



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДФУ)

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

Согласовано:

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель ОП

Директор ДИиД

  
(подпись)

Федоровская Н.А.

  
(подпись)

Федоровская Н.А.

«19» июня 2019 г.

«19» июня 2019 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Этнокультурное брендингирование  
в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах

**Направление подготовки 54.04.02**

**Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы**

Магистерская программа «Этнокультурное брендингирование в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах»

**Форма подготовки очная**

Школа искусств, культуры и спорта  
Кафедра изобразительного искусства

курс 2 семестр 4

лекции 0 (час.)

практические занятия 0 час.

лабораторные работы 36 час.

в том числе с использованием МАО лек. 0 /пр. 0 /лаб. 0 час.

всего часов аудиторной нагрузки 36 (час.)

в том числе с использованием МАО 0 час.

самостоятельная работа 108 (час.)

в том числе на подготовку к экзамену 36 час.

контрольные работы ( )

зачет \_\_\_\_\_ семестр

экзамен 4 семестр

Рабочая программа учебной дисциплины составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 18.02.2016 № 12-13-235

Рабочая программа обсуждена на заседании департамента искусств и дизайна, протокол от «13» июня 2018 г. № 5; пересмотрена на заседании департамента искусств и дизайна, протокол от «19» июня 2019 г. № 10

Директор департамента искусств и дизайна: д-р искусствоведения, доцент Н.А. Федоровская  
Составитель (ли): Кравченко И.А.

## Оборотная сторона титульного листа РПУД

### **I. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_ Н.А. Федоровская  
(подпись) (И.О. Фамилия)

### **II. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_ Н.А. Федоровская  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## **ABSTRACT**

**Master's degree in 54.04.02 «Decorative Arts and Crafts»**

**Master's Program «Management in Decorative Arts and Crafts»**

**Course title: « Ethnocultural Branding and Exclusive sign in Decorative Arts and Folk Crafts»**

**Variable part of Block**

**Instructor: Kravchenko I.A.**

**At the beginning of the course a student should be able to:**

- readiness to show the qualities of a leader and organize the work of the team, to own effective technologies for solving professional problems (GC-2);
- readiness to act in non-standard situations, to bear social and ethical responsibility for the decisions made (GC-9);
- readiness to take creative initiative, to assume full professional responsibility (OPK-4);
- readiness for operation of the modern equipment and devices (in accordance with the orientation (profile) of the program) (OPK-6);
- the ability to synthesize a set of possible solutions to a problem or approach to a project, scientifically substantiate its proposals and draw up a detailed specification of project requirements, readiness to create a project of artistic works, objects of decorative and applied arts and products of folk crafts, the development of an industrial sample or production series (PC-3).

**Learning outcomes:**

OPK-8 - the ability of social interaction, self-organization and self-management of the system-activity character, to active communication in the creative, scientific, productive and artistic life;

PC-1 - the ability to systematically understand all the problems associated with the ability to set artistic and creative tasks and to propose solutions, the willingness to create an artistic image of the subject, the product, the work of decorative and applied arts his performance in the material.

## **Course description:**

The purpose of the discipline is the acquisition of basic practical skills in planning, shaping, designing and developing your own brand and / or production in the context of arts and crafts and folk crafts.

Objectives of the discipline:

1. To form the basic ideas about personal or industrial brand, branding and the author's mark in relation to design, decorative and applied arts and folk crafts.
2. To study the main aspects of the formation of the brand in various spheres of arts and crafts and folk crafts.
3. To obtain practical skills in the organization of the production of products and its branding in relation to the products of Decorative Arts and Crafts.

## **Main course literature:** *(список основной литературы)*

1. Glazychev, V. Design as it is. - М.: Europe University, 2013. - 318с. - Access mode: <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:734069&theme=FEFU>
2. Godin A.M. Branding: study guide. М.: Dashkov and K, 2013.— 183 с. - Access mode: <http://www.iprbookshop.ru/24775>
3. The history of advertising: Tutorial / Shestakov Yu.A., - Moscow: ITs RIOR, SIC INFRA-M, 2016. - 259 pp.: 60x90 1/16. - (Higher Education: Lavriat Baka) (Binding) ISBN 978-5-369-01496-7 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=534016>
4. Kolenko S. G. Management in the socio-cultural sphere: a textbook and a workshop for SPO / S. G. Kolenko; St. Petersburg State University .. - Moscow: Yurayt, 2016. - 370 p. - Access mode: [https://lib.dvfu.ru:8443/search/query?term\\_1=%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82+%D0%B2+%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B9+%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5&theme=FEFU](https://lib.dvfu.ru:8443/search/query?term_1=%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82+%D0%B2+%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B9+%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5&theme=FEFU)
5. Kornilov, E. A. Mass communications at the turn of the millennia / E. A. Kornilov, E. E. Kornilova; [scientific ed. V.D. Takazov]. - М.: Flint: Science, 2013. - 255 p. - Access mode: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:675794&theme=FEFU>

6. Kommandyshko, EF. Art-management: a textbook for universities / EF K-Mandyshko - Moscow: Infra-M. - 2017. - 193 s. - Access mode:  
<https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:841835&theme=FEFU>
7. Lidwell, U. Universal principles of design: 125 ways to make any product more convenient and attractive with the help of original design concepts; [trans. from English A. Frost]. - SPB .: Peter, 2014. - 272s. - Access mode:  
<https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:780359&theme=FEFU>
8. Mudrov, A.N. Fundamentals of advertising: a textbook for university students enrolled in the specialty "Advertising" / A.N. Mudrov. - M.: Master, 2014. - 415s. : il. - Access Mode: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:294597&theme=FEFU>
9. Tkachenko, ON Design and advertising technologies: educational pos. /HE. Tkachenko - Moscow: Master: INFRA-M, 2015. - 176s. - Access Mode: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:752427&theme=FEFU>
10. Rudich L.I. Entrepreneurial and innovative activities in the field of culture and art. Kemerovo .: Kemerovo State University of Culture and Arts. - 2013 - 209. Access mode: <http://www.iprbookshop.ru/22063>
11. Suminova, Tatyana Nikolaevna Art-management. Implementation of state-impact policies in the field of culture and art / T. N. Suminova. - Moscow: Academic Project, 2017. – 167 p. – Access mode:  
<https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:846857&theme=FEFU>
12. Highland A., Bateman S. Symbol: more than 1,300 logos and the history of their creation. SPb .: Peter. - 2013 - 293 s. - Access mode:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:672235&theme=FEFU>
13. Sharkov, F.I. Constants of goodwill: style, publicity, reputation, image and brand of the company: Tutorial / F.I. Sharkov. - 3rd ed. - M .: Dash-kov and K °: Sharkova Publishing House, 2015. - 270 p. - Access mode:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:786239&theme=FEFU>

