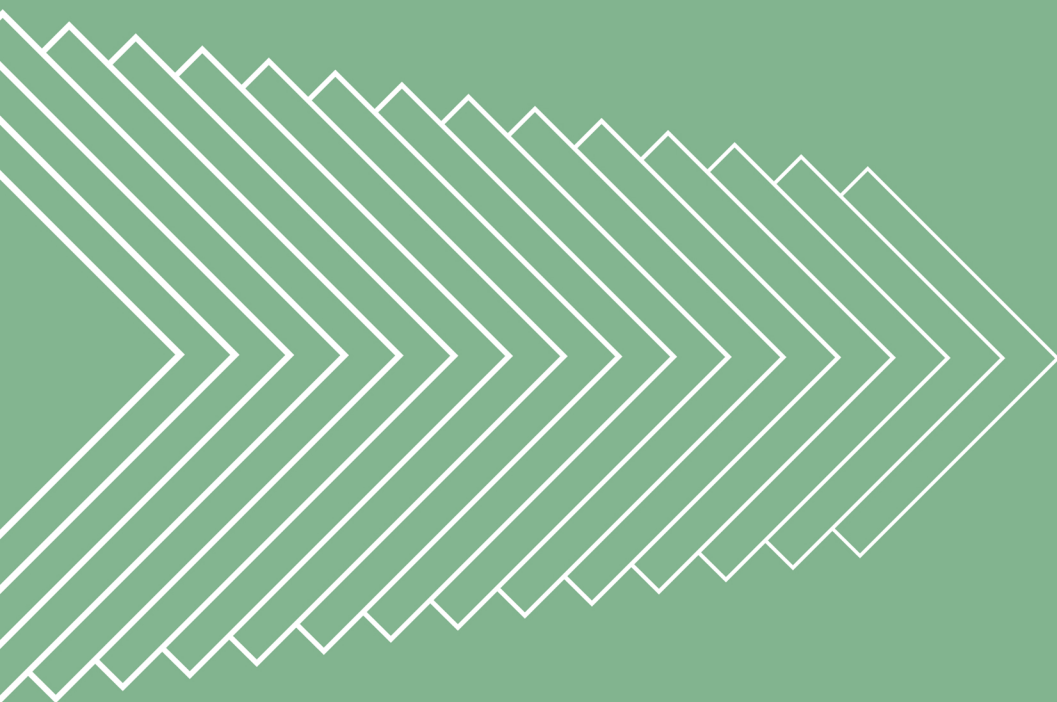




# КОНСПЕКТ КУРСА ЗАНИЯТИЙ «БРЕНДБУК. STANDARD»



**Промышленный  
дизайн**

# **Методическая разработка**

«Конспект курса занятий

«Брендбук. Standard»

Направление: «Промышленный дизайн»

Авторы: педагог-организатор

Максимова Юлия Васильевна

педагог дополнительного образования

Колесникова Алёна Александровна

Организация: МАОУДО «Северный Кванториум»

## **I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

**Название цикла занятий** – курс «Брендбук. Standard»

**Продолжительность курса** – 6 занятий (каждое занятие длится 2 академических часа по 45 мин с 10-минутным перерывом)

**Характеристика обучающихся (возраст, количество)** — 12 -17 лет, 15 человек

**Форма организации деятельности обучающихся** - цикл занятий, каждое из которых состоит из теоретической (с элементами интерактива, в том числе методики «вопрос-ответ») и практической части, включающей в разном объеме элементы геймификации и практик дизайн-мышления, методы генерации идей, работу с специализированным ПО и оборудованием Промдизайнквантума МАОУДО «Северный Кванториум».

**Актуальность курса** обусловлена необходимостью использования принципов и приемов дизайна в проектной деятельности, которая является приоритетной в детских технопарках «Кванториум». В рамках данной программы обучающиеся знакомятся с принципами и приемами проектирования, учатся совершать «быстрые ошибки», работают индивидуально и в регулярно ротируемых группах, а также приобретают навыки решения междисциплинарных проектных и управленческих задач.

В настоящее время также большое внимание уделяется подготовке молодых людей к выбору будущей профессиональной деятельности, особым спросом у детей и родителей пользуются инновационные направления, где в обучении используется высокотехнологичное оборудование. Прохождение данного курса может быть хорошим подспорьем в вопросах профориентации, в случае если ребенок склонен в своем выборе к сфере дизайна.

В ходе занятий дети знакомятся с таким видом документа, как брендбук (или книга бренда, рассказывающая о его особенностях), его составляющими, основным назначением и другими сопутствующими категориями и понятиями, поэтапно реализуя проект по созданию своего собственного брендбука. Обучающиеся на практике получают представление об основных этапах создания упрощенной (сообразно возрасту и имеющимся компетенций обучающихся) версии стандартного брендбука, включающего в себя применяемые в организации сочетание цветов, шрифты, логотип и особенности их использования, а также, что немаловажно, некоторые концептуальные особенности бренда, уделяя внимание его «миссии», правилам взаимодействия с целевой аудиторией.

Цикл занятий разработан для проведения в группах МАОУДО «Северный Кванториум» по направлению «Промдизайнквантум», проходящих первый год обучения (рекомендовано проводить в апреле-мае)

или второй-третий год обучения (допустимо проводить с октября), поскольку, для наиболее эффективного решения прикладных задач требуются некоторые навыки по работе с оборудованием и специализированным программным обеспечением. Стоит отметить, что это рекомендации наименьшего компетентностного уровня обучающихся, но данные занятия могут подойти (весь курс или разовые занятия) для детей старшего возраста (или взрослых).

