



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 марта 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
27 марта 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ АЙДЕНТИКИ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

по направлению подготовки
43.03.01 Сервис

Направленность (профиль)
«Технологии менеджмента в сервисе»

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 43.03.01 Сервис,
направленность (профиль) «Технологии менеджмента в сервисе»

Рабочая программа дисциплины «Основы айдентики в сервисной деятельности» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, направленность (профиль) «Технологии менеджмента в сервисе» и предназначена для обучающихся очной формы обучения.

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Основы айдентики в сервисной деятельности» изучается во втором семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации: Экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Основы айдентики в сервисной деятельности» Б1.О.26 относится к обязательной части программы.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Менеджмент;
- Информационные и коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

Результаты обучения по учебной дисциплине «Основы айдентики в сервисной деятельности» используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Когнитивные технологии деловых коммуникаций;
- Бизнес - планирование проектов и стартапов;
- учебной/производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями изучения дисциплины «Основы айдентики в сервисной деятельности» являются:

- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине;
- формирование у студентов теоретического представления о понятии айдентика, профессиональных навыков по визуальному продвижению образа фирмы (организации), разработке фирменного стиля, основам брендинга с применением навыков использования существующих элементов коммуникационного дизайна.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	ИД – ОПК 2.1 Использование методов планирования и организации деятельности, приемов мотивации и контроля сотрудников для решения профессиональных задач ИД – ОПК 2.2 Использование современных подходов к управлению проектами, методов управления рисками ИД – ОПК 2.3 Осуществление взаимодействия с партнерами и другими заинтересованными сторонами	- Демонстрирует знание основных концепт и технических средств айдентики; - Владеет навыками применения современных онлайн и офлайн технологий для создания визуальных и вербальных элементов бренда; - Демонстрирует формирование практических навыков использования технических средств, приемов и методов разработки и реализации элементов айдентики. - Демонстрирует формирование практических навыков идентификации и коммуникации. - Демонстрирует знание приемов и принципов выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации; - Демонстрирует владение дизайнерскими решениями задач по проектированию объектов визуальной информации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения	5	з.е.	180	час.
-------------------------	---	------	-----	------

3.1. Структура учебной дисциплины/модуля для обучающихся по видам занятий
(очная форма обучения)

		Структура и объем дисциплины							
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/курсовый проект	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
2 семестр	Экзамен	180	36	36				84	24
Всего:		180	36	36				84	24

3.2. Структура учебной дисциплины/модуля для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
	Второй семестр						
Раздел 1	Основные понятия айдентики						
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	Тема 1 Понимание айдентики как универсального языка коммуникации. Лекция 1 Понимание айдентики как универсального языка коммуникации. Отличие айдентики от фирменного стиля.	4				4	Формы текущего контроля по разделу 1: устный опрос; контрольная работа
	Практическое занятие 1 Анализ типов сообщений в дизайн - графике.		4			4	
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	Тема 2 Художественно-коммуникативные средства графического дизайна. Лекция 2 Элементы и носители айдентики. Основные этапы разработки.	4				4	

	Практическое занятие 2 Анализ связи фирменного стиля и образа компании (организации); визуальные и вербальные структурные элементы в композиции дизайн - графики.		4			4	
Раздел 2	Основные этапы проектирования айдентики в организации сервиса						
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	Тема 3 Этапы дизайна айдентики. Лекция 3 Подготовительный этап. Умение работать с брифом. Выбор темы для дизайна фирменного стиля. Навыки исследования: изучение аудитории, определение УТП (уникальное торговое предложение), анализ рынка и современных трендов.	4				4	Формы текущего контроля по разделу 2: устный опрос; контрольная работа
	Практическое занятие 3 Особенности процесса проектирования (сбор информации, сравнение и анализ, определение проблемы, постановка цели).		4			6	
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	Тема 4 Определение общей концепции проекта. Лекция 4 Определение общей концепции проекта. Разработка названия; Создание логотипа; Разработка фирменного стиля.	4				4	
	Практическое занятие 4 Особенности процесса проектирования (определение общей концепции проекта, стратегии; значение уникального названия и слогана). Разработка названия.		4			4	
Раздел 3	Типология логотипов и знаков						

ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	Тема 5 Проектирование фирменного стиля. Композиция в дизайне. Лекция 5 Типология логотипов и знаков. Носители фирменного стиля. Стилеобразующие элементы. Этапы разработки фирменного стиля. Композиция в дизайне.	4				6	Формы текущего контроля по разделу 3: устный опрос; индивидуальное задание
	Практическое занятие 5 Анализ цветовых систем. Выбор гармоничных сочетаний.		4			6	
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	Тема 6 Шрифт как элемент фирменного стиля. Особенности построения текста. Выбор шрифтов. Лекция 6 Знакомство с основными типами дизайна логотипов и знаков, их классификация. Знакомство с принципами макетирования	4				4	
	бланков и визиток. Дизайн фирменной документации. Знакомство с принципами создания паттернов. Дизайн фирменного паттерна. Дизайн имиджевого плаката.						
	Практическое занятие 6 Практикум создания логотипа. Шрифт как элемент фирменного стиля. Фирменный блок.		4			6	
Раздел 4	Формирование образа рекламируемого объекта						

ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	Тема 7 Основные закономерности восприятия рекламного сообщения. Лекция 7 Процессы восприятия рекламы потребителем: 1. Перцепция; 2. Мыслительная (оценочная) деятельность; 3. Мнемоническая деятельность.	4				4	Формы текущего контроля по разделу 4: устный опрос; контрольная работа
	Практическое занятие 7 Разработка листовки и плаката. Основы верстки.		4			4	
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	Тема 8 Юзабилити. Лекция 8 Юзабилити: как стимулировать к приобретению. Основные принципы и элементы юзабилити, стимулирующие продажи.	4				6	
	Практическое занятие 8 Шрифтовые и композиционные ошибки печатной рекламы.		4			4	
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	Тема 9 Дизайн-графика в эпоху Интернета. Лекция 9 Графический дизайн в сети Интернет: сущность, цели и задачи.	4				4	
	Практическое занятие 9 Фирменный стиль в пространстве Интернета. Поддержка фирменного стиля на веб- страницах.		4			6	
	Экзамен					24	Экзамен в письменно-устной форме по билетам
	ИТОГО за второй семестр	36	36			84	
	ИТОГО за весь период	36	36			84	

3.7 Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел 1. Основные понятия айдентики		
1	Тема 1 Понимание айдентики как универсального языка коммуникации.	Понимание айдентики как универсального языка коммуникации. Отличие айдентики от фирменного стиля. Отличие брендинга от айдентики. Виды айдентики.
2	Тема 2 Художественно-коммуникативные средства графического дизайна.	Элементы и носители айдентики. Основные этапы разработки.
Раздел 2. Основные этапы проектирования айдентики в организации сервиса.		
3	Тема 3 Этапы дизайна айдентики.	Подготовительный этап. Умение работать с брифом. Выбор темы для дизайна фирменного стиля. Навыки исследования: изучение аудитории, определение УТП (уникальное торговое предложение), анализ рынка и современных трендов. Составление карты ассоциаций. Подбор референсов и визуальных метафор.
4	Тема 4 Определение общей концепции проекта.	Определение общей концепции проекта. Разработка названия; Создание логотипа; Разработка фирменного стиля; Оформление брендбука.
Раздел 3. Типология логотипов и знаков		
5	Тема 5 Проектирование фирменного стиля. Композиция в дизайне	Типология логотипов и знаков. Носители фирменного стиля. Стилеобразующие элементы. Этапы разработки фирменного стиля. Композиция в дизайне. Характеристики цвета.
6	Тема 6 Шрифт как элемент фирменного стиля. Особенности построения текста. Выбор шрифтов.	Знакомство с основными типами дизайна логотипов и знаков, их классификация. Знакомство с принципами макетирования бланков и визиток. Дизайн фирменной документации. Знакомство с принципами создания паттернов. Дизайн фирменного паттерна. Дизайн имиджевого плаката. Разработка знака с использованием графемы буквы. Разработка четырёх вариантов логотипа. Выбор лучшего варианта.
Раздел 4. Формирование образа рекламируемого объекта		
7	Тема 7 Основные закономерности восприятия рекламного сообщения.	Процессы восприятия рекламы потребителем: 1. Перцепция; 2. Мыслительная (оценочная) деятельность; 3. Мнемоническая деятельность. Этапы процесса восприятия.