**Form of final knowledge control: EXAM**

## АННОТАЦИЯ

Рабочая программа учебной дисциплины «Этнокультурное брендингирование в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» разработана для студентов 2 курса, обучающихся по направлению подготовки 54.04.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы, магистерская программа: «Организационная деятельность и этнокультурное брендингирование в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах». Дисциплина разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.03.2016 № 252.

Дисциплина «Этнокультурное брендингирование в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» является продолжением курсов «Продвижение продукции на рынке декоративно-прикладного искусства и народных промыслов», «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах», «Художественное творчество и его восприятие», «Продвижение продукции на рынке декоративно-прикладного искусства и народных промыслов», «Современные проблемы декоративно-прикладного искусства и народных промыслов» и входит в вариативную часть блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зач. единиц (144 часа). Учебным планом предусмотрены лабораторные работы 36 часов, а также самостоятельная работа студентов в количестве 108 часов. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Этнокультурное брендингирование в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» является важной составляющей частью магистерской программы и призвана дать базовые знания о части дизайнерских технологий, включающих в себя понятие бренда и авторского знака.

Особенность дисциплины заключается в формировании в сознании магистрантов представлений о продвижении на рынке предметов декоративно-прикладного искусства и народных промыслов, его перспективах и возможностях в контексте декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

Цель дисциплины – приобретение базовых практических навыков по планированию, формированию, дизайнерскому оформлению и развитию собственного бренда и/или производства в контексте декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

**Задачи дисциплины:**

1. Сформировать базовые представления о личном или производственном бренде, брендинге и авторском знаке применительно к дизайну, декоративно-прикладному искусству и народным промыслам.

2. Изучить основные аспекты формирования бренда в различных сферах декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

3. Получить практические навыки в организации производства продукции и его брендинга применительно к изделиями декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

Для успешного изучения дисциплины «Организационная деятельность и этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем (ОК-2);

- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-9);

- готовность проявлять творческую инициативу, брать на себя всю полноту профессиональной ответственности (ОПК-4);

- готовностью к эксплуатации современного оборудования и приборов (в соответствии с направленностью (профилем) программы) (ОПК-6);

- способность синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта, научно обосновать свои предложения и составить подробную спецификацию требований к проекту, готовностью к созданию проекта художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства

и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии (ПК-3).

В результате изучения дисциплины «Этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» у обучающихся формируются следующие общекультурные/ общепрофессиональные/ профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-8 способностью социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления системно-деятельностного характера, к активному общению в творческой, научной, производственной и художественной жизни	Знает	Особенности становления, развития и современное состояние дизайна Терминологию и определения, применяемые к явлению бренда и авторского знака
	Умеет	Использовать дизайнерские решения в области брендинга применительно к области декоративно-прикладного искусства и народных промыслов
	Владеет	Навыками практической реализации образцов декоративно-прикладного искусства с использованием технологий брендинга
ПК-1 способность к системному пониманию всех проблем, связанных с умением поставить художественно-творческие задачи и предложить их решение, готовностью к самостоятельному созданию художественного образа предмета, изделия, произведения декоративно-прикладного искусства и его исполнению в материале	Знает	Особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства
	Умеет	Адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам
	Владеет	Навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: собеседование, устный опрос, творческое задание.



## **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

Теоретическая часть отсутствует.

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

### **МОДУЛЬ 1. Лабораторные работы (24 час.)**

#### **Лабораторная работа №1. Современное состояние рекламного рынка и брендовой культуры (2 часа)**

Современный рекламный рынок: рекламный рынок Запада, рекламный рынок современной России.

Состояние, особенности, достижения, перспективы.

#### **Лабораторная работа №2. Способы продвижения бренда (4 часа)**

Трансформация понятия «бренд». Формы существования бренда в сфере декоративно-прикладного искусства и народных промыслов. Закономерности развития и трансформации бренда.

Актуальные средства продвижения товара в сфере декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

#### **Лабораторная работа № 3. Визуально-графические средства брендинга (12 часов)**

Дизайн как инструмент в конкурентной борьбе. Понятие «графического дизайна», его роль в формировании успешного бренда.

Визуальное восприятие. Аудиальное восприятие. Кинестетическое восприятие. Вкусы, запахи. Эмоциональное восприятие бренда.

Позиционирование бренда. Идентификация бренда. Экспертное развитие. Медийная стратегия. Публичная коммуникация.

Айдентика как выразительное средство представления бренда. Актуальные формы айдентики для продвижения предметов декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

Атрибуты бренда. Фирменный стиль и авторский знак. Элементы фирменного стиля.

Принципы оформления успешного бренда. Брендбук.

**Лабораторная работа №4. Текстовые сообщения как брендовые средства (4 часа)**

УТП (уникальное торговое предложение) – основа рекламного сообщения. Стиль и форма рекламного сообщения. Условия эффективного воздействия рекламы.

Соответствие рекламного сообщения формуле AIDA. Формула OSR в условиях розничной продажи авторских товаров.

Художественное оформление рекламного сообщения.