Каждое занятие может быть проведено отдельно в рамках реализации учебной программы с целью развития определенных soft-компетенций и получения конкретных прикладных навыков. В то же время, следуя всему алгоритму образовательного мини-курса «Брендбук. Standard» обучающиеся получают возможность закрепить материал и применить новые навыки, полученные на предыдущем занятии, «примерить» различные социальные и профессиональные роли, а также получить итоговый полноценный продукт.

## **II. СОДЕРЖАНИЕ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ**

### **1. Цель занятия:**

поспособствовать развитию у обучающихся промдизайнкантума 12–17 лет таких soft-компетенций, как умение работать в команде, креативность и критическое мышление через проектную деятельность, игропрактику и тренировку прикладных навыков.

### **2. Задачи:**

#### **Предметные:**

- формирование навыков дизайн-проектирования, моделирования и изготовления изделий с учетом запроса потребителя;
- обучение приемам работы в редакторах Paint, Word, PowerPoint, Photoshop, CorelDRAW, в сети Интернет;
- обучение созданию макетов продукта и его изготовлению в материале;
- формирование и совершенствование навыков работы различными инструментами и материалами;
- изучение теоретического материала по вопросам брендинга.

#### **Метапредметные:**

- обучение различным способам решения проблем творческого и поискового характера для дальнейшей самостоятельной работы;
- развитие образного, технического и аналитического мышления;
- формирование навыков поисковой творческой деятельности;

- формирование умения анализировать поставленные задачи, планировать процесс и применять полученные знания при реализации творческих проектов;

- формирование навыков использования информационных технологий.

#### **Личностные:**

- воспитание личностных качеств: самостоятельности, креативности, эмпатии, критического мышления;
- формирование навыков межличностных отношений и навыков сотрудничества;
- воспитание интереса к дизайнерской деятельности и последним тенденциям в промышленном дизайне;
- воспитание бережного отношения к техническим устройствам.

### **3. Планируемые результаты:**

- развитие soft- и hard-компетенций, согласно поставленных задач;
- реализация проекта «Брендбук. Standard», получение пакета готовой продукции;
- успешная защита проекта «Брендбук. Standard» на отчетном аттестационном мероприятии «Проектная ярмарка».

### **4. Оборудование и материалы:**

- Программное обеспечение: Adobe Photoshop, CorelDRAW 2021, Paint, Word, PowerPoint;
- Оборудование: графический планшет, персональный компьютер, цветной принтер, прессы для термопереноса, резак для бумаги, LED-панель, флипчарт, брошюровщик;
- Материалы: ручки, грифельные карандаши, цветные карандаши и маркеры (для флипчарта и для скетчинга), бумага различной плотности, фотобумага, бумага для термопереноса, футболка белая, кружка белая;
- Интернет-сервисы: [www.canva.com](http://www.canva.com), [freemockup.ru](http://freemockup.ru), [www.freepik.com](http://www.freepik.com), [turbologo.ru](http://turbologo.ru), [ru.wix.com](http://ru.wix.com) и др.

### **5. Структура курса:**

#### **5. 1. Занятие «Out of the box»**

- Знакомство
- Теоретическая мини-лекция с презентацией «Что такое брендбук?»
- Игра «Корпорация»

#### **5.2. Занятие «ЛОГО-go»**

- Теоретическая мини-лекция с презентацией «ЛОГО-go»
- Игра «Дизайнер, сделай логотип»
- Практика (разработка логотипа для своей «Корпорации»)

### **5.3. Занятие «Поиграть со шрифтами»**

- Теоретическая мини-лекция с презентацией «Шрифт и цвета в фирменном стиле и логобуке»
- Игра «Курица лапой»
- Практика (разработка логобука «Корпорации»)

### **5.4. Занятие «Возьмите мою визитку»**

- Теоретическая мини-лекция с презентацией «Секреты хорошей визитки»
- Игра «Чья визитка?»
- Практика (разработка визитки «Корпорации»)

### **5.5. Занятие «Mock-up»**

- Теоретическая мини-лекция с презентацией «Что такое mock-up?»
- Практическое занятие «Свой мокап»
- Практика (разработка мокапа кружки и футболки «Корпорации», изготовление по одному продукту - кружки и футболки).

### **5.6. Занятие «Мастер презентаций»**

- Теоретическая мини-лекция «Мастер презентаций»
- Подготовка итоговой презентации проекта «Брендбук. Standard» (Защита проекта на отчетном аттестационном мероприятии «Проектная ярмарка»)

## **6. Содержание курса**

### **Занятие 1 «Out of the box»:**

<b>Этапы</b>	<b>Содержание</b> (Описание деятельности педагога)	<b>Примечание</b> (Описание деятельности обучающихся, пояснения по играм и т.д.)
<b>Организационный момент</b>	Приветственное слово (по необходимости знакомство с педагогом-организатором, проводящим занятие вместе с педагогом дополнительного образования)	
<b>Актуализация знаний обучающихся.</b>	Наставник (педагог ДО) подчеркивает важность тех знаний, умений и навыков, которыми дети уже овладели в процессе прошлых занятий.	Стимулирование к дальнейшей продуктивной деятельности, формируется мотив.
<b>Тезисно обо всем курсе</b>	Наставник (педагог-организатор) поясняет, какова цель данного курса, какие поставлены задачи и что полезного курс перенесет	От обучающихся могут последовать интересующие их вопросы

