

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины
ПРОЕКТИРОВАНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Блок:	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
Часть образовательной программы:	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
№ дисциплины по учебному плану:	Б1.Ч.11
Трудоемкость в зачетных единицах:	5 семестр - 4; 6 семестр - 5; всего - 9
Часов (всего) по учебному плану:	324 часа
Лекции	5 семестр - 4 часа; 6 семестр - 4 часа; всего - 8 часов
Практические занятия	5 семестр - 12 часов; 6 семестр - 16 часов; всего - 28 часа
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	6 семестр - 2 часа;
Самостоятельная работа	5 семестр - 127,7 часа; 6 семестр - 157,5 часа; всего - 285,2 часа
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	проводится в рамках часов аудиторных занятий
включая:	
Домашнее задание	
Промежуточная аттестация:	
Зачет с оценкой	5 семестр - 0,3 часа;
Экзамен	6 семестр - 0,5 часа; всего - 0,8 часа

Москва 2022

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Николаева Д.А.
	Идентификатор	R67be3d14-NikolayevaDA-721b24d

(подпись)

Д.А. Николаева

(расшифровка подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вовк М.В.
	Идентификатор	R26eeae99-VovkMV-a261481b

(подпись)

М.В. Вовк

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей
кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка подписи)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Целями освоения дисциплины «Проектирование фирменного стиля» являются: формирование профессиональных компетенций в графическом дизайне. Дисциплина «Проектирование фирменного стиля» ориентирована на закрепление у студентов знаний, умений и навыков в области содержания, структуры и принципов создания фирменного стиля. В задачи курса «Проектирование фирменного стиля» входят: владение методами творческого процесса дизайнеров; выполнение поисковых эскизов, композиционных решений дизайн-объектов; создание художественного образа; владение практическими навыками различных видов изобразительного искусства и способов проектной графики; разработка и выполнение дизайн-проектов; создание оригинального проекта; знание основ художественно-промышленного производства; технологии изготовления полиграфической продукции, принципы художественно-технического редактирования, макетирования, компьютерных технологий

Задачи дисциплины

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать процесс создания и внедрения дизайн-проектов рекламной продукции на различных стадиях ее реализации	ИД-2ПК-1 Демонстрирует навыки создания дизайн-проектов рекламной продукции	знать: - основные закономерности создания объектов фирменного стиля; - содержание и назначение брендбука. уметь: - проектировать системы графических элементов и отдельные элементы фирменного стиля; - разрабатывать собственные дизайн-проекты.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Дизайн в рекламе (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания	
				Контактная работа								СР			
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль		
КПР	ГК	ИККП	ТК												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	История развития фирменного стиля. Основные виды элементов фирменного стиля.	41.7	5	1	-	3	-	-	-	-	-	37.7	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "История развития фирменного стиля. Основные виды элементов фирменного стиля." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным практическим работам.	
1.1	Фирменный стиль. Основные элементы фирменного стиля. Примеры фирменного стиля. Терминология. Функции фирменного сти-ля. Фирменный стиль как элемент рекламы.	41.7		1	-	3	-	-	-	-	-	37.7	-		
2	Визуальные константы фирменного стиля. Логотип и этапы создания логотипа и фирменного знака.	34		1	-	3	-	-	-	-	-	-	30	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Визуальные константы фирменного стиля. Логотип и этапы создания логотипа и фирменного знака." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным практическим работам. <u>Изучение материалов литературных</u>
2.1	Разработка основных элементов фирменного стиля - товарный знак, название. Философия и сфера деятельности компании и как это отобразить в	34		1	-	3	-	-	-	-	-	-	30	-	

	фирменном стиле.													<u>источников:</u> [1], стр. 117-123 [3], стр. 54-72
3	Деловая документация. Оформление электронных рассылок.	34		1	-	3	-	-	-	-	-	30	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Деловая документация. Оформление электронных рассылок." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным практическим работам. <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], стр. 21-25 [4], стр. 12-18
3.1	Разработка деловой документации - бланк, конверт, приглашение, визитная карточка. Примеры презентаций разработанных в общей стилистике фирмы. Электронная документация и виды её оформления.	34		1	-	3	-	-	-	-	-	30	-	
4	Цветовая гамма в фирменном стиле. Разработка единого цветового и монохромного решения для фирменного стиля. Эргономика.	34		1	-	3	-	-	-	-	-	30	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Цветовая гамма в фирменном стиле. Разработка единого цветового и монохромного решения для фирменного стиля. Эргономика." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным практическим работам.
4.1	Разработка основных элементов фирменного стиля - фирменный цвет. Определение. Цветовая гамма как константа. Цветовая символика. Ассоциации. Психология цвета и его воздействия на потребителя.	34		1	-	3	-	-	-	-	-	30	-	

