

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
к практическим занятиям**

по (учебной) дисциплине МДК.02.01 Фирменный стиль и корпоративный дизайн

Профессия 54.01.20 Графический дизайнер

Форма обучения очная

Ставрополь, 2026

Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Фирменный стиль и корпоративный дизайн» составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО и предназначены для студентов, обучающихся по профессии: 54.01.20 Графический дизайнер.

Методические указания для учебной дисциплины разработаны:

Пензева П.С., ассистент кафедры дизайна ВШКИ

СОДЕРЖАНИЕ

II. ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	5
III. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	6
Практическое занятие №1 «Разработка базовых элементов фирменного стиля (логотип, цветовая гамма)».....	6
Практическое занятие №2 «Создание нескольких вариантов логотипов для вымышленного бренда».....	7
Практическое занятие №3 «Создание цветовых схем для фирменного стиля».....	8
Практическое занятие №4 «Разработка типографического стиля для бренда (выбор шрифтов, работа с размерами и интервалами)».....	9
Практическое занятие №5 «Разработка макетов визитных карточек, бланков, упаковки с применением фирменного стиля».....	10
Практическое занятие №6 «Разработка элементов дизайна для сайта и социальных сетей компании».....	11
Практическое занятие №7 «Создание макетов брендированных автомобилей и наружных рекламных конструкций»..	12
Практическое занятие №8 «Разработка визуальных материалов для корпоративных мероприятий (плакаты, презентации)».....	13
СПИСОК ИНФОРМАЦИОННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	14

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1) Методические рекомендации по выполнению практических занятий по учебной дисциплине МДК.02.01 «Фирменный стиль и корпоративный дизайн» для профессии 54.01.20 «Графический дизайнер» в соответствии с ФГОС среднего профессионального образования и рабочей программой учебного курса.

2) В соответствии с ФГОС по дисциплине МДК.02.01 «Фирменный стиль и корпоративный дизайн» учебным планом предусмотрено 108 часов аудиторных занятий, в том числе 64 часов отведено на практические занятия.

3) Дидактической целью содержания практических занятий является формирование и развитие ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4.

4) В результате выполнения практических заданий студент должен:

уметь:

- Анализировать деятельность и ценности организации для создания визуальной идентичности;
- Разрабатывать ключевые элементы фирменного стиля;
- Обосновывать и защищать предложенные дизайн-решения.
- Подготавливать и оформлять презентации фирменного стиля;
- Создавать брендбук;
- Эффективно представлять проект.
- Применять фирменный стиль на различных типах носителей;
- Разрабатывать макеты;
- Обеспечивать стилистическое единство.
- Разрабатывать дизайн-концепции корпоративной продукции;
- Создавать макеты;
- Подбирать материалы и технологии.

знать:

- Состав и структура фирменного стиля;
- Основы брендинга и позиционирования;
- Специфика визуальной айдентики в различных сферах бизнеса.
- Структура брендбука и презентационных материалов;
- Принципы визуального представления;
- Приёмы обоснования дизайнерских решений.
- Классификация и особенности медианосителей;
- Требования к адаптации визуальных элементов;
- Принципы масштабирования и композиции.
- Виды и функции корпоративной продукции;
- Особенности визуальной айдентики в прикладных формах;
- Основы подготовки макетов к выпуску.

II. ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Наименование разделов и тем	Содержание лабораторных и практических работ	Объем, ак. ч
1	2	3
Раздел 1. Разработка прототипов и дизайн-макетов цифровых продуктов и сервисов		64
Тема 1.1. Введение в корпоративный стиль	1 Практическая работа «Разработка базовых элементов фирменного стиля (логотип, цветовая гамма)»	6
Тема 1.2. Логотип и его элементы	1 Практическая работа «Создание нескольких вариантов логотипов для вымышленного бренда»	6
Тема 1.3. Цветовая палитра в фирменном стиле	1 Практическая работа «Создание цветовых схем для фирменного стиля»	6
Тема 1.4 Шрифты и типографика	1 Практическая работа «Разработка типографического стиля для бренда (выбор шрифтов, работа с размерами и интервалами)»	8
Тема 1.5. Применение фирменного стиля на различных носителях	1 Практическая работа «Разработка макетов визитных карточек, бланков, упаковки с применением фирменного стиля»	12
Тема 1.6. Корпоративный дизайн в интернете	1 Практическая работа «Разработка элементов дизайна для сайта и социальных сетей компании»	10
Тема 1. 7. Брендинг автомобилей и наружная реклама	1 Практическая работа «Создание макетов брендированных автомобилей и наружных рекламных конструкций»	6
Тема 1.8. Фирменный стиль и корпоративная культура	1 Практическая работа «Разработка визуальных материалов для корпоративных мероприятий (плакаты, презентации)»	10

III. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие №1 «Разработка базовых элементов фирменного стиля (логотип, цветовая гамма)»

Тема 1.1 Введение в корпоративный стиль

Цель: Сформировать у студентов понимание сущности корпоративного (фирменного) стиля, его значения для узнаваемости компании, единства визуальной коммуникации и формирования бренда.

Теоретический материал:

1. Гончарова О. В. «Основы фирменного стиля»
2. Статьи на vc.ru/design, bangbangeducation.ru

Вопросы для самоконтроля:

1. Что входит в понятие «фирменный стиль»?
2. Какие цели преследует его внедрение?
3. Как фирменный стиль влияет на восприятие бренда?
4. В чем различие между фирменным стилем и брендбуком?

Задания:

Создать инфографику с компонентами фирменного стиля (логотип, цветовая палитра, шрифты, носители, документация и т.д.)

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Изучить структуру фирменного стиля по примерам российских брендов.
2. Определить основные элементы визуальной идентификации.
3. Построить схему-таблицу с примерами и пояснениями.
4. Оформить результат в виде инфографики с элементами дизайна.

Практическое занятие №2 «Создание нескольких вариантов логотипов для вымышленного бренда»

Тема 1.2 Логотип и его элементы

Цель: Изучить типы логотипов, их структуру, принципы разработки и роль в фирменном стиле.

Теоретический материал:

1. Ю. Гуров «Разработка логотипа: принципы, ошибки, структура»
2. bangbangeducation.ru: статьи о знаках и логотипах
3. Smashingmagazine.com: "Logo Design Theory"

Вопросы для самоконтроля:

1. Виды логотипов (текстовые, графические, комбинированные)
2. Какие требования предъявляются к хорошему логотипу?
3. В чем отличие логотипа, эмблемы и товарного знака?
4. Как элементы логотипа влияют на эмоциональное восприятие бренда?

Задания:

Проанализировать 5 логотипов известных российских компаний и составить сравнительную таблицу: структура, цвет, шрифт, символика.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Найти логотипы компаний из разных сфер.
2. Разделить на типы по структуре и стилю.
3. Провести краткий анализ (цвет, шрифт, композиция).
4. Сделать выводы об эффективности каждого логотипа.

Практическое занятие №3 «Создание цветовых схем для фирменного стиля»

Тема 1.3 Цветовая палитра в фирменном стиле

Цель: Освоить принципы подбора фирменной палитры, её психологическое и семантическое значение.

Теоретический материал:

1. Кандинский В. «О духовном в искусстве» (влияние цвета)»
2. Типовые брендбуки (Сбер, Яндекс, Тинькофф)
3. vc.ru/design: статьи о цвете и бренде

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое фирменные цвета?
2. Какие цветовые схемы используются в дизайне?
3. Как цвет влияет на поведение потребителя?
4. Что такое цветовая иерархия и контрастность в бренде?

Задания:

Подобрать фирменную палитру для гипотетического бренда (по выбору), обосновать выбор и оформить в виде цифрового шаблона.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Определить направление бренда (медицина, финансы, IT и т.д.)
2. Подобрать 3-5 гармоничных оттенков.
3. Указать их в HEX, RGB и CMYK.
4. Оформить образец и объяснение в виде презентации или moodboard.

Практическое занятие №4 «Разработка типографического стиля для бренда (выбор шрифтов, работа с размерами и интервалами)»

Тема 1.4 Шрифты и типографика

Цель: Познакомить студентов с ролью шрифта в фирменном стиле, развить навыки подбора и сочетания шрифтов, научить учитывать особенности восприятия типографики в брендинге.