	<p>обучающимся в контексте учебной программы и возможной последующей профессиональной деятельности.</p> <p>Цель курса (формулировка для обучающихся) - создать уникальный пакет продукции в разработанном фирменном стиле и получить опыт работы настоящим дизайнером, развивая креативность и навыки работы в команде.</p> <p>Задачи соотносятся с указанными в пункте II, но могут быть сформулированы более конкретно, сообразно возрасту обучающихся и с уклоном в практическую полезность получаемых знаний. Например:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- научиться решать типичные для дизайнера проблемные вопросы работы с заказчиком,</li> <li>- познакомиться с новыми инструментами и ресурсами, помогающими работе дизайнера и т.д.</li> </ul>	<p>практическом применении полученных знаний и навыков.</p> <p>Цель и задачи формулируются в формате «вопрос-ответ» самими обучающимися при поддержке наставников.</p>
<b>Мини-лекция «Что такое брендбук?» (с презентацией)</b>	<p>Обучающимся раскрывается следующий материал:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- что такое брендбук</li> <li>- зачем нужен брендбук и какие бывают разновидности (минимальный, стандартный, комплексный), что они в себя включают</li> <li>- примеры удачных брендбуков из мировой практики, их разбор</li> <li>- что будет включать в себя брендбук, который будут разрабатывать обучающиеся</li> </ul>	<p>На каждый вопрос, который раскрывает наставник, сначала предлагается ответить обучающимся самостоятельно.</p>
<b>Вводная к игре «Корпорация»</b>	<p>На протяжении всего курса обучающиеся разрабатывают фирменный стиль своей собственной «Корпорации», главная миссия, особенности организации и фирменного стиля которой будут разработаны в игре «Корпорация» (стоит задать</p>	

	обучающимся такой вопрос: «Как наша команда в будущем сможет сделать классный дизайн для кого-то другого и решить тем самым его проблемы, если мы сначала не поймем кто мы, как решать свои проблемы и какой мы хотим дизайн для себя?»).	
<b>Пауза</b>	Перерыв, желательно с некоторой двигательной активностью (с учетом возраста обучающихся и ограничительных мер по предотвращению распространения коронавирусной инфекции)	
<b>Игра «Корпорация» (мозговой штурм)</b>	<p>Суть игры:</p> <p>1. наставник ставит задачу придумать несколько вариантов названий нашей проектно-дизайнерской фирмы. Не менее 5–6 вариантов записываются на LED-панели, затем вся группа голосует (1 обучающийся — 1 голос), и так выбирается название «Корпорации», затем - ее слоган, масштаб и основное направление.</p> <p>2. задача: каждая «рабочая группа» решает один из четырех проблемных вопросов. Каждая проблема имеет свой символ, который зарисовывается на LED-панели под выбранным названием «Корпорации» и ее слоганом:</p> <p>«квадрат» - проблемы с порядком (как сделать так, чтоб отчеты поступали вовремя, заказы поставщиков приходили исправно и т. д.),</p> <p>«круг» - проблемы с общением (как сделать так, чтоб подчиненные были довольны начальством, сотрудники в офисах по стране не конфликтовали, не было утечки кадров и т. д.),</p> <p>«треугольник» - проблемы с достижением цели (ставим конкретную цель и вопрос как достичь ее, например, как открыть</p>	<p>Дети придумывают названия, объясняя по возможности свой выбор (слоган, масштаб и некоторые особенности деятельности дети определяют коллективно после голосования).</p> <p>Работа в подгруппах: дети разбиваются на «рабочие группы», по 3–4 человека.</p> <p>Ключевые формулировки проблемных вопросов остаются неизменными для любой группы обучающихся (проблемы с порядком, общением, креативом, достижением цели) — но под каждую «Корпорацию» выбирается одна конкретная формулировка, которая начинается с вопросительного слова «КАК».</p>



	<p>еще 50 офисов по стране, как повысить доходы на 100 % в след. году, как сократить расходы на печатную продукцию и т. д.), «спираль» - проблемы с креативом (как сделать самый креативный сайт или самую оригинальную рекламу, как сделать так, чтобы нас точно запомнил клиент и т. д.).</p> <p>Рядом с каждым символом желательно кратко записать поставленный проблемный вопрос.</p> <p>3. каждой группе дается 1–2 ручки и 1 лист А4 с нарисованным в углу символом проблемного вопроса. Детям объясняется суть метода генерации идей «мозговой штурм» (записываются все идеи, не отбрасывая даже самые безумные, далее следует обмен идеями и их дополнение)</p> <p>4. каждая рабочая группа пишет варианты решения проблемы на своем листе за определенный отрезок времени (отводится 4 минуты). Затем обмен листами по кругу и дополнение идей предшествующей группы — 3 минуты, затем процесс повторяется еще дважды (по 3 и 4 минуты соответственно, время может быть увеличено). Т.о. каждая группа на небольшой отрезок времени стала «рабочей» по каждому из вопросов.</p> <p>5. после возвращения всех листов на первоначальную точку, идеи зачитываются вслух одним из представителей каждой группы, все варианты обсуждаются, листы собираются и сохраняются. В ходе подведения итогов игры обсуждается «миссия» «Корпорации», ее правила взаимодействия с целевой</p>	<p>Может быть один записывающий варианты решений проблемных вопросов, а остальные озвучивают идеи, либо по очереди каждый записывает свою идею сам. Для детей с низким уровнем активности и вовлеченности в процесс желательно поставить нижнюю границу количества идейных решений на каждую группу (не менее 4х — на первый отрезок времени, не менее 3х дополнительных — на второй, не менее 2х — на третий и четвертый).</p> <p>Итог: дети повторно озвучивают название «Корпорации», ее слоган, определяют, какие решения наиболее эффективны (можно выделить текстовыделителем).</p>
--	---	---