**Лабораторная работа № 5. Рекламная кампания бренда в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах (2 часа).**

Цели и задачи рекламной кампании для бренда в сфере декоративно-прикладного искусства и народных промыслов. Особенности рекламы при продвижении уникальных товаров.

Традиционные каналы распространения рекламы. Нетрадиционные каналы распространения рекламы.

Взаимодействие рекламы с другими элементами комплекса маркетинга.

Этапы планирования рекламной кампании для бренда в сфере декоративно-прикладного искусства и народных промыслов. Подготовка, организация и проведение рекламной кампании в этно-культурной сфере применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам.

**МОДУЛЬ 2. Творческие задания (12 часов)**

**Задание №1. Брендирование в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах (12 часов)**

Способы брендирования. Подбор носителей авторского знака. Нахождение уникальности бренда в сфере декоративно-прикладного искусства и народных промыслов. Выбор целевой аудитории. Нахождение дополнительной ценности.

Фирменный стиль и личность автора. Личностная ценность и поведение потребителя. Название, товарный знак, слоган.

Разработка и визуальное представление проекта авторского знака для продвижения бренда декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

### III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» представлено в Приложении 1 и включает:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

### IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства - наименование		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
<b>Раздел 1. Теоретические основы</b>					
<b>Раздел 2. Лабораторные работы</b>					
<b>Модуль 1. Стратегия создания и развития бренда в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах</b>					
1	Лабораторная работа №1. Современное состояние рекламного рынка и брендовой культуры	ПК-1	Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.	УО-1 собеседование	Темы СРС 1-4; Вопросы 2-11, 13-17
2	Лабораторная	ПК-1	Знает особенности становления,	УО-1	Тема СРС 1-

	работа №2. Способы продвижения бренда		развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.	собеседование	6, 8-10; Вопросы 17-27
3	Лабораторная работа № 3. Визуально-графические средства брендинга	ПК-1	Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.	УО-1 собеседование	Тема СРС 7, 14; Вопросы 26, 27
4	Лабораторная работа № 4. Текстовые сообщения как брендовые средства	ПК-1	Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.	УО-1 собеседование	Тема СРС 11-13; Вопросы 7-9, 24
5	Лабораторная работа № 5. Рекламная кампания бренда в декоративно	ПК-1	Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд примени-	УО-1 собеседование	Темы СРС 14-17; Вопросы 11, 13-16

	прикладном искусстве и народных промыслах		<p>тельно к области декоративно-прикладного искусства</p> <p>Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам</p> <p>Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.</p>		
<b>Модуль 2. Творческие задания</b>					
8	Задание №1. Брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах	ОПК-8	<p>Знает особенности становления, развития и современное состояние дизайна</p> <p>Терминологию и определения, применяемые к явлению бренда и авторского знака</p> <p>Умеет использовать дизайнерские решения в области брендинга применительно к области декоративно-прикладного искусства и народных промыслов</p> <p>Владеет навыками практической реализации образцов декоративно-прикладного искусства с использованием технологий брендинга</p> <p>Умеет использовать дизайнерские решения в области брендинга применительно к области декоративно-прикладного искусства и народных промыслов</p> <p>Владеет навыками практической реализации образцов декоративно-прикладного искусства с использованием технологий брендинга</p>	ПР-13 творческое задание	Вопросы 1-27

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

## **I. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. Арутюнова, Е. А. Основы рекламы [Электронный ресурс] : практикум / Е. А. Арутюнова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 122 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62977.html>
2. Бакланова, Т. И. Этнокультурная педагогика. Проблемы русского этнокультурного и этнохудожественного образования [Электронный ресурс] : монография / Т. И. Бакланова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 155 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35190.html>
3. Бутузов А. Г. Этнокультурный туризм : учебное пособие для вузов / А. Г. Бутузов. - Москва : КноРус, 2017. - 248 с. — Режим доступа: <https://www.book.ru/book/922725>
4. Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 655 с. — 978-5-238-02203-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71225.html>
5. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ [Электронный ресурс] / Н. Ермолова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 401 с. — 978-5-9614-4754-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48465.html>
6. Коленько С. Г. Менеджмент в социально-культурной сфере : учебник и практикум для СПО / С. Г. Коленько ; Санкт-Петербургский государственный университет.. - Москва : Юрайт, 2016. - 370 с. — Режим доступа: [https://lib.dvfu.ru:8443/search/query?term\\_1=%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82+%D0%B2+%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1](https://lib.dvfu.ru:8443/search/query?term_1=%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82+%D0%B2+%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1)

[%8C%D0%BD%D0%BE-](#)

[%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0](#)

[%BD%D0%BE%D0%B9+%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5](#)

[&theme=FEFU](#)

7. Командышко, Е. Ф. Арт-менеджмент : учебник для вузов / Е. Ф. Командышко - Москва : Инфра-М. - 2017. - 193 с. – Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:841835&theme=FEFU>
8. Котлер Филип Маркетинг от А до Я [Электронный ресурс] : 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Котлер Филип ; пер. Т. В. Виноградова, А. А. Чех, Л. Л. Царук. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 211 с. — 978-5-9614-5016-3. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43688.html>
9. Лобжанидзе, А. А. Этнокультурные регионы мира : учебное пособие / А. А. Лобжанидзе, Д. В. Заяц. Москва : Прометей, 2013. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:838191&theme=FEFU>
10. Суминова, Татьяна Николаевна Арт-менеджмент. Реализация государственной политики в сфере культуры и искусства / Т. Н. Суминова. - Москва : Академический проект, 2017. - 167 с. - Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:846857&theme=FEFU>
11. Чернатони Бренддинг. Как создать мощный бренд [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли Чернатони де, Мак Дональд Малькольм ; пер. Б. Л. Ерёмин. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — 5-238-00894-5. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71210.html>
12. Этнокультурные процессы в современном мире [Электронный ресурс] : коллективная монография / Л. Ю. Аксакалова, Н. Ш. Алметов, В. И. Анисимова [и др.] ; под ред. Т. И. Бакланова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 198 с. — 2227-8397. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47661.html>