Теоретический материал:

1. Книга: "Типографика. Шрифт, верстка, дизайн" — Э. Рудер
2. Статьи на type.today
3. Примеры из брендбуков крупных компаний (Тинькофф, Сбер, Касперский)

Вопросы для самоконтроля:

1. Какие бывают типы шрифтов и где они применяются?
2. Что такое кегль, интерлиньяж, трекинг?
3. Как типографика влияет на восприятие бренда?
4. В чем отличие фирменного шрифта от общего дизайнерского шрифта?

Задания:

Разработать типографическую сетку с использованием двух сочетающихся шрифтов и оформить образец фирменной страницы (например, титульной или рекламной).

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Изучить классификацию шрифтов.
2. Подобрать парные шрифты (например, заголовочный и текстовый).
3. Оформить макет с текстовыми элементами на сетке.
4. Представить в формате PDF или PNG с пояснением.

Практическое занятие №5 «Разработка макетов визитных карточек, бланков, упаковки с применением фирменного стиля»

Тема 1.5 Применение фирменного стиля на различных носителях

Цель: Познакомить с практикой применения фирменного стиля на различных видах печатной и цифровой продукции, обучить адаптации дизайна к формату носителя.

Теоретический материал:

1. Обзор брендбуков компаний (см. guideline.design)
2. Статьи на vc.ru/design о носителях бренда
3. Разбор реальных кейсов на bangbangeducation.ru

Вопросы для самоконтроля:

1. Какие носители используют для размещения фирменного стиля?
2. Что такое деловая документация и POS-материалы?
3. Какие трудности возникают при адаптации стиля к разным форматам?
4. Как соблюсти единый визуальный код при изменении пропорций?

Задания:

Разработать макеты носителей (визитка, конверт, бейдж, стикер) в едином стиле.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Проанализировать примеры носителей из брендбуков.
2. Составить перечень обязательных элементов на каждом носителе.
3. Выполнить дизайн-макеты в Figma, Illustrator или Canva.
4. Представить в формате презентации или PDF.

Практическое занятие №6 «Разработка элементов дизайна для сайта и социальных сетей компании»

Тема 1.6 Корпоративный дизайн в интернете

Цель: Изучить принципы адаптации фирменного стиля в digital-среде: сайты, соцсети, email-рассылки.

Теоретический материал:

1. Курс на netology.ru: "UI/UX-дизайн"
2. Статьи на habr.com и vc.ru/design
3. Кейсы компаний на awwwards.com

Вопросы для самоконтроля:

1. Какие элементы фирменного стиля применяются в веб-дизайне?
2. Что такое адаптивный дизайн?
3. В чем отличие подачи стиля в соцсетях и на сайте?
4. Какие форматы брендинга применимы для email-рассылки?

Задания:

Разработать концепцию главной страницы сайта (десктоп/мобайл) и обложек для соцсетей в едином фирменном стиле.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Определить целевую аудиторию и задачи сайта.
2. Разработать композиционную сетку.
3. Оформить шаблоны обложек и навигации.
4. Сохранить макеты в PNG или Figma-ссылку.

Практическое занятие №7 «Создание макетов брендированных автомобилей и наружных рекламных конструкций»

Тема 1.7 Брендирование автомобилей и наружная реклама

Цель: Познакомить с возможностями применения фирменного стиля в физической среде: транспорт, баннеры, билборды.

Теоретический материал:

1. ГОСТ по наружной рекламе
2. Кейсы на signbusiness.ru
3. Анализ визуальных стандартов (брендирование Яндекс, Delivery Club и др.)

Вопросы для самоконтроля:

1. Виды наружной рекламы и транспорта для брендинга.
2. Основные требования к читаемости и цвету на больших форматах.
3. Какие элементы адаптируются на бортах автомобилей?
4. Как учесть перспективу и движение при разработке дизайна?

Задания:

Создать макет брендирования автомобиля (фургон/легковое авто) и билборда для одной компании.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Определить формат и габариты поверхностей.
2. Спроектировать композицию с учетом перспективы.
3. Представить визуализацию в формате мокапа.