	аудиторией.	
<b>Подведение итогов. Рефлексия.</b>	Анализируются даже самые небольшие достижения обучающихся, обсуждаются самые сложные моменты работы и что понравилось больше всего. Оценка сотрудничества. Перспективы дальнейшей работы.	Уборка рабочих мест

## Занятие 2 «ЛОГО-go»:

<b>Этапы</b>	<b>Содержание</b> (Описание деятельности педагога)	<b>Примечание</b> (Описание деятельности обучающихся, пояснения по играм и т.д.)
<b>Организационный момент</b>	Приветственное слово.	
<b>Актуализация знаний обучающихся.</b>	Тезисно обучающимся напоминает о содержании предшествующего занятия (задаются наводящие вопросы).	Обучающиеся отвечают, что такое брендбук, что будет разработано ими в ходе курса, как называется их «Корпорация», какой у нее слоган, какие были основные проблемы и какие предложены решения.
<b>Мини-лекция «ЛОГО-go» (с презентацией)</b>	Обучающимся раскрывается следующий материал: - что такое логотип и фирменный знак, в чем их отличие - что такое логобук - история трансформации логотипов известных брендов - разновидности и составляющие логотипа, роль шрифта, формы и цвета - как разработать логотип (этапы работы с заказчиком по методике дизайн-мышления: эмпатия, фокусировка, генерация идей, прототипирование, тестирование), объясняются такие понятия как	На каждый вопрос, который раскрывает наставник, сначала предлагается ответить обучающимся самостоятельно.

	карта эмпатии, дизайн-мышление и проч.	
<b>Вводная к игре «Дизайнер, сделай логотип»</b>	<p>На одном из финальных слайдов презентации показаны варианты того, какими теоретически могут оказаться заказчики — крайне малопонятными среднестатистическому человеку, с неконкретной целью и неясными предпочтениями и т. д. (на слайде кадры из мультсериала, показывающие возможные параллельные вселенные).</p> <p>Цель игры — провокация креативного мышления и разрыв мыслительных паттернов, что достигается за счет абсурдной на первый взгляд задачи. Детям поясняется, что чем сложнее задача стоит перед творческим человеком — тем лучше.</p>	
<b>Игра «Дизайнер, сделай логотип».</b>	<p>Суть игры:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>каждая команда — это рекламное или дизайнерское агентство, которое должно будет разработать логотип для выдуманной компании.</li> <li>придумываем заказчика — определяем главное направление деятельности компании, ее масштаб, форму организации, некоторые стилистические предпочтения. Всё вышеперечисленное определяется по вытянутым жребием карточкам. Карточки поделены на 6 групп по цветам:  оранжевый — что делает компания  желтый — с чем  розовый — масштаб  голубой — главная проблема компании  красный — какая это компания (некоторые ключевые моменты)  зеленый — компании хотелось бы, чтоб логотип был...</li> </ol>	<p>Дети разбиваются на 2 равные команды</p> <p>Например, при вытягивании карточек может быть «собран» такой заказчик: <b>межгалактическая корпорация</b>, которая занимается <b>выпечкой мебели</b>, главная проблема которой <b>«наш старый логотип скучный»</b>. Фирма <b>хочет расширить сферу услуг</b>, у них <b>директор суровый и строгий</b>, они <b>ориентируются на взрослых</b>. Пожелания по логотипу: <b>все оттенки розового – это плохо</b>, нравится, что <b>делает студия</b></p>

	<p>3. из каждой стопки вытягивается одна карточка, из красной и зеленой — по три карточки. название компании-заказчика придумывается наставниками исходя из направления ее деятельности. На все вопросы «дизайнеров» (обучающихся) от лица заказчика отвечают наставники. Основные сведения о компании записываются на флипчарте.</p> <p>4. задача: команды делают зарисовку логотипа карандашами или маркерами для скетчинга на бумаге. Время выполнения - 15 минут, материалы — бумага, карандаши, ручки, маркеры.</p> <p>5. команды по очереди показывают и поясняют свои эскизы.</p>	<p>Лебедева, буквы и цифры – это хорошо (но немного).</p>
<b>Пауза</b>	<p>Перерыв, желательно с некоторой двигательной активностью (с учетом возраста обучающихся и ограничительных мер по предотвращению распространения коронавирусной инфекции)</p>	
<b>Практика (разработка логотипа для своей «Корпорации»)</b>	<p>Основываясь на полученных теоретических знаниях и практических навыках, обучающиеся создают логотип своей «Корпорации», название и слоган которой были придуманы на первом занятии.</p> <p>Ресурсы для работы: программы Adobe Photoshop, CorelDRAW, Интернет (в том числе <a href="http://www.canva.com">www.canva.com</a>, <a href="http://turbologo.ru">turbologo.ru</a>, <a href="http://ru.wix.com">ru.wix.com</a>).</p>	<p>Командная работа.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- поиск референсов в интернете,</li> <li>- коллективное продумывание основного концепта.</li> </ul> <p>Работа по подгруппам:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разбившись на подгруппы по 3–5 человек, с помощью разных ресурсов и редакторов обучающиеся создают 3-4 варианта логотипа.</li> </ul> <p>Итог: выбор итогового лучшего логотипа из разработанных в</p>

		подгруппах вариантов.
<b>Подведение итогов. Рефлексия.</b>	Анализируются даже самые небольшие достижения обучающихся, обсуждаются самые сложные моменты работы и что понравилось больше всего. Оценка сотрудничества. Перспективы дальнейшей работы.	Уборка рабочих мест

