

ОСНОВЫ БРЕНДИНГА

Цели и задачи освоения дисциплины:

Целью дисциплины является формирование знаний, умений и навыков магистрантов-дизайнеров в области проектирования бренда как основы территориального (регионального, городского и др.) или корпоративного стиля.

Задачами дисциплины является знакомство обучающихся с историей брендинга, основными понятиями, структурой видов бренда, понятием коммуникационной концепции бренда и др. элементами сферы коммуникаций для формирования профессиональных компетенций современного дизайнера.

В результате освоения дисциплины студент должен

знать:

- основные понятия и современные тенденции развития брендинга;
- классификации брендов;
- основные принципы визуальной идентификации бренда;
- условия применения бренда;

уметь:

- собирать, анализировать информацию, необходимую для создания бренда;
- обрабатывать экспериментальные данные;
- визуализировать найденный образ, соотносить его с ожиданиями социума;
- формулировать коммуникационную концепцию бренда;

владеть:

- навыками находить и обосновывать проектное решение;
- создания и продвижения авторского проектно-художественного замысла, стимулирования проектных инноваций.

Содержание

История брендинга, основные понятия, классификации брендов (географический, событийный, бренд организации, социальный, товарный; национальный, региональный, локальный; др.), «ниши» бренда, целевая аудитория; позиционирования бренда; концепция позиционирования бренда; идентичность бренда; «колесо» бренда, визуальная идентификация бренда (образ, логотип), интерьерная и экстерьерная бренд-айдентика, архитектура брендов, продвижение и развитие бренда.