

ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

1. РАЗДЕЛ I. РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ. ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА (I СЕМЕСТР)

2. Тема 1. Основы проектирования фирменного стиля и бренда.

1. Понятие фирменного стиля и бренда, задачи и функции
2. Основные составляющие фирменного стиля
3. Каким же должен быть современный фирменный стиль?

Термины: фирменный стиль, графический фирменный стиль, функции фирменного стиля, средства формирования образа фирмы, основные элементы графического фирменного стиля, логотип, торговый знак, фирменное сочетание цветов, фирменный шрифт, схема верстки, слоган, рекламный символ фирмы.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Подготовиться к устному опросу по теме «Фирменный знак, логотип»

Литература: [3 (С. – 98-127), 4 (С. –9-22), 6 (С. – 52-57), 10 (С. – 183-190)]

Тема 2. Дизайн – проект фирменного стиля предприятия. Разработка концепции фирменного стиль и его элементов. Составление фирменного слогана

1. Товарный знак
2. Фирменная шрифтовая надпись (логотип)
3. Фирменный лозунг (слоган)
4. Фирменный цвет
5. Фирменный комплект шрифтов

Термины: константа основных составляющих фирменного стиля, фирменный цвет, фирменный шрифт, логотип, слоган, основные функции товарного знака, типы товарных знаков, логотип, функции логотипа, корпоративный герой, постоянный коммуникатор.

Выполнить:

1. Разработать фирменный знак и логотип на основе названия фирмы. Гармонично связать изобразительный и шрифтовой элементы.
2. Разработать варианты динамического фирменного знака в системе визуальной идентификации.

Варианты фирм

1. Фирменный стиль магазина компьютерной техники
2. Фирменный стиль магазина детской одежды
3. Фирменный стиль магазина модной молодежной одежды
4. Фирменный стиль магазина элегантной одежды
5. Фирменный стиль ресторан украинской кухни
6. Фирменный стиль магазина стройматериалов
7. Фирменный стиль ювелирного магазина
8. Фирменный стиль турбюро
9. Фирменный стиль ресторана
10. Фирменный стиль фито-аптеки

Литература: [1 (С. – 4-33), 2 (С. – 7-105), 4 (С. – 4-24, 80-120), 10 (С. – 182-202)]

Тема 3. Формирование бренд бука

1. Рекламные носители фирменного стиля
2. Brandbook
3. Основные понятия брендинга

Термины: рекламная печатная продукция, флаер, лифлет, буклет, рекламный плакат, каталог, наружная реклама, вывеска, штендер, пилон, баннер, брендмауер, лайтбокс, POS-материалы, диспенсер, мобайл, вобблер, муляж, фриджи, стикеры, кубарик, плакат, листовка, проспект, календарь, функциональность рекламно-информационных средств, композиционная структура, целевая аудитория, эмоциональное воздействие, сувенирная продукция, открытки, значки, магниты, упаковка, пакеты, сумки, фирменная упаковочная бумага.

Выполнить:

1. Разработку рекламных носителей фирменного стиля. Рекламная печатная продукция: флаер, буклет, рекламный плакат. Наружная реклама: вывеска, баннер, брендмауер.
2. Разработку сувенирной продукции. Открытки. Значки. Магниты. Письменные принадлежности.
3. Разработку упаковки пакетов, сумок. Фирменная упаковочная бумага.

Литература: [9 (С. – 6-35) 10 (С. – 123-163, 207-223)]

Тема 4. Формирование планшетов с графической подачей фирменного стиля

1. Этапы создания логотипа
2. Создание композиции
3. Подбор шрифта
4. Подбор размера
5. Учет удобочитаемости
6. Подбор цвета
7. Технические ограничения
8. Разработка визитки

Термины: этапы создания логотипа, композиция логотипа, подбор шрифта, подбор размера, удобочитаемость, подбор цвета, технические ограничения, бриф, стилеобразующие константы, фирменные цвета, цветовая гамма, цветовая символика, ассоциации, сочетаемость шрифтов, ритм в шрифтовых композициях, модульные сетки.