### Занятие 3 «Поиграть со шрифтами»:

<b>Этапы</b>	<b>Содержание</b> (Описание деятельности педагога)	<b>Примечание</b> (Описание деятельности обучающихся, пояснения по играм и т.д.)
<b>Организационный момент</b>	Приветственное слово.	
<b>Актуализация знаний обучающихся.</b>	Тезисно обучающимся напоминается о содержании предшествующего занятия (задаются наводящие вопросы).	Обучающиеся отвечают, что такое логотип и фирменный знак, зачем они нужны, что стоит учитывать при их разработке. Возвращаются к разработкам прошлого занятия.
<b>Мини-лекция «Шрифт и цвета в фирменном стиле и логобуке» (с презентацией)</b>	Обучающимся раскрывается следующий материал: - что такое шрифт, гарнитура и леттеринг - история трансформации логотипов (текстовой части) известных брендов - наиболее популярные шрифты и гарнитуры - роль различных элементов, формы и цвета в использовании шрифтов - как выбрать нужный шрифт (вспоминаем этапы разработки логотипа по методике дизайн-мышления) - еще раз повторяем, что такое логобук	На каждый вопрос, который раскрывает наставник, сначала предлагается ответить обучающимся самостоятельно.
<b>Вводная к игре</b>	Наставник еще раз коротко говорит	

<b>«Курица лапой»</b>	<p>о роли цвета и формы в логотипе, показывает различные примеры фирменных шрифтов и авторских надписей и подписей, хорошим примером авторской надписи может являться граффити.</p> <p>Цель игры — создать эскиз надписи (одно слово) и попытаться донести определенный смысл не только вербальным способом (текстом). Обучающимся будет необходимо проявить креатив, личные эстетические предпочтения и интересы, применить полученные на лекции знания (о смысле цвета формы и т.д.).</p>	
<b>Игра лапой» «Курица</b>	<p>Суть игры:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>каждый обучающийся придумывает слово, которое для него по некоторой причине имеет определенный смысл, говорить другим участникам это слово нельзя.</li> <li>задача: написать это слово так, чтобы оно не читалось напрямую и другим участником игры было сложно его разгадать (но буквы и их порядок всё равно должны угадываться, хотя бы интуитивно).</li> </ol> <p>Время выполнения - 15–20 минут, материалы — бумага, карандаши, ручки, маркеры.</p> <p>Важно: смысл, который хотят донести обучающиеся должен передаваться не только словом, но и формой букв, их цветами и расположением.</p> <p>3. обучающиеся показывают свои «слова» другим участникам игры, которые стараются его разгадать</p>	<p>В этой игре дети работают индивидуально, в роли «сам себе заказчик».</p> <p>Можно дать возможность детям не только разгадать слово, но и попытаться объяснить выбор цветов, форм и т.д.</p>
<b>Пауза</b>	<p>Перерыв, желательно с некоторой двигательной активностью (с учетом возраста обучающихся и ограничительных мер по</p>	

	предотвращению распространения коронавирусной инфекции)	
<b>Практика (разработка логобука «Корпорации»)</b>	<p>Основываясь на полученных теоретических знаниях и практических навыках, обучающиеся создают логобук своей «Корпорации».</p> <p>Обучающиеся создают не более 5-6 страниц логобука, включающих титульную страницу (обложку) и различные комбинации употребления логотипа:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- в цвете (первоначальный вариант и инверсия);</li> <li>- черно-белый вариант (с инверсией);</li> <li>- одна страница - логотип со слоганом и без;</li> <li>- одна страница - фирменный шрифт и гарнитура.</li> </ul> <p>Обучающиеся создают логобук в электронном виде, затем печатают его и брошюруют.</p> <p>Ресурсы для работы: CorelDRAW, Интернет (в том числе <a href="http://www.canva.com">www.canva.com</a>, <a href="http://turbologo.ru">turbologo.ru</a>, <a href="http://ru.wix.com">ru.wix.com</a>), принтер, плотная бумага, брошюровщик.</p>	<p>Командная работа:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- поиск референсов в интернете,</li> <li>- коллективное продумывание концепта.</li> </ul> <p>Работа в подгруппах по 3–4 человека:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оформление различных страниц логобука,</li> <li>- сведение результата, (приведение логобука к стилистическому единообразию).</li> </ul> <p><i>Итог:</i> печать логобука, обучение работе с брошюровщиком.</p>
<b>Подведение итогов. Рефлексия.</b>	Анализируются даже самые небольшие достижения обучающихся, обсуждаются самые сложные моменты работы и что понравилось больше всего. Оценка сотрудничества. Перспективы дальнейшей работы.	Уборка рабочих мест

#### Занятие 4 «Возьмите мою визитку»

<b>Этапы</b>	<b>Содержание</b> (Описание деятельности педагога)	<b>Примечание</b> (Описание деятельности обучающихся, пояснения по играм и т.д.)
<b>Организационный момент</b>	Приветственное слово.	

