы проведения занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации при необходимости адаптируются с учетом индивидуальных особенностей обучающегося и действующих локальных нормативных актов университета.

7 Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Формы промежуточной аттестации по АУП: Зачет.

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Оценивание проводится по полноте и корректности выполнения задания, обоснованности решений, качеству результата и соблюдению требований программы.

7.3 Оценочные средства

7.3.1 Текущий контроль

Оценочное задание 1. Раскройте содержание темы «Философия бренда.» и обоснуйте принятые решения в соответствии с задачами дисциплины.

7.3.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в формах, установленных АУП: Зачет.