Выполнить:

1. Разработку фирменного блока элементов делопроизводства: фирменные бланки (для международной переписки, для коммерческого письма, для приказов, для внутренней переписки и т. д.), фирменные конверты, фирменные папки-регистраторы, фирменные записные книжки, фирменные ежедневники, фирменные блоки бумаг для записей, визитки.

Литература: [5(С. – 62-79), 8 (С. – 15-77), 11(С. – 148-170), 10 (С. – 143-161, 202-207)]

РАЗДЕЛ II. ВИДЫ ИНТЕРФЕЙСОВ, РАБОТА И КОМПОНОВКА ВЕБ-ИНТЕРФЕЙСОВ (II СЕМЕСТР)

Тема 5. Понятие интерфейс. Виды и анализ графических и текстовых интерфейсов

1. Термин «пользовательский интерфейс»
2. Обзор основных принципов организации интерфейса в Windows
3. Графический интерфейс
4. Основные элементы графического интерфейса
5. Пользовательские интерфейсы прямого манипулирования

Термины: «пользовательский графический интерфейс» GUI, аппаратно-независимая графика; стандартный оконно-ориентированный интерфейс; типов меню: системные, горизонтальные, выпадающие, вложенные, всплывающие; элементы управления блоками диалога: кнопки, комбинированные блоки, элементы управления редактированием, блоки списков, полосы прокрутки, статические элементы; виджет; Пользовательские интерфейсы прямого манипулирования; метафоры и анимация

Выполнить:

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Самостоятельно обработать дополнительный материал по теме.
3. Подготовится к тесту по данной теме.

Литература: [[12](#) – С. 137-141; [17](#) - С. 21-46]

Тема 6. Разработка элементов интерфейса любого устройства, формирование рабочего стола

1. Форма, размер, яркость, цвет элементов визуального интерфейса
2. Направление
3. Текстура
4. Расположение
5. Принципы визуального дизайна интерфейса
6. Создание иерархии
7. Модульная сетка

Термины: визуальный дизайн интерфейса; форма объекта, размер объекта, яркость объекта, цвет объекта; направление; текстура; расположение элемента относительно других элементов; принципы визуального дизайна интерфейса; создание иерархии по цвету, насыщенности, контрастности, размеру и положению; модульная сетка: удобство применения, эстетическая привлекательность, эффективность.

Выполнить:

1. Подготовить графические материалы для включения в интерфейс
2. Создать визуальный стиль интерфейса

Литература: [[12](#) - С. 141-201; [15](#) - С. 441-466; [16](#) – С.2-20; 25;]

Тема 7. Виды и анализ компоновки веб-интерфейсов

1. Веб-интерфейс
2. Что такое web-дизайн?
3. Необходимый инструментарий
4. Основные «постулаты» web-дизайна
5. Технологии web-дизайна
6. Логическая и физическая структура сайта
7. Заглавная страница

Термины: Web-дизайнер, Web-мастер, Web-сайт, Web-страница, дизайн сайта, гипертекст, гиперссылка, DNS, MySQL, PHP, PERL, браузер, скрипт, трафик, Java, Java сценарии, структура HTML-документа, списки, гиперссылки, таблицы, фреймы, формы, , WYSIWYG, URL, HTTP, тег.

Выполнить:

1. Создать стилевые руководства к интерфейсу
2. Визуализировать данные
3. Подготовить реферат на одну из предложенных тем.

Литература: [[12](#) - С. 337-341; ; [15](#) - С. 441-466; [16](#) – С.2-20; 25]

Тема 8. Разработка элементов веб-страницы

1. Логическая и физическая структура сайта
2. Заглавная страница
3. Элементы web-страницы

Термины: документ HTML, гипертекст, гиперссылка, браузер, заглавная страница, заголовок, подзаголовок, баннер, логотип компании-владельца данного сайта, текстовое поле, Java-апплет, CGI-скрипт, элементы навигации, текстура, фактура, цвет, пропорции, композиция, симметрия, асимметрия, равновесие, движение, ритм, гармония, контраст, колорит, перспектива.