	Зачет с оценкой	0.3		-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	-	
	Всего за семестр	144.0		4	-	12	-	-	-	-	0.3	127.7	-	
	Итого за семестр	144.0		4	-	12	-	-	-	-	0.3	127.7	-	
5	Реклама	39	6	1	-	4	-	-	-	-	-	34	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u>
5.1	Разработка рекламы - в средствах массовой информации, в транспорте, в наружной рекламе, в телевидении.	39		1	-	4	-	-	-	-	-	34	-	Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Реклама" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным практическим работам.
6	Сайт. Лендинг	35		1	-	4	-	-	-	-	-	30	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u>
6.1	Разработка сайта. Разработка лендинга. Примеры web продуктов и их основные функции.	35		1	-	4	-	-	-	-	-	30	-	Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Сайт. Лендинг" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным практическим работам.
7	Маскот	35		1	-	4	-	-	-	-	-	30	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u>
7.1	Что такое маскоты и как их используют в дизайне фирменного стиля.	35		1	-	4	-	-	-	-	-	30	-	Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Маскот" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным практическим работам.
8	Брендбук	35		1	-	4	-	-	-	-	-	30	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u>
8.1	Содержание и назначение брендбука	35		1	-	4	-	-	-	-	-	30	-	Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения

														профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Брендбук" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным практическим работам.
	Экзамен	36.0		-	-	-	-	2	-	-	0.5	-	33.5	
	Всего за семестр	180.0		4	-	16	-	2	-	-	0.5	124	33.5	
	Итого за семестр	180.0		4	-	16	2		-		0.5	157.5		
	ИТОГО	324.0	-	8	-	28	2		-		0.8	285.2		

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПР – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. История развития фирменного стиля. Основные виды элементов фирменного стиля.

1.1. Фирменный стиль. Основные элементы фирменного стиля. Примеры фирменного стиля. Терминология. Функции фирменного сти-ля. Фирменный стиль как элемент рекламы.

2. Визуальные константы фирменного стиля. Логотип и этапы создания логотипа и фирменного знака.

2.1. Разработка основных элементов фирменного стиля - товарный знак, название. Философия и сфера деятельности компании и как это отобразить в фирменном стиле.

3. Деловая документация. Оформление электронных рассылок.

3.1. Разработка деловой документации - бланк, конверт, приглашение, визитная карточка. Примеры презентаций разработанных в общей стилистике фирмы. Электронная документация и виды её оформления.

4. Цветовая гамма в фирменном стиле. Разработка единого цветового и монохромного решения для фирменного стиля. Эргономика.

4.1. Разработка основных элементов фирменного стиля - фирменный цвет. Определение. Цветовая гамма как константа. Цветовая символика. Ассоциации. Психология цвета и его воздействия на потребителя.

5. Реклама

5.1. Разработка рекламы - в средствах массовой информации, в транспорте, в наружной рекламе, в телевидении.

6. Сайт. Лендинг

6.1. Разработка сайта. Разработка лендинга. Примеры web продуктов и их основные функции.

7. Маскот

7.1. Что такое маскоты и как их используют в дизайне фирменного стиля.

8. Брендбук

8.1. Содержание и назначение брендбука

3.3. Темы практических занятий

1. Персонажи (маскоты);
2. Веб-продукты;
3. Реклама и ее продвижение;
4. Брендбук;
5. Деловая документация как элемент фирменного стиля;
6. Фирменные стили разных компаний.;
7. Гармония цвета и поиск цветовых сочетаний для брендов;
8. Константы фирменного стиля.

3.4. Темы лабораторных работ не предусмотрено

3.5 Консультации

Индивидуальные консультации по курсовому проекту /работе (ИККП)

1. Консультации проводятся по разделу "История развития фирменного стиля. Основные виды элементов фирменного стиля."
2. Консультации проводятся по разделу "Визуальные константы фирменного стиля. Логотип и этапы создания логотипа и фирменного знака."
3. Консультации проводятся по разделу "Деловая документация. Оформление электронных рассылок."
4. Консультации проводятся по разделу "Цветовая гамма в фирменном стиле. Разработка единого цветового и монохромного решения для фирменного стиля. Эргономика."
5. Консультации проводятся по разделу "Реклама"
6. Консультации проводятся по разделу "Сайт. Лендинг"
7. Консультации проводятся по разделу "Маскот"
8. Консультации проводятся по разделу "Брендбук"

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)								Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	5	6	7	8	
Знать:										
содержание и назначение брендбука	ИД-2ПК-1			+	+					Домашнее задание/Подбор цветowych пар для фирменного стиля. Анализ значения и функции цветов Домашнее задание/Создание трех визиток (персональные или бренда)
основные закономерности создания объектов фирменного стиля	ИД-2ПК-1	+	+							Домашнее задание/Подбор и анализ 5-ти фирменных стилей, философий брендов Домашнее задание/Разработка логотипа и фирменного знака
Уметь:										
разрабатывать собственные дизайн-проекты	ИД-2ПК-1							+	+	Домашнее задание/Брендбук Домашнее задание/Продумать 5 маскотов
проектировать системы графических элементов и отдельные эле-менты фирменного стиля	ИД-2ПК-1					+	+			Домашнее задание/Разработка рекламы в рамках фирменного стиля Домашнее задание/Создание лендинга