Практическое занятие №8 «Разработка визуальных материалов для корпоративных мероприятий (плакаты, презентации)»

Тема 1.8 Фирменный стиль и корпоративная культура

Цель: Раскрыть взаимосвязь визуального стиля с ценностями и внутренней культурой компании.

Теоретический материал:

1. Исследования и статьи на hrportal.ru, vc.ru/hr
2. Кейсы Яндекса, Skyeng, Альфа-Банка: визуальный язык и внутренние ценности
3. Интервью на bangbangeducation.ru

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое корпоративная культура?
2. Какие элементы фирменного стиля отражают внутренние ценности компании?
3. Как визуальный язык формирует поведенческие установки сотрудников?
4. В чем отличие внешнего и внутреннего фирменного стиля?

Задания:

Разработать внутренний визуальный стандарт: оформление внутренних презентаций, welcome-пакета и бейджа.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Проанализировать корпоративные документы российских компаний.
2. Определить ключевые ценности бренда.
3. Сформировать шаблоны с визуальными метафорами.
4. Оформить макет в PowerPoint, PDF или Figma.

СПИСОК ИНФОРМАЦИОННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Основные печатные издания

1. Клейн, С. (2012). *Информационный дизайн: теория и практика*. БХВ-Петербург. То же [Электронный ресурс]. - URL: [https://www.academia.edu/25701947/Информационный дизайн теория и практика](https://www.academia.edu/25701947/Информационный_дизайн_теория_и_практика)
2. Горячева, М. (2017). *Дизайн и коммуникация: Принципы информационного дизайна и визуальной коммуникации*. Издательство «ВШЭ». То же [Электронный ресурс]. - URL: https://www.hse.ru/edu/v_courses
3. Норман, Д. (2013). *Дизайн привычных вещей*. Вильямс.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.scribd.com/document/41579851/The-Design-of-Everyday-Things-by-Don-Norman>
4. Крест, Г., ван Левен, Т. (2011). *Чтение изображений: грамматика визуального дизайна*. Издательство «Гуманитарный центр».; То же [Электронный ресурс]. - URL: [https://www.academia.edu/15121813/Чтение изображений Грамматика визуального дизайна](https://www.academia.edu/15121813/Чтение_изображений_Грамматика_визуального_дизайна)
5. Луптон, Э. (2013). *Дизайн как повествование*. БХВ-Петербург.; То же [Электронный ресурс]. - URL: https://www.academia.edu/41744785/Design_as_Storytelling

Дополнительные источники

1. Пенден, П. (2005). *Графический дизайн. Современные методы*. Манн, Иванов и Фербер.; То же [Электронный ресурс]. - URL: [https://www.academia.edu/37761282/Graphic Design Modern Methods](https://www.academia.edu/37761282/Graphic_Design_Modern_Methods)
2. Шарп, Р. (2010). *Графический дизайн и визуальная культура*. Академический проект.; То же [Электронный ресурс]. - URL: [https://www.academia.edu/2342977/Graphic Design and Visual Culture](https://www.academia.edu/2342977/Graphic_Design_and_Visual_Culture)
3. Бойс, С. (2009). *Дизайн медиа и коммуникаций*. Синергия.; То же [Электронный ресурс]. - URL: [https://www.academia.edu/40838169/Media Design and Communication](https://www.academia.edu/40838169/Media_Design_and_Communication)
4. Маневич, Л. (2014). *Язык новых медиа*. Университет ИТ.; То же [Электронный ресурс]. - URL: [https://www.academia.edu/38659834/The Language of New Media](https://www.academia.edu/38659834/The_Language_of_New_Media)
5. Топчий, В. (2015). *Визуальная коммуникация: История и теория дизайна*. Книга по требованию; То же [Электронный ресурс]. - URL: https://www.academia.edu/3872138/Visual_Communication_History_and_Theory_of_Design

Основные электронные издания

1. infographer.ru
2. <https://www.artlebedev.ru/>
3. <https://internet-law.ru/gosts/gost/61008/>
4. behance.net
5. designcollector.net