13. Этнокультурный атлас Приамурья / А. П. Забияко, А. О. Беляков, С. С. Гаврилов [и др.] ; [под ред. А. П. Забияко]; Амурский государственный университет, Научный музей, Лаборатория археологии и антропологии. - Благовещенск : Изд-во Амурского университета, 2016. - 165 с. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:816035&theme=FEFU>

**Дополнительная литература**  
(печатные и электронные издания)

1. Глазычев, В. Дизайн как он есть. - М.: Европа Университет, 2013. – 318с. – Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:734069&theme=FEFU>
2. Глейзер, Дж. Дизайн. Разработка проектов. / Джессика Глейзер, Кэролин Найт ; [пер. В. Иванов].- С.-Пб.: Питер, 2014. - 247 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780221&theme=FEFU>
3. Годин А.М. Брендинг: учебное пособие. М.: Дашков и К, 2013.— 183 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24775>
4. История рекламы: Учебное пособие / Шестаков Ю.А., - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 259 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-369-01496-7 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=534016>
5. Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий / Е. А. Корнилов, Е. Е. Корнилова ; [науч. ред. В. Д. Таказов]. – М.: Флинта: Наука, 2013. – 255 с. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:675794&theme=FEFU>
6. Краузе, Дж. Разработка логотипа. Большая книга дизайнерских идей, подходов и концепций / Джим Краузе ; [пер. с англ. И. Рuzмайкиной]. С.-Пб.: Питер, 2013. – 271 с. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780424&theme=FEFU>
7. Кузнецов, П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR- технологии / П.А. Кузнецов. - Монография. – М.: Дашков и К°,



2015. – 259 с. - Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:786388&theme=FEFU>
8. Лидвелл, У. Универсальные принципы дизайна : 125 способов сделать любой продукт более удобным и привлекательным с помощью оригинальных дизайнерских концепций; [пер. с англ. А. Мороз]. - СПб.: Питер, 2014. – 272с. - Режим доступа:  
<https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:780359&theme=FEFU>
9. Мартин, Б., Ханингтон, Б. Универсальные методы дизайна: 100 эффективных решений для наиболее сложных проблем дизайна / Белла Мартин, Брюс Ханингтон ; [пер. с англ. : Е. Карманова, А. Мороз]. – С.-Пб.: - Питер, 2014. – 208 с. – Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780331&theme=FEFU>
- 10.Мудров, А.Н. Основы рекламы: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Реклама" / А.Н.Мудров. – М. : Магистр, 2014. – 415с. : ил. – Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:294597&theme=FEFU>
- 11.Рудич Л.И. Предпринимательская и инновационная деятельность в сфере культуры и искусства. Кемерово.: Кемеровский государственный университет культуры и искусств. – 2013 г. – 209 г. Режим доступа:  
<http://www.iprbookshop.ru/22063>
- 12.Ткаченко, О.Н. Дизайн и рекламные технологии: учебное пос. /О.Н. Ткаченко - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2015. - 176с. - Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:752427&theme=FEFU>
- 13.Фещенко, В. В. Сотворение знака : очерки о лингвоэстетике и семиотике искусства / В. В. Фещенко, О. В. Коваль ; Институт языкознания Российской академии наук. – М.: Языки славянской культуры, 2014. - 638 с. - Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:759884&theme=FEFU>
- 14.Хайленд А., Бейтман С. Символ : более 1300 логотипов и истории их создания. СПб.: Питер. – 2013 г. – 293 с. - Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:672235&theme=FEFU>

15. Шамхалова, С.Ш. Теле- и радиореклама: секреты завоевания потребителей, 2-е изд. (Изд.:2) / С.Ш. Шамхалова - Монография – М.: Дашков и К° , 2015.– 139 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:786081&theme=FEFU>
16. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие/ Ф.И. Шарков. - 3-е изд. – М.: Дашков и К° : Изд-во Шаркова , 2015. - 270 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:786239&theme=FEFU>

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rucont.ru/>
2. Электронная библиотека BOOK.ru [Электронный ресурс]/ ЭБС BOOK.ru. Режим доступа: <http://www.book.ru/>
3. ЭБС «Университетская библиотека online» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
4. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://aclient.integrum.ru/>

## **II. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Рекомендации по работе с литературой**

Литература по данной дисциплине регулярно обновляется, появляются новые исследования, данные, подходы и приемы создания товарных знаков, рекламы и т.п. Поэтому для изучения общих положений данной дисциплины следует ориентироваться на новейшие источники. При освоении практических основ создания и оформления брендов в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах, а также выполнения фирменного стиля бренда в редакторах компьютерной графики рекомендуется использовать в дополнение к самым современным источникам и общепризнанные, проверенные временем.

Актуальными изданиями, которые могут существенно помочь студентам при выполнении практических заданий и при подготовке к зачету, является книга Мудров, А.Н. «Основы рекламы». Эти издания наиболее полно освещают тему создания проектов по созданию бренда и рекламы для него, а также затрагивают теоретические основы проектирования рекламных кампаний.

Эти книги: Глейзер Джессика «Дизайн. Разработка проектов», Мартин Б., Ханнингтон, Б. «Универсальные методы дизайна: 100 эффективных решений для наиболее сложных проблем дизайна» познакомят студентов с последними тенденциями и технологиями проектирования объектов современной визуальной среды и дополнят знания, необходимые студентам для последующей работы со сферой визуальных коммуникаций. Тексты сопровождается большим количеством иллюстраций, видовых кадров проектов и фотографиями реализованных объектов.

Остальная рекомендуемая периодическая и непериодическая литература поможет студентам более качественно выполнить задания самостоятельной работы, а также подготовиться к экзамену.

### **Рекомендации по подготовке к экзамену**

Изучение дисциплины «Этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» завершается сдачей. Экзамен является формой итогового контроля знаний и умений, полученных на лабораторных занятиях, а также в процессе самостоятельной работы.