<b>Актуализация знаний обучающихся.</b>	Тезисно обучающимся напоминает о содержании предшествующего занятия (задаются наводящие вопросы).	Обучающиеся отвечают, что такое логобук, фирменный шрифт, гарнитура и леттеринг, их роли в формировании фирменного стиля. Возвращаются к разработкам прошлого занятия.
<b>Мини-лекция «Секреты хорошей визитки» (с презентацией)</b>	Обучающимся раскрывается следующий материал: - что такое визитка - составляющие визитки (что обязательно должно быть) - «правила хорошего тона» в оформлении визитки - роль цветов, шрифтов, дополнительных элементов, материала в использовании и изготовлении визитки - примеры хороших, оригинальных и плохих визиток.	На каждый вопрос, который раскрывает наставник, сначала предлагается ответить обучающимся самостоятельно.
<b>Вводная к игре «Чья визитка?»</b>	Наставник еще раз коротко говорит о роли цветов, шрифтов, расположении элементов на визитке и о том, что макеты любой типографики, которые дизайнер предлагает заказчику, должны соотноситься с его деятельностью.  Цель игры — создать макет визитки, применяя не только полученные на занятиях знания, но и опираясь на свой кругозор и креативность.	
<b>Игра «Чья визитка?»</b>	Суть игры: 1. обучающиеся разбиваются на небольшие команды. Каждая команда посредством жеребьевки (не глядя, вытягивают карточку с именем) определяет, чью визитку им необходимо смакетировать.  2. задача: создать 2 изображения визитки - с именем заказчика и без. Заказчик может быть известной исторической личностью, литературным или киногероем,	Обучающиеся разбиваются на команды по 2–3 человека.  При выполнении данного упражнения обучающиеся должны применять не только имеющиеся



	<p>персонажем из мультфильма (Фараон Тутанхамон, Мерлин Монро, Сальвадор Дали, Гарри Поттер, Терминатор, Эркюль Пуаро, Альберт Эйнштейн, Винни Пух и т. д.).</p> <p>Называть своего «заказчика» участникам других команд нельзя.</p> <p>Время выполнения - 15–20 минут, выполнять макет можно в любой программе или на любом Интернет-ресурсе.</p> <p>3. обучающиеся выводят на LED-панель сначала изображение визитки без имени, затем, после того как «заказчик» угадан — полную версию изображения (визитку с именем).</p>	<p>практические навыки и теоретические знания из лекции, но и опираться на свой кругозор (по необходимости использовать Интернет-источники), чтобы лучше понять «заказчика» и, как следствие, более четко представить стилистику макета визитки.</p>
<b>Пауза</b>	<p>Перерыв, желательно с некоторой двигательной активностью (с учетом возраста обучающихся и ограничительных мер по предотвращению распространения коронавирусной инфекции)</p>	
<b>Практика (разработка визитки «Корпорации»)</b>	<p>Основываясь на полученных теоретических знаниях и практических навыках, обучающиеся создают визитку своей «Корпорации».</p> <p>Обучающиеся создают макет визитки «Корпорации» (можно сделать 2 варианта — на русском и на английском языках, с чем может помочь педагог, который ведет в МАОУДО «Северный Кванториум» занятия по английскому языку):</p> <p>Ресурсы для работы: CorelDRAW 2021, Интернет (в том числе <a href="http://www.canva.com">www.canva.com</a>), принтер, плотная бумага, фотобумага, резак для бумаги.</p>	<p>Командная работа.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- поиск референсов в интернете,</li> <li>- коллективное продумывание концепта, ВАЖНО учитывать логобук.</li> </ul> <p>Работа в подгруппах:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разбившись на 2–3 подгруппы, обучающиеся создают 2–3 варианта визиток,</li> <li>- выбирают один финальный вариант,</li> </ul> <p>Итог: печать 2–3 листов А4 с визитками, обучение работе с резак для бумаги.</p>
<b>Подведение итогов. Рефлексия.</b>	<p>Анализируются даже самые небольшие достижения обучающихся.</p> <p>Оценка</p>	<p>Уборка рабочих мест</p>

	сотрудничества. Перспективы дальнейшей работы.	
--	--	--

## Занятие 5 «Mock-up»

Этапы	Содержание (Описание деятельности педагога)	Примечание (Описание деятельности обучающихся, пояснения по играм и т.д.)
<b>Организационный момент</b>	Приветственное слово.	
<b>Актуализация знаний обучающихся.</b>	Тезисно обучающимся напоминает о содержании предшествующего занятия (задаются наводящие вопросы).	Обучающиеся отвечают, что такое визитка, какие элементы должны быть обязательно и чего быть не должно, вспоминают что такое фирменный стиль и в чем он может проявляться. Возвращаются к разработкам прошлого занятия.
<b>Мини-лекция «Что такое mock-up?» (с презентацией)</b>	Обучающимся раскрывается следующий материал: - что такое mock-up (если коротко — визуализация того, как будет выглядеть брендовый продукт заказчика в реальности) - для чего нужны мокапы - история (что раньше заменяло цифровые изображения, которые используют, чтобы показать заказчику дизайн фирменного стиля на объектах реального мира) - как сделать так, чтоб мокап работал (качество выполнения, стилистика, релевантность, концепт) - примеры удачных и неудачных мокапов - ресурсы, помогающие работать с мокапами	На каждый вопрос, который раскрывает наставник, сначала предлагается ответить обучающимся самостоятельно.
<b>Вводная к практическому занятию «Свой</b>	Наставник еще раз коротко говорит о важности правильно подобранного дизайна и концепта	

<b>мокап»</b>	<p>мокапа, учете особенностей бренда заказчика (к примеру, если мы макетируем футболку для бренда «Смешарики», мы не будем изображать «мокапить» на футболке взрослого мужчины и т. д.).</p> <p>Цель упражнения — тренировка навыков по созданию мокапов в Adobe Photoshop, развитие креативности.</p>	
<b>Практическое занятие «Свой мокап»</b>	<p>Суть занятия:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. обучающиеся могут работать индивидуально или разбившись на пары.</li> <li>2. задача: создать один мокап (можно 2–3 цветовых решения).</li> <li>3. каждый обучающийся (пара) выбирает объект для мокапа (кружка, футболка, пакет, коробка и т. д.) и реальный бренд, для которого он его создает.</li> </ol> <p>Время выполнения - 20 минут, работа осуществляется в Adobe Photoshop с помощью Интернет-ресурсов <a href="http://freemockup.ru">freemockup.ru</a>, <a href="http://www.freepik.com">www.freepik.com</a>.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. обучающиеся демонстрируют мокапы на LED-панели, объясняя свой выбор дизайна и общего концепта мокапа.</li> </ol>	<p>При выполнении данного упражнения обучающиеся должны применять имеющиеся практические навыки, теоретические знания из лекции, а также при создании мокапа учитывать особенности выбранного бренда.</p>
<b>Пауза</b>	<p>Перерыв, желательно с некоторой двигательной активностью (с учетом возраста обучающихся и ограничительных мер по предотвращению распространения коронавирусной инфекции)</p>	
<b>Практика (разработка мокапов для «Корпорации»)</b>	<p>Основываясь на полученных теоретических знаниях, практических навыках и созданном ранее логобуке, обучающиеся в двух подгруппах (одна подгруппа — один продукт) создают для своей «Корпорации»:</p>	<p>Командная работа:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка общего концепта мокапов (и, соответственно, будущих продуктов), при ОБЯЗАТЕЛЬНОМ учете логобука,</li> </ul>

	<p>- мокапы футболки и кружки. При наличии времени можно создать 2–3 цветовых решения (например, белая, желтая и красная футболка/кружка), но обязательно один из вариантов — белый (он и выполняется в первую очередь!)</p> <p>- готовые продукты: одну кружку и одну футболку (цвет основы — белый).</p> <p>Ресурсы для работы: Adobe Photoshop, CorelDRAW, Интернет (в том числе freemockup.ru, www.freepik.com), принтер, бумага для термопереноса (на ткань и на твердую поверхность, термопресс (на цилиндрический объект и на плоскость).</p>	<p>- синхронизация дизайнов кружки и футболки (привести к стилистическому единообразию).</p> <p>в подгруппах:</p> <p>- поиск референсов в интернете,</p> <p>- разработка мокапа (кружки или футболки),</p> <p>Итог: изготовление футболки и кружки, обучение работы с бумагой для термопереноса и с прессом для термопереноса.</p>
<b>Подведение итогов. Рефлексия.</b>	<p>Анализируются даже самые небольшие достижения обучающихся, обсуждаются самые сложные моменты работы и что понравилось больше всего. Оценка сотрудничества. Перспективы дальнейшей работы.</p>	Уборка рабочих мест

## Занятие 6 «Мастер презентаций»

<b>Этапы</b>	<b>Содержание</b> (Описание деятельности педагога)	<b>Примечание</b> (Описание деятельности обучающихся, пояснения по играм и т.д.)
<b>Организационный момент</b>	Приветственное слово.	
<b>Актуализация знаний обучающихся.</b>	<p>Наставник вместе с обучающимся коротко обсуждает их достижения последних занятий и тезисно записывает на LED-панели или флипчарте:</p> <p>- образовательные результаты курса</p> <p>- продуктовые результаты курса</p>	<p>Обучающиеся вспоминают, какие навыки они развили или приобрели в ходе занятий и какие продукты получили (логотип, визитки, логобук, кружка, футболка).</p>

<b>Мини-лекция «Мастер презентаций» (с презентацией)</b>	<p>Обучающимся раскрывается следующий материал:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- что (минимально) должно быть в презентации проекта</li> <li>- роль презентации в продвижении проекта и продукта</li> <li>- правила хорошей презентации</li> <li>- примеры эффективных презентаций</li> <li>- ресурсы позволяющие быстро создать стильную презентацию</li> </ul>	<p>На каждый вопрос, который раскрывает наставник, сначала предлагается ответить обучающимся самостоятельно.</p>
<b>Вводная к практическому занятию по созданию презентации «Брендбук. Standard»</b>	<p>Наставник еще раз коротко говорит о роли хорошей презентации в продвижении своей идеи (в том числе, для конкретной группы обучающихся и их последующего участия в «Проектной ярмарке»)</p> <p>Цель занятия — создание презентации, максимально позитивно и выгодно отражающей все сферы деятельности обучающихся в ходе реализации проекта «Брендбук. Standard» и их результаты.</p> <p>Наставник подробно поясняет последний слайд, который остается открытым на протяжении всего практического занятия. На нем описана структура презентации (по слайдам, сообразно шаблону презентации «Проектной ярмарки»), которую должны подготовить обучающиеся:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. титульный слайд</li> <li>2. краткое описание проекта</li> <li>3. проблемная ситуация и актуальность проекта</li> <li>4. цель проекта</li> <li>5. задачи проекта</li> <li>6. целевая аудитория</li> <li>7. этапы реализации проекта</li> <li>8. ресурсы проекта</li> <li>9. смета проекта</li> <li>10. результаты проекта</li> </ol>	<p><b>ВАЖНО!</b></p> <p>Данный шаблон презентации в этом виде нужен только для участия в Проектной ярмарке МАОУДО "Северный Кванториум" (если потребности в ней нет, то наилучшим вариантом будет создание более творческой презентации, для примера - <a href="https://why.esprezo.ru/like">https://why.esprezo.ru/like</a>)</p> <p>При заполнении по шаблону обучающимся объясняется, что творческая и оригинальная презентация хорошо —</p>