8	Тема 8 Юзабилити.	Юзабилити: как стимулировать к приобретению. Основные принципы и элементы юзабилити, стимулирующие продажи. Основные ошибки юзабилити.
9	Тема 9 Дизайн-графика в эпоху Интернета.	Графический дизайн в сети Интернет: сущность, цели и задачи.

3.8 Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя: □ подготовку к лекциям, практическим занятиям, экзамену;

- изучение учебников и учебных пособий, научных публикаций;
- проведение исследовательских работ;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение заданий;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя: □ проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам дисциплины по необходимости;

проведение консультаций перед экзаменом.

Темы полностью или частично отнесенные на самостоятельное изучение с последующим контролем, не предусмотрены.

3.9 Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Применяются следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ.

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности.

4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- анализ ситуаций;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа).

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная аудитория № 305 для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол для преподавателя) – 23 шт.;
- стулья (включая стул для преподавателя) – 45 шт.;
- моноблок с установленным программным обеспечением – 1 шт.;
- компьютерная мышь – 1 шт.;
- клавиатура – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое).

Учебная аудитория № 105 (Специализированная аудитория для лиц с ОВЗ), для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 4 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 4 шт.;
- моноблоки с установленным программным обеспечением – 4 шт.;
- компьютерные мыши – 4 шт.;
- клавиатуры – 4 шт.;
- акустический усилитель – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- телевизор – 1 шт.;

- МФУ – 1 шт.;
- интерактивная электронная доска на мобильной платформе – 1 шт.;
- портативная индукционная система для слабослышащих (индукционная петля) – 1 шт.;

- портативный бытовой усилитель звука – 1 шт.;
- лупа пластмассовая – 1 шт.;
- прибор письма по Брайлю – 1 шт.;
- грифель для письма по Брайлю (мужской – 1 шт., женский – 1 шт.);
- тетрадь для письма по Брайлю – 3 шт.
- бумага для письма по Брайлю – 1 пачка;
- активный захват для инвалидов – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

Windows (зарубежное, возмездное), MS Office (зарубежное, возмездное), Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое), Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое), графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое), Planner 5D (российское, свободно распространяемое), Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое), Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое), КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Для лиц с ОВЗ:

расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитории («Аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («105») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

Помещение № 113 для самостоятельной работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (в том числе, адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ), оснащенное оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 6 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 6 шт.;
- ноутбуки с установленным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института – 6 шт.;

- компьютерные мыши – 6 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);

КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);

- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое);
- графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое);
- Planner 5D (российское, свободно распространяемое);
- Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое);
- Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое).

Аудитория расположена на 1 этаже, имеет расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитории («Адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («113») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Основная литература

1. Безрукова, Е. А. Шрифты: шрифтовая графика : учебник для вузов / Е. А. Безрукова, Г. Ю. Мхитарян ; под научной редакцией Г. С. Елисеенкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17587-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566052>
2. Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568421>
3. Деменкова, А. Б. Компьютерное обеспечение дизайнерской деятельности : методическое пособие : [16+] / А. Б. Деменкова ; Технологический университет. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. — Часть 1. — 36 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572172>

6.2 Дополнительная литература

1. Социальная реклама : учебное пособие / Л. М. Дмитриева, Ю. С. Вернадская, Т. А. Костылева [и др.] ; под ред. Л. М. Дмитриевой. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 272 с. : ил., табл. — (Азбука рекламы). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685152>

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»

3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»