В процессе изучения дисциплины «Этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах», студентам необходимо усвоить:

- основные положения дисциплины;
- понять, запомнить и отработать при выполнении творческих заданий алгоритм работы над процессом создания и продвижения бренда;
- получить необходимые компетенции при выполнении художественного оформления бренда;

- развить полученные навыки при помощи выполнения творческого задания по созданию целостного системного решения.

Многие студенты терпят неудачу, начиная подготовку в последние несколько дней перед экзаменом. Подготовка должна быть систематической, целостной и многосторонней, а не фрагментарной.

Экзамен проверяет не только знание основных понятий и терминов учащимся, но и разнообразные умения и концепции, позволяющие осмысленно оперировать профессиональными понятиями.

Невозможно за короткое время не просто заучить определения, но осмыслить содержание, структуру понятий, уяснить основные их внутренние и внешние связи, тем более – выработать соответствующие умения. Аналогичным образом, невозможно быстро освоить разнообразные умения, связанные с постановкой и анализом задачи, ее проработкой и выработкой технически правильного и эффективного дизайнерского решения.

В творчестве невозможен однозначный ответ и единый четко прописанный и регламентированный алгоритм движения к результату. Результат может быть получен несколькими способами, каждый из которых будет более или менее эффективен в разных ситуациях.

Современное состояние рынка таково, что участнику рынка необходимо не только уметь успешно и быстро работать над проектной задачей, но и грамотно формулировать саму задачу.

Поэтому при освоении дисциплины в течение учебного семестра, а также при самостоятельной подготовке к экзамену необходимо сформировать у студента навык самостоятельной постановки, анализа, выработки и последующей корректировки проектных задач связанных с брендингом производства в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах.

Особенно полезным при самостоятельной проработке данного навыка может стать посещение всевозможных профессиональных форумов в сети интернет, где тщательно разбираются, анализируются и решаются аналогичные требуемым задачи. Такой подход обеспечит всесторонне освещение возможных способов решения не только типовых, но и нестандартных задач при построении

бренда. Данная рекомендация будет способствовать развитию самостоятельности каждого студента, а также снизит его чувствительность к критике.

Таким образом, в процессе последующей профессиональной деятельности студент сможет самостоятельно принимать взвешенные и грамотные решения, находить и правильно интерпретировать любую информацию, которая может быть полезна при создании личного бренда и производства, что позволит ему более эффективно конкурировать на рынке декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

При подготовке к экзамену студентам необходимо активно использовать основную справочную литературу, приведенную в списке учебной литературы ниже. Ознакомление с источниками дополнительной литературы поможет учащимся расширить восприятие студента в рамках дисциплины «Этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах».

Также необходимо максимально дифференцировать и индивидуализировать методы работы каждого студента, чтобы создать неповторимый авторский стиль, который впоследствии будет способствовать большей конкурентоспособности такого специалиста. Индивидуальный и узнаваемый стиль формируется не только через выполнение предлагаемых преподавателем задач, но и регулярным просмотром различных образцов существующих и проектируемых объектов дизайна среды, образцов навигационных систем и рекламы. Самостоятельный анализ успешных брендов и производств в сфере декоративно-прикладного искусства и народных промыслов, а также формирование личных библиотек аналогов успешных авторов, известных производств и популярных авторских концепций, необходим для закрепления данного навыка учащегося.

Большую роль в лабораторных занятиях со студентами и, соответственно, в успешности их самостоятельной работы играет обсуждение итогов на каждом этапе работы, дающее студенту возможность сравнить свой результат с чужим. Для закрепления данного навыка студенту следует в течение семестра и особенно при подготовке к зачету, обращаться к мнению профессионального сообщества, выставляя результаты своей работы на различных виртуальных площадках, форумах, конкурсах, социальных сетях и т.п. Результатом будет конструктивная критика, ко-

торая поможет студенту понять сильные и слабые стороны своей работы, осознать степень правильности своего понимания дисциплины, глубину знания предмета.

Данный способ подготовки актуален тем, что помогает студенту аргументированно отстаивать выбранное решение. Общение с профессионалами в сфере декоративно –прикладного искусства и народных промыслов дисциплинирует студента, способствует большей его самостоятельности и стимулирует к поиску более креативного и конкурентоспособного на рынке решения.

Студенту также необходимо принять и усвоить идею комплексности подхода при проектировании бренда. Изучая предложенные в списке учебной литературы источники, учащийся научится понимать, что только технического знания проектирования будет недостаточно для разработки не только интересного, но и успешного бренда. Именно поэтому необходимо развивать навыки, сопутствующие основному направлению его деятельности в рамках данной дисциплины, а именно: реклама, маркетинг, дизайн рекламных носителей, дизайн печатных изданий и пр.

В завершение студенту необходимо проверить собственные знания дисциплины отвечая на примерные вопросы для экзамена, а также вопросы, представленные для самостоятельного изучения.

### **III. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

Используются следующие программы и графические редакторы: Microsoft Word, Microsoft PowerPoint, Adobe Illustrator (или CorelDraw), Adobe Photoshop и др. программы 2D и 3D моделирования.

Необходимо также подключение к сети Интернет и виртуальный принтер PDF для перевода проекта в электронную форму.

### **IV. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для проведения практических занятий используется аудитория, оснащенная экраном, компьютерным и мультимедийным оборудованием (проектором).