	11. команда проекта (по задачам) 12. контакты	но иногда есть требования и рамки, которые необходимо соблюдать.
<b>Пауза</b>	Перерыв, желательно с некоторой двигательной активностью (с учетом возраста обучающихся и ограничительных мер по предотвращению распространения коронавирусной инфекции)	
<b>Практическое занятие по созданию презентации «Брендбук. Standard»</b>	<p>Суть занятия:</p> <p>1. обучающиеся делятся на четыре подгруппы, каждая подгруппа выбирает несколько слайдов для заполнения. Стоит пояснить обучающимся, что некоторые слайды близки по смыслу и целесообразно выбирать их вместе (например, задачи и этапы, смета и ресурсы, цель с задачами и результаты и т.д.)</p> <p>2. задача: заполнить шаблон презентации по проекту «Брендбук. Standard» для представления своей работы экспертам «Проектной ярмарки»</p> <p>3. при поддержке наставников каждая подгруппа заполняет свои слайды</p> <p>Время выполнения - 25 минут, работа осуществляется в PowerPoint (можно дополнительно использовать сторонние ресурсы — иные программы и Интернет)</p> <p>4. выбирается ответственный, кто сводит все слайды в одну презентацию.</p> <p>5. коллективный просмотр итоговой презентации, внесение правок.</p>	<p>В первую очередь при распределении заполняемых слайдов необходимо ориентироваться на пожелания той или иной подгруппы, но при низком уровне вовлеченности обучающихся в процесс наставник вправе сам определить, какая подгруппа какие слайды будет заполнять.</p> <p>При наличии времени крайне желательно обсудить с обучающимися, как они бы оформили презентацию, если бы у них не было рамок и шаблона.</p>
<b>Подведение итогов. Рефлексия.</b>	Анализируются даже самые небольшие достижения обучающихся, обсуждаются самые сложные моменты работы и что	Уборка рабочих мест

	понравилось больше всего. Оценка сотрудничества. Перспективы дальнейшей работы.	
--	---	--

## **Список источников:**

1. Оформление брендбуков. Примеры.  
<https://mediaaid.ru/blog/instructions/oformlenie-brendbukov/>
2. Что такое брендбук и зачем он нужен?  
[https://skillbox.ru/media/design/что\\_такое\\_brendbuk\\_i\\_zachem\\_on\\_nuzhen/](https://skillbox.ru/media/design/что_такое_brendbuk_i_zachem_on_nuzhen/)
3. Что такое брендбук: основные элементы и примеры.  
<https://koloro.ru/blog/brending-i-marketing/что-такое-brandbook-osnovnie-elementi-i-primery.html>
4. Брендбук: что это, как сделать, что входит, стоимость, примеры.  
<https://postium.ru/brendbuk-что-это-как-сделать/>
5. 25 примеров лучших брендбуков и гайдлайнов.  
<https://brenda.ru/blog-25-luchshih-brendbukov-i-gajdlajnov>
6. Как оживают бренды: роль маскотов в айдентике компаний.  
<https://repinabrading.ru/blog/kak-ojivaut-brendy>
7. Разработка фирменного стиля.  
<https://brenda.ru/identity>
8. Цвет логотипа: как выбрать, психология цветов.  
<https://turbologo.ru/blog/podbor-cveta-logo/>
9. Неоднозначные термины: что такое брендбук, логотип и шрифт на самом деле?  
[https://skillbox.ru/media/design/neodnoznachnye\\_terminy\\_что\\_такое\\_brendbuk\\_logotip\\_i\\_shrift\\_na\\_samom\\_dele/](https://skillbox.ru/media/design/neodnoznachnye_terminy_что_такое_brendbuk_logotip_i_shrift_na_samom_dele/)
10. Шрифт и дизайн фирменного стиля.  
<https://mindrepublic.ru/articles/shrift-i-dizayn-firmennogo-stilya-layfkh/>
11. Что такое логобук и зачем он нужен?  
<https://mediaaid.ru/blog/instructions/что-такое-logobuk/>
12. Шрифт как элемент фирменного стиля  
[https://zg-brand.ru/statiy/firmennyy-stil/shrift\\_kak\\_element\\_firmennogo\\_stilya/](https://zg-brand.ru/statiy/firmennyy-stil/shrift_kak_element_firmennogo_stilya/)
13. Что такое леттеринг и где он применяется?  
[https://skillbox.ru/media/design/что\\_такое\\_lettering\\_i\\_gde\\_on\\_primenyaetsya/](https://skillbox.ru/media/design/что_такое_lettering_i_gde_on_primenyaetsya/)
14. Пять правил хорошей визитки.  
<https://pro-color.ru/blog/pyat-pravil-khoroshey-vizitki/>



15. Что такое мокапы и зачем они дизайнерам?  
[https://skillbox.ru/media/design/chto\\_takoe\\_mokapy\\_i\\_zachem\\_oni\\_dizayneru/](https://skillbox.ru/media/design/chto_takoe_mokapy_i_zachem_oni_dizayneru/)
16. Как создать логотип — пошаговая инструкция от А до Я.  
<https://www.logowiks.com/create-a-logo/>
17. Как создать логотип: полное руководство.  
<https://vc.ru/design/167405-kak-sozdat-logotip-polnoe-rukovodstvo>
18. История логотипов известных брендов.  
<https://idg.net.ua/blog/evolyutsiya-logotipov-populyarnyh-kompanij>
19. Язык формы логотипов — незримый диалог.  
<https://genlogo.com/blog/18/kakie-bivayut-logotipy/>
20. Инструкция для недизайнеров: как правильно создать презентацию.  
<https://tilda.education/articles-how-to-create-presentation>
21. База знаний о презентациях и выступлениях: программы, статьи, чек-листы, видеоуроки.  
[https://www.why.esprezo.ru/learn?utm\\_campaign=main](https://www.why.esprezo.ru/learn?utm_campaign=main)