Выполнить:

1. **Конструирование структуры** – продумываются и формируются разделы будущего интернет-магазина или онлайн-представительства, весь собранный ранее контент сортируется и распределяется по ним. Создается схема навигации, и обсуждаются общие моменты дизайна.
2. **Предварительный макет** – после того, как определена тематика площадки и ее структура, приступают к черновому варианту макета, или прототипа. Он выполняется как на простом листе бумаги, так и в AdobePhotoshop. Прототип показывает, как на веб-странице будут располагаться все ее основные компоненты, какое место будет занимать логотип, меню, графика и многое другое.

Литература: [[12](#) - С. 337-341; [13](#)– С. 296-314; 25;26]

Тема 9. Формирование графической подачи веб-страницы

1. Графика для web
2. Форматы растровых и векторных изображений
3. Возможности оптимизации
4. Стилизация изображения
5. Фрагментарная оптимизация
6. Какой формат использовать?

Термины: форматы JPEG, GIF, PNG, векторный формат SVG, оптимизация, прогрессивной развертки, оптимальный коэффициент сжатия, метод LZW, стилизация изображения, чересстрочная развертка, уменьшение количества цветов, стилизация изображения, фрагментарная оптимизация, anti-aliasing.

Выполнить:

1. Черновой макет (как и готовая страница) состоит из контейнера и свободного пространства. Контейнер, также известный как содержащий блок, включает в себя все основные части: контент, логотип, блок навигации и футер.

Контент – основа любого ресурса, это то, ради чего его и посещают. Состоит из совокупности графических и текстовых материалов, занимающих центральную и самую большую часть контейнера. Пример: для онлайн-магазина запчастей и инструментов контентом будет каталог продукции (или одно конкретное изделие), их изображения, описания, характеристики и цены.

Логотип – символ или эмблема вашей компании. Он должен хорошо запоминаться, узнаваться и быть привлекательным.

Блок навигации используется для перемещения между разделами сайта. Хорошее меню должно быть простым, удобным и компактным. Чаще всего блок располагается в верхней или боковых частях контейнера.

Футер, или нижний колонтитул – небольшая полоса внизу страницы, содержащая адреса, телефоны, общую информацию о компании, форму заявок и отзывов, а также ссылки на социальные сети (группу компании в ВКонтакте или канал на YouTube). Нередко футер может дублировать блок навигации – это повышает удобство пользования ресурсом и избавляет от необходимости проматывать её вверх для перехода на другой раздел.

Свободное пространство – часть сайта, не используемая для представления контента, размещения навигации или логотипа. Может показаться, что в нем нет необходимости, но это не так – без свободного пространства веб-страница выглядит, как неприятная и неудобная свалка из множества блоков, картинок и абзацев.

2. Создать графические элементы для сайта: логотип, фон, баннер, визуалы.
3. Экспортировать векторные рисунки в растровый формат, оптимизация картинок.
4. Оформить дизайн домашней страницы сайта.

Литература: [[14](#) – С. 281-336; [23](#) – С. 14-28; [10](#) – С. 163-174; [24](#) – С.21-25]

РАЗДЕЛ III. РАЗРАБОТКА БРЕНДА И ЭЛЕМЕНТОВ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ПО ЕГО ПРОДВИЖЕНИЮ (III СЕМЕСТР)

Тема 10. Анализ содержания бренда

1. Составление, описание целей и планирование проекта.
2. Анализ текущей ситуации на рынке (маркетинговые исследования).
3. Составление и корректировка технического задания на разработку элементов бренда.
4. Разработка всех элементов бренда.
5. Продвижение бренда и мониторинг его эффективности.