#### **5. Материально-техническое обеспечение**

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Творческая мастерская ауд. F402	Проектные столы, стулья, мольберты-15 шт, осветительные приборы-2 шт, стол для постановки – 1 шт., гончарные круги Shimpo Whisper-T, экструдер для глины настенный механический EX – 115 Frema, турнетки металлические Shimpo SW – 3DM, раскатчик малый для глиняных пластов TSR-15 Frema, печь для обжига керамики Тро 60 есо + В 400, Naberthem, расходные материалы (глина, гипс, ангобы, краски для витражей и батика, акрил и т.д.), ноутбук; мультимедийный проектор Optima EX542I – 1 шт; Плазменная панель, операционные системы WINDOWS, Microsoft Word, Microsoft Power Point, программное обеспечение по дизайну, программы системы Adobe
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ  
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «Этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном  
искусстве и народных промыслах»

**Направление подготовки 54.04.02 Декоративно-прикладное искусство и  
народные промыслы,  
Магистерская программа «Этнокультурное брендинг в декоративно-  
прикладном искусстве и народных промыслах»**

**Форма подготовки очная**

**Владивосток  
2018**



Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» включает:

**План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на подготовку к экзамену**

<b>№ п/п</b>	<b>Дата/сроки выполнения</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>	<b>Примерные нормы времени на выполнение, час</b>	<b>Форма контроля</b>
1	1-3 неделя	Подготовка к собеседованию на практических занятиях	4	Собеседование
2	4-6 неделя	Подготовка к собеседованию на практических занятиях	4	Собеседование
3	2-8 неделя	Выполнение творческого задания №1	14	Собеседование
4	9 неделя	Подготовка к промежуточному контролю	4	Устный опрос
5	8-14 неделя	Выполнение презентации творческого задания №1	24	Собеседование
6	10-14 неделя	Подготовка презентации проекта	40	Собеседование
7	15-18 неделя	Подготовка к экзамену	18	Экзамен

**Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению**

Для выполнения самостоятельной работы студентами используется несколько форм самостоятельной работы:

1. Подготовка к собеседованию, ответ на собеседовании на лабораторном занятии. При этом студент понимает существующую проблему по теме, приводит возможные варианты решения проблемы, дополняет их примерами.

2. Выполнение творческого задания, собеседование по результатам задания. Творческое задание является такой формой организации образовательного процесса, которая направлена на максимальное развитие творческих способностей

учащихся. Под творческим заданием в рамках данной дисциплины понимается работа двух видов:

- научно-исследовательская работа;
- работа прикладного характера.

При выполнении творческих заданий важно, чтобы студент не просто привел возможно более креативное решение, но это решение должно быть реализуемым на практике. Абстрактные решения без возможности технического воплощения не являются правильными в данном случае.

Также учащийся обязан аргументированно обосновывать собственный выбор способа решения поставленной задачи, а также защищать результат своей работы при собеседовании.

### **Примерные темы для самостоятельной работы студентов**

**Тема 1.** Психо-физиологические особенности восприятия визуальной информации потребителем.

**Тема 2.** Каналы восприятия информации.

**Тема 3.** Особенности создания личных брендов.

**Тема 4.** Продвижение личного бренда в сфере декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

**Тема 5.** Товарный знак как основа корпоративной идентификации. Взаимосвязь товарного знака и форм печатной рекламы.

**Тема 6.** Структура рекламного образа. Его взаимодействие с рекламным сообщением.

**Тема 7.** Приемы и способы графического оформления бренда.

**Тема 8.** Архитипирование при создании бренда.

**Тема 9.** Классификация целевой аудитории.

**Тема 10.** Потребительские модели.

**Тема 11.** Приемы и способы работы с текстом.

**Тема 12.** Слова-магниты. Слоганы. Нейминг.

**Тема 13.** Продающие тексты.

**Тема 14.** Айдентика и инфографика. Визуальные коммуникации.

**Тема 15.** Нетрадиционные каналы распространения рекламы.

**Тема 16.** Комплексное продвижение бренда.

**Тема 17.** Планирование и тайм-менеджмент при создании личного бренда.

Итоговая презентация, в которой представлены результаты разработки бренда, должна содержать произведения декоративно-прикладного искусства, выполненные студентом. А также необходимо использование элементов, на основе которых выполнена стилизация, и различного рода аналогов.

### **Требования к представлению результатов самостоятельной работы**

Собеседование по темам должно осуществляться в обозначенные сроки, содержать ответы на вопросы для самостоятельной работы, а также включать активное участие студента в обсуждении ключевых тем дисциплины.

В качестве результата творческого задания студентами выполняется и предоставляется презентация в программе Microsoft Power Point, которая демонстрируется в аудитории на последних занятиях. В презентации, предоставляемой учащимся в конце семестра, студент должен раскрыть суть исследуемой проблемы, привести различные точки зрения на эту проблему, а также собственные взгляды на нее.

### **Примерные вопросы к экзамену**

1. Сущность и определение понятия «бренд». Особенности формирования бренда в сфере декоративно-прикладного искусства.
2. Реклама и другие средства продвижения товара.
3. Цели и задачи рекламной деятельности. Функции рекламы.
4. Реклама и жизненный цикл товара.
5. Основные этапы создания рекламы.
6. Определение эффективности рекламы.
7. Композиция рекламного текста, ее элементы.
8. Слоган. Требования к названию.
9. Шрифт в рекламе.
10. Использование цвета в рекламе.

11. Рекламные средства и их классификация.
12. Фирменный стиль и его носители.
13. Рекламная кампания и ее виды.
14. Каналы распространения рекламы.
15. Подготовка, организация и проведение рекламной кампании.
16. Правовое обеспечение рекламной деятельности.
17. Базовые модели потребления.
18. Позиционирование бренда.
19. Основы брендинга.
20. Формула AIDA.
21. Формула OSR в условиях розничной продажи авторских товаров.
22. Брендинг и ребрендинг.
23. Эмоциональное восприятие бренда.
24. УТП (уникальное торговое предложение).
25. Нахождение уникальности бренда.
26. Айдентика при создании бренда. Выбор носителей.
27. Фирменный стиль и авторский знак. Элементы фирменного стиля.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

---

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине «Этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном  
искусстве и народных промыслах»

**Направление подготовки 54.04.02**

«Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы»  
Магистерская программа «Этнокультурное брендинг в декоративно-  
прикладном искусстве и народных промыслах»