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

5 семестр

Форма реализации: Выполнение задания

1. Подбор и анализ 5-ти фирменных стилей, философий брендов (Домашнее задание)
2. Подбор цветовых пар для фирменного стиля. Анализ значения и функции цветов (Домашнее задание)
3. Разработка логотипа и фирменного знака (Домашнее задание)
4. Создание трех визиток (персональные или бренда) (Домашнее задание)

6 семестр

Форма реализации: Выполнение задания

1. Брендбук (Домашнее задание)
2. Продумать 5 маскотов (Домашнее задание)
3. Разработка рекламы в рамках фирменного стиля (Домашнее задание)
4. Создание лендинга (Домашнее задание)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Зачет с оценкой (Семестр №5)

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльнорейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих.

Экзамен (Семестр №6)

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльнорейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих.

В диплом выставляется оценка за 6 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. Агостон, Ж. Теория цвета и ее применение в искусстве и дизайне : пер. с англ. / Ж. Агостон . – М. : Мир, 1982 . – 181 с.;
2. Кофанова, В. В. Проектирование и реализация фирменного стиля клуба исторических танцев «Вихрь Времени»: выпускная квалификационная работа : студенческая научная работа / Оренбургский государственный университет ; Межотраслевой региональный центр повышения квалификации и профессиональной переподготовки специалистов . – Оренбург, 2017 . – 54 с. : ил. – Режим доступа: электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE», требуется авторизация . - Библиогр.: с. 43.;
3. А. Д. Бутакова- "Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций", Издательство: "Лаборатория книги",

Москва, 2012 - (101 с.)

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142857>;

4. В. А. Цыганков- "Фирменный стиль или корпоративная идентификация", Издательство: "Сам Полиграфист", Москва, 2015 - (35 с.)

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488275>.

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Майнд Видеоконференции.

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. База данных ВИНТИ online - <http://www.viniti.ru/>
4. Электронные ресурсы издательства Springer - <https://link.springer.com/>
5. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
6. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки - <https://obrnadzor>
7. Федеральный портал "Российское образование" - <http://www.edu.ru>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	М-917, Учебная аудитория	стол, стул, доска интерактивная, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	М-917, Учебная аудитория	стол, стул, доска интерактивная, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-917, Учебная аудитория	стол, стул, доска интерактивная, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Компьютерный читальный зал	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	М-909, Помещение	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул,

	кафедры «РСиЛ»	шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Проектирование фирменного стиля

(название дисциплины)

5 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Подбор и анализ 5-ти фирменных стилей, философий брендов (Домашнее задание)
 КМ-2 Разработка логотипа и фирменного знака (Домашнее задание)
 КМ-3 Создание трех визиток (персональные или бренда) (Домашнее задание)
 КМ-4 Подбор цветовых пар для фирменного стиля. Анализ значения и функции цветов (Домашнее задание)

Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	4	8	12	15
1	История развития фирменного стиля. Основные виды элементов фирменного стиля.					
1.1	Фирменный стиль. Основные элементы фирменного стиля. Примеры фирменного стиля. Терминология. Функции фирменного сти-ля. Фирменный стиль как элемент рекламы.		+	+		
2	Визуальные константы фирменного стиля. Логотип и этапы создания логотипа и фирменного знака.					
2.1	Разработка основных элементов фирменного стиля - товарный знак, название. Философия и сфера деятельности компании и как это отобразить в фирменном стиле.		+	+		
3	Деловая документация. Оформление электронных рассылок.					
3.1	Разработка деловой документации - бланк, конверт, приглашение, визитная карточка. Примеры презентаций разработанных в общей стилистике фирмы. Электронная документация и виды её оформления.				+	+
4	Цветовая гамма в фирменном стиле. Разработка единого цветового и монохромного решения для фирменного стиля. Эргономика.					
4.1	Разработка основных элементов фирменного стиля - фирменный цвет. Определение. Цветовая гамма как константа. Цветовая символика. Ассоциации. Психология цвета и его воздействия на потребителя.				+	+
Вес КМ, %:			25	25	25	25

6 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

КМ-5 Разработка рекламы в рамках фирменного стиля (Домашнее задание)

КМ-6 Создание лендинга (Домашнее задание)

КМ-7 Продумать 5 маскотов (Домашнее задание)

КМ-8 Брендбук (Домашнее задание)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-5	КМ-6	КМ-7	КМ-8
		Неделя КМ:	4	8	12	15
1	Реклама					
1.1	Разработка рекламы - в средствах массовой информации, в транспорте, в наружной рекламе, в телевидении.		+	+		
2	Сайт. Лендинг					
2.1	Разработка сайта. Разработка лендинга. Примеры web продуктов и их основные функции.		+	+		
3	Маскот					
3.1	Что такое маскоты и как их используют в дизайне фирменного стиля.				+	+
4	Брендбук					
4.1	Содержание и назначение брендбука				+	+
Вес КМ, %:			25	25	25	25