Термины: маркетинговые исследования; ребрендинг; планирование проекта; анализ ресурсов компании (финансовых, трудовых, информационных); программа Microsoft Project; сбор и анализ информации о бренде; анализ конкурентов; анализ целевой аудитории; бриф; техническое задание на разработку элементов бренда; референсы; Фриланс; Коворкинг; Брендinговые агентства; инструменты воздействия: визуальные – графическое изображение; аудио – звуковые символы; лексико-семантический анализ;

фонетический анализ; оценка лингвистической силы; проверка нейролингвистических ассоциации.

Выполнить:

1. Составить и откорректировать техническое задание на разработку элементов бренда.
2. Выявить основные преимущества вашего продукта перед аналогами конкурентов;
3. Разработать уникальное торговое предложение (УТП);
4. Построить грамотное позиционирование бренда на рынке;
5. Определить миссию компании и сформировать основные ценности продукта.

Литература: [[4](#)– С. 4-24, 80-120; [18](#)– С. 140-280; [19](#)– С. 63-174]

Тема 11. Разработка всех элементов бренда

1. Маркетинговые исследования
2. Разработка идеи
3. Вербальная составляющая бренда
4. Бренд-дизайн
5. Брендбук

Термины: актуальные тенденции на рынке; емкость рынка; основные конкуренты, бренд-стратегии; потребности и желания потребителей; портрет целевого потребителя; SWOT-анализ вашей компании; уникальное торговое предложение (УТП); нейминг; легенда бренда; линейка наименований продукта; рекламный слоган; продающий текст; корпоративный персонаж; дизайн POS-материалов; дизайн рекламы; описание платформы бренда; гайдлайн; кат-гайд; стратегия бренда.

Выполнить:

1. Создать гайдлайн – документ, описывающий правила использования логотипа и элементов фирменного стиля, допустимые и запрещенные варианты их размещения, схемы построения, правила применения фирменных шрифтов и цветовой гаммы, стандарты оформления корпоративной документации.
2. Создать кат-гайд – руководство, раскрывающее технологические особенности создания элементов фирменного стиля и правила их адаптации к различным носителям корпоративного стиля.

Литература: [[4](#)– С. 4-24, 80-120; [18](#)– С. 140-280; [19](#)– С. 63-174]

Тема 12. Выбор рекламной стратегии и разработка его основных графических элементов

1. Стратегическое планирование как базовая составляющая рекламной стратегии
2. Рекламная стратегия компании и медийная стратегия
3. Разработка рекламной стратегии и креатив
4. Составляющие бренда

Термины: стратегическое планирование как базовая составляющая рекламной стратегии; рекламная стратегия компании и медийная стратегия; разработка рекламной стратегии и креатив; составляющие бренда; название; символ; рекламный слоган.

Выполнить:

1. Разработать рекламную стратегию - комплексную программу разработки и продвижения торговой марки на рынке и разработать ее основные графические элементы

Литература: [[4](#) – С. 4-24, 80-120; [18](#) – С. 140-280; [19](#) – С. 63-174]

Тема 13. Сведение всех разработок проекта в единую графическую подачу

1. Этапы создания визуальной идентификации бренда
2. Определение целей и личности бренда
3. Исследование рынка и пользователей
4. Логотип
5. Визуальные элементы бренда
6. Фирменный стиль бренда
7. Руководство по стилю

Термины: логотип; цвет; гарнитуры; стили изображений; голос; графические элементы; талисманы; типографика; визитная карточка; переписка; рекламные щиты и баннеры; брендинг автомобиля; одежда и головные уборы; руководство по стилю.

Выполнить:

1. Свести все разработки проекта в единую графическую подачу (формат бумаги А2).

Литература: [[1](#) (С. – 4-33), [2](#) (С. – 7-105), [4](#) (С. – 4-24, 80-120), [10](#) (С. – 182-202)]