Форма подготовки очная

**Владивосток  
2018**

## Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
	ОПК-8 способностью социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления системно-деятельностного характера, к активному общению в творческой, научной, производственной и художественной жизни	Знает
Умеет		Использовать дизайнерские решения в области брендинга применительно к области декоративно-прикладного искусства и народных промыслов
Владеет		Навыками практической реализации образцов декоративно-прикладного искусства с использованием технологий брендинга
ПК-1 способность к системному пониманию всех проблем, связанных с умением поставить художественно-творческие задачи и предложить их решение, готовностью к самостоятельному созданию художественного образа предмета, изделия, произведения декоративно-прикладного искусства и его исполнению в материале	Знает	Особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства
	Умеет	Адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам
	Владеет	Навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства - наименование		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
<b>Раздел 1. Теоретические основы</b>					
<b>Раздел 2. Лабораторные работы</b>					
<b>Модуль 1. Стратегия создания и развития бренда в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах</b>					
1	Лабораторная работа №1. Современное состояние рекламного рынка и брендовой куль-	ПК-1	Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-	УО-1 собеседование	Темы СРС 1-4; Вопросы 2-11, 13-17

	туры		<p>прикладного искусства</p> <p>Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам</p> <p>Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.</p>		
2	Лабораторная работа №2. Способы продвижения бренда	ПК-1	<p>Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства</p> <p>Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам</p> <p>Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.</p>	УО-1 собеседование	Тема СРС 1-6, 8-10; Вопросы 17-27
3	Лабораторная работа № 3. Визуально-графические средства брендинга	ПК-1	<p>Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства</p> <p>Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам</p> <p>Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.</p>	УО-1 собеседование	Тема СРС 7, 14; Вопросы 26, 27
4	Лабораторная работа № 4. Текстовые сообщения как брендовые средства	ПК-1	<p>Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства</p> <p>Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-</p>	УО-1 собеседование	Тема СРС 11-13; Вопросы 7-9, 24

			<p>прикладному искусству и народным промыслам</p> <p>Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.</p>		
5	Лабораторная работа № 5. Рекламная кампания бренда в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах	ПК-1	<p>Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства</p> <p>Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам</p> <p>Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.</p>	УО-1 собеседование	Темы СРС 14-17; Вопросы 11, 13-16
<b>Модуль 2. Творческие задания</b>					
8	Задание №1. Брендирование в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах	ОПК-8	<p>Знает особенности становления, развития и современное состояние дизайна</p> <p>Терминологию и определения, применяемые к явлению бренда и авторского знака</p> <p>Умеет использовать дизайнерские решения в области брендирования применительно к области декоративно-прикладного искусства и народных промыслов</p> <p>Владеет навыками практической реализации образцов декоративно-прикладного искусства с использованием технологий брендирования</p> <p>Умеет использовать дизайнерские решения в области брендирования применительно к области декоративно-прикладного искусства и народных промыслов</p> <p>Владеет навыками практической реализации образцов декоративно-прикладного искусства с использованием технологий брендирования</p>	ПР-13 творческое задание	Вопросы 1-27

## Перечень оценочных средств по дисциплине



№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства - наименование		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
<b>Раздел 1. Теоретические основы</b>					
<b>Раздел 2. Лабораторные работы</b>					
<b>Модуль 1. Стратегия создания и развития бренда в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах</b>					
1	Лабораторная работа №1. Современное состояние рекламного рынка и брендовой культуры	ПК-1	Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства	УО-1 собеседование	Темы СРС 1-4; Вопросы 2-11, 13-17
			Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам		
			Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.		
2	Лабораторная работа №2. Способы продвижения бренда	ПК-1	Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства	УО-1 собеседование	Тема СРС 1-6, 8-10; Вопросы 17-27
			Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам		
			Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.		
3	Лабораторная работа № 3. Визуально-графические средства брендинга	ПК-1	Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства	УО-1 собеседование	Тема СРС 7, 14; Вопросы 26, 27
			Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-		

			<p>прикладному искусству и народным промыслам</p> <p>Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.</p>		
4	Лабораторная работа № 4. Текстовые сообщения как брендовые средства	ПК-1	<p>Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства</p> <p>Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам</p> <p>Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.</p>	УО-1 собеседование	Тема СРС 11-13; Вопросы 7-9, 24
5	Лабораторная работа № 5. Рекламная кампания бренда в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах	ПК-1	<p>Знает особенности становления, развития и современное состояние декоративно-прикладного искусства и дизайна. Специфику применения феномена бренд применительно к области декоративно-прикладного искусства</p> <p>Умеет адаптировать современные тенденции в дизайне применительно к декоративно-прикладному искусству и народным промыслам</p> <p>Владеет навыками разработки бренда и авторского знака в различных техниках и стилях применительно к изделиям декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.</p>	УО-1 собеседование	Темы СРС 14-17; Вопросы 11, 13-16
<b>Модуль 2. Творческие задания</b>					
8	Задание №1. Брендирование в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах	ОПК-8	<p>Знает особенности становления, развития и современное состояние дизайна</p> <p>Терминологию и определения, применяемые к явлению бренда и авторского знака</p> <p>Умеет использовать дизайнерские решения в области брендирования применительно к области декоративно-прикладного искусства и народных промыслов</p> <p>Владеет навыками практической реализации образцов декоративно-</p>	ПР-13 творческое задание	Вопросы 1-27

			прикладного искусства с использованием технологий брендинга		
			Умеет использовать дизайнерские решения в области брендинга применительно к области декоративно-прикладного искусства и народных промыслов		
			Владеет навыками практической реализации образцов декоративно-прикладного искусства с использованием технологий брендинга		

## Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

### Текущая аттестация студентов

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Этнокультурное брендинговое в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

### Примерные вопросы для собеседования по темам:

1. Отличия бренда от не бренда. Реклама и другие средства продвижения товара.
2. Функции рекламы.
3. Основные этапы создания рекламы.
4. Определение эффективности рекламы.

5. Рекламные средства и их классификация.
6. Фирменный стиль и его носители.
7. Рекламная кампания.
8. Базовые модели потребления.
9. Основы брендинга.
10. Каналы распространения рекламы.
11. Нетрадиционные каналы распространения рекламы.
12. Формула AIDA.
13. Формула OSR.
14. Брендинг и ребрендинг.

### Критерии оценки устного опроса:

Оценка	менее 3 баллов (неудовлетворительно)	3 баллов (удовлетворительно)	4 баллов (хорошо)	5 баллов (отлично)
<b>Критерии</b>	<b>Содержание критериев</b>			
<b>Раскрытие темы</b>	Тема не раскрыта. Отсутствуют связь между понятиями	Тема раскрыта не полностью. Связь между понятиями размыта	Тема раскрыта. Связь между понятиями ясна	Тема раскрыта полностью. Связь между понятиями ясна и знания сформированы в логичную структуру
<b>Представление</b>	Общение на уровне вопросов и ответов, ответы скудные и неконкретны	Общение на уровне вопросов и ответов, ответы на вопросы конкретны	Общение на уровне диалога, ответы на вопросы конкретны, понятны и развернуты	Общение на уровне профессиональной беседы, ответы на вопросы конкретны, понятны и развернуты и снабжены поясняющими примерами
<b>Ответы на дополнительные вопросы</b>	Нет ответов на вопросы по теме реферата	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

### Критерии оценки лабораторной работы и творческого задания:

Оценка	менее 5 (15) баллов (неудовлетворительно)	5-6 (15-16) баллов (удовлетворительно)	7-8 (17-18) баллов (хорошо)	9-10 (18-20) баллов (отлично)

Критерии	Содержание критериев			
	Раскрытие темы	Тема не раскрыта. Концепция не решает задачу. Отсутствуют слоган и название	Тема раскрыта не полностью. Концепция решает задачу частично. Слоган и название не формальны	Тема раскрыта. Концепция решает задачу, но не эффективно или не в соответствии с окружающей средой. Слоган и название не эффективны
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна; использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

### Формы промежуточной аттестации

Студенты в процессе курса должны собрать и изучить теоретический материал, собрать библиотеки аналогов, выполнить в требуемых объемах лабораторные работы (в т.ч. в виде творческого задания), подготовить текст и графический материал, выполнить презентацию.

Каждый этап работы практики предполагает соответствующую форму контроля: собеседование, творческое задание с предоставлением устного отчета и презентации.

На заключительном этапе магистр должен обобщить проработанный на занятиях материал, сдать экзамен по дисциплине.

### Примерные вопросы к экзамену

1. Сущность и определение понятия «бренд». Особенности формирования бренда в сфере декоративно-прикладного искусства.

2. Реклама и другие средства продвижения товара.
3. Цели и задачи рекламной деятельности. Функции рекламы.
4. Реклама и жизненный цикл товара.
5. Основные этапы создания рекламы.
6. Определение эффективности рекламы.
7. Композиция рекламного текста, ее элементы.
8. Слоган. Требования к названию.
9. Шрифт в рекламе.
10. Использование цвета в рекламе.
11. Рекламные средства и их классификация.
12. Фирменный стиль и его носители.
13. Рекламная кампания и ее виды.
14. Каналы распространения рекламы.
15. Подготовка, организация и проведение рекламной кампании.
16. Правовое обеспечение рекламной деятельности.
17. Базовые модели потребления.
18. Позиционирование бренда.
19. Основы брендинга.
20. Формула AIDA.
21. Формула OSR в условиях розничной продажи авторских товаров.
22. Брендинг и ребрендинг.
23. Эмоциональное восприятие бренда.
24. УТП (уникальное торговое предложение).
25. Нахождение уникальности бренда.
26. Айдентика при создании бренда. Выбор носителей.
27. Фирменный стиль и авторский знак. Элементы фирменного стиля.

### **Критерии оценки результатов прохождения курса**

Оценка «отлично» выставляется магистру, выполнившему все формы контроля, активно участвовавшему в собеседованиях, развернуто и полностью ответившему на все вопросы на экзамене.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который полностью освоил курс, участвовал в беседах вне обозначенных сроков, не участвовал в обсуждениях или участвовал в них неактивно, ответившему на вопросы экзаменационного билета с недочетами.

Оценка «удовлетворительно» выставляется учащемуся, имеющему пропуски занятий и частичное выполнение самостоятельной работы, ответившему на экзамене не в полном объеме.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется учащемуся, не полностью выполнившему программу курса.

<b>Баллы (рейтинго- вой оценки)</b>	<b>Оценка эк- замена (стандартная)</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям по дисциплине «Этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах»</b>
91-100	<i>«отлично»</i>	выказывает готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); способность к системному пониманию всех проблем, связанных с умением поставить художественно-творческие задачи и предложить их решение, готовность к самостоятельному созданию художественного образа предмета, изделия, произведения декоративно-прикладного искусства и его исполнению в материале (ПК-1), владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач
76-90	<i>«хорошо»</i>	выставляется студенту, если он твердо усвоил материал курса, грамотно излагает его, допуская небольшие неточности, правильно применяет теоретические знания при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения в достаточной для осуществления дизайнерской деятельности мере
61-75	<i>«удовлетворительно»</i>	выставляется студенту, если он имеет знания только базовой части материала курса, но не усвоил его деталей, допускает неточности, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, не достаточно аргументирует принятые решения, испытывает затруднения при выполнении практических заданий
60 и менее	<i>«неудовлетворительно»</i>	выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при ответе на вопросы, не умеет аргументировать выбранных проектных решений, а также затрудняется в их принятии, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

Стандартная оценка предполагает использование пятибалльной шкалы. При использовании рейтинговой оценки результаты работы в семестре оцениваются в 80 баллов и результаты экзамена оцениваются в 20 баллов.

### Критерии оценки презентации:

Оценка	менее 5 баллов (неудовлетворительно)	5-6 баллов (удовлетворительно)	7-8 баллов (хорошо)	9-10 баллов (отлично)
Критерии	<b>Содержание критериев</b>			
Раскрытие темы	Тема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Тема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или не обоснованы	Тема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или недостаточно обоснованы	Тема раскрыта полностью. Выводы сделаны и обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений