Шифр	Модуль	Способ освоения		Тема
Э3-1	Этнос-3	**1**	Предметный	Традиционная культура региона
Тема занятия	*Разработка брендбука региона*			
Авторы разработки	*Козлова Е. В., Соколова А. А.*			
Место работы	*ДТДиМ Колпинского района Санкт-Петербурга*			
Дата создания	*17.04.2020*			
Дата размещения на сайте				

Обучающие задачи:

- расширить представления о географии, истории и культуре региона;
- познакомить с этносами региона;
- сформировать представления о бренде и брендинге как сфере профессиональной деятельности.

Развивающие задачи:

- развить познавательный интерес к наследию родного края;
- развить эмоциональную сферу, творческие способности; образное мышление, память, наблюдательность;
- развить информационные и коммуникативные навыки.

Воспитательные задачи:

- способствовать формированию целостного мировоззрения;
- способствовать формированию культурно-исторической памяти, чувства гордости за родной край и его исторические ценности;
- способствовать формированию культурных ориентиров через изучение традиционных ценностей.

ТЕОРИЯ

Термины:

Бренд (англ. *brand* – ‘клеймо’) — уникальное эмоционально-позитивное образ-представление, обусловленное особенностями продукта и его обрамления, ставшее широко известным общественности и принятое определенными группами людей – аудиториями бренда[1]. Бренд можно определить как эмоционально окрашенное представление потребителя о продукте или услуге, их гарантированное качество, способность вызывать позитивные ассоциации, побуждающие к потреблению.

Физическими составляющими (носителями) бренда выступают элементы фирменного стиля:

1) название бренда (англ. *brand name*), слово, словосочетание;
2) логотип (товарный знак) с принципами его построения;
3) палитра фирменных цветов;
4) оригинальная графика, поддерживающая фирменный стиль;
5) набор фраз;
6) мелодия, звуковой фон.

[1] Панкрухин А. П. Бренды и брендинг // Практический маркетинг. № 4 (170). 2011. С. 4 –15. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/brendy-i-brending.

Бренды различают по обозначаемым объектам:

1) товарные (товары и услуги);
2) корпоративные (фирмы, корпорации, холдинги и т. п.),
3) территориальные (бренд страны, региона, города, а также бренды товаров и услуг в связи с наименованием места их происхождения);
4) персональные (бренд личности).

Брендинг – создание, распространение, укрепление, сохранение и развитие бренда с привлечением разносторонних специалистов в области экономики, социологии, психологии, семиотики, дизайна и т. п. Цель брендинга – формирование у потребителей доверия к торговой марке, сохраняющегося длительное время.

Нейминг (англ. *brand name*) – создание имени организации или торговой марки.

Брендбук (англ. *brand book; guideline* – ‘директива’, ‘руководство’) – руководство по фирменному стилю и набор соответствующих изображений, где заложены основы идентификации и правила развития бренда, комплекс философских, стратегических, семантических, визуальных аспектов его функционирования[2].

1. Этапы создания бренда территории (по А. П. Панкрухину с изменениями и дополнениями):

1. Проведение подготовительных исследований территории (природа, история, культура, достопримечательности, редкие и охраняемые виды животных и растений, знаковые места, исторические и современные карты, геральдика, образы, созданные в литературных произведениях, в СМИ и т. д.).
2. Разработка товарного знака, логотипа (нахождение подходящих вариантов в имеющейся базе данных или генерация новых вариантов).
3. Проверка логотипа на целевой аудитории, включая интервьюирование, анкетирование и другие методы, чтобы понять, как реагируют на них потенциальные потребители – целевая аудитория).
4. Регистрация логотипа.
5. Разработка и производство рекламных материалов.

2. Основные этапы создания бренда территории в рамках учебного проектирования:

1. Анализ имеющихся ресурсов (знания, источники информации, их полнота, достоверность).
2. Определение состава команды разработчиков (руководитель, менеджер, географ, историк, этнограф, художник, автор сопроводительного текста, слогана и т. д.).
3. Определение сроков проекта. Выявление ограничивающих факторов.
4. Анализ рыночной ситуации (физико-, социально и экономико-географическая характеристика территории, ассортимент выпускаемой продукции, целевая аудитория (местные жители, российские туристы, зарубежные гости).
5. Анализ предполагаемой целевой аудитории (характеристики, предпочтения). Модели поведения потребителей.
6. Формулирование сущности бренда.

---

[2] Панкрухин А. П. Бренды и брендинг // Практический маркетинг. № 4 (170). 2011. С. 4 –15. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/brendy-i-brending.

7. Разработка атрибутов бренда (имя, логотип или фирменный знак, персонаж или герой, шрифт и т. д.).
8. Разработка мероприятий по продвижению бренда.
9. Представление бренда заказчику.

3. Создание брендбука региона

Брендбук (англ. brand book) описывает элементы фирменного стиля и отражает ценности региона, развиваемые виды туризма, принципы деятельности предприятия. Это официальный документ компании (города, региона), в котором описывается концепция бренда, атрибуты бренда, целевая аудитория.

Брендбук содержит полное руководство по фирменному стилю, которое включает в себя подробное описание использования каждого фирменного элемента на различных носителях, как рекламных, так и корпоративных.

К элементам фирменного стиля относятся:

– логотип, его стиль, цветовое решение, включая основные и вспомогательные цвета;
– шрифты, цвет букв и текста, в том числе для выделения, подчеркивания, ссылок (основной цвет должен занимать не менее 70%, а акцентный не более 15% от общей массы текста[3]);
– иллюстрации (фотографии, графические иллюстрации, инфографика);
– тональность и стиль коммуникации (обращение на «ты» или «вы»; неформальный, дружеский стиль или серьезный и официальный);
– портрет целевой аудитории – потенциальных потребителей товара, туристов (пол, возраст, статус, интересы, образ жизни.)
– макеты и шаблоны оформления маркетинговых материалов: шаблоны презентаций, писем рассылки, оформления иллюстраций для постов соцсетей и блога;
– макеты оформления визиток;
– сувенирная и корпоративная продукция (ручки, кружки, флешки, блокноты, наклейки, майки для спортивной команды вашей компании, подарочная бумага, в которую заворачиваете подарки партнерам,
– оформление вывески, наружной рекламы, униформа сотрудников;
– уникальная терминология.

4. Особенности Ленинградской области, которые отмечены в геральдике и могут стать идеей бренда территории

1. Природные ландшафты.

Обширная территория, разнообразие природных условий – ландшафты тайги и хвойных лесов с участием широколиственных пород на границы тайги и зоны смешенных лесов; скальные массивы на севере региона, моренные холмистые и пологоволнистые равнины, водно-ледниковые холмы и гряды; плато, сложенные карбонатными породами; разнообразие пейзажей побережий Финского залива, Ладожского и Онежского озер; развитая гидросеть, крупные водотоки Нева, Свирь, Волхов, Нарва (Нарова), Луга, Плюсса.

[3] Создание брендбука с нуля: 42 примера // Canva. [Электронный ресурс]. URL: https://www.canva.com/ru_ru/obuchenie/42-primera-kak-sdelat-brendbuk/ (дата обращения: 15.05.20202).

Географическая геральдика Ленинградской области отражает наличие лесных ресурсов и водных объектов. На официальных гербах муниципальных образований представлены древесные породы таежной зоны: ель (Тосненский, Волховский, Бокситогорский районы, г. Светогорск), сосна (г. Сертолово), береза (г. Приморск – в финский период Койвисто – 'Березовый'). На гербе Колтушской волости изображены характерные природные объекты – холм, озеро, кувшинка белая (Nymphaea alba L.). Герб Лужского района, расположенного на границе тайги и смешанных лесов, украшают две золотые ветви – дуба и любимой жителями Луги и дачниками сирени[4].

Разнообразно представлены в геральдических символах особенности строения гидросети и водные коммуникации (см. сайт Геральдика.ру[5]): золотая парусная ладья на лазурном фоне в гербе Всеволожского района, выходящего к берегам Ладожского озера и реке Неве; белая ладья в гербе Киришского района – символ водного торгового пути из варяг в греки (река Волхов); золотой корабль с серебряными флюгерами в гербе Лодейнопольского района – память о петровском судостроении на реке Свирь. Серебряный волнистый боковик на гербе Сланцевского района указывает на реку Плюссу, впадающую в Нарвское водохранилище. Серебряный трезубец на гербе Волховского района символизирует слияние рек Волхова, Сяси и Паши с Ладожским озером, а волны на гербе Кингисеппского района – низовья Наровы и Луги, двух судоходных рек. Речной якорь показан на гербе Подпорожского района. На богатые рыбные ресурсы реки Луги указывает в гербе Лужского района золотая кадь, внутри которой в серебряной воде обращенная лазоревая рыба (лосось). Выходящий к Финскому заливу Ломоносовский район имеет в гербе золотой якорь в лазури.

2. Исторические и культурные ландшафты.

В регионе представлены сельские культурные ландшафты, сформировавшиеся в системе традиционного природопользования, усадьбы и дворцово-парковые комплексы, современные агроландшафты.

Территория Волосовского и Волховского районов (Ордовикское плато) в раннем средневековье были ядрами славянского освоения Северо-Запада, поэтому в гербе Волосовского района есть элемент древнерусского орнамента – ромбы. С древнеславянским богом скота Велесом (Волосом) связан бык, от имени которого происходят топонимы Волосово и Волосовский район. На гербе Волховского района стилизованно изображен древний курган «Олегова могила». О традиционном захожскоим кружевоплетении напоминает белый пятилистник на гербе Киришского района[6].

Герб Сланцевского района отображает предание, связанное с ранней историей христианизации Руси. Согласно нему, в X веке княгиня Ольга побывала на берегах реки Нарвы. Судно княгини потерпело кораблекрушение, в память о своем спасении она велела установить крест (церковь) на месте древнего погоста и крупного села Ольгин Крест[7] (сейчас урочище Ольгин Крест около д. Степановщина).

---

[4] Ленинградская область – гербы и флаги. [Электронный ресурс]. URL: https://geraldika.ru/i/Ленинградская% 20область (дата обращения: 21.05.2020)

[5] Ленинградская область – гербы и флаги. [Электронный ресурс]. URL: https://geraldika.ru/i/Ленинградская% 20область (дата обращения: 21.05.2020)

[6] Ленинградская область – гербы и флаги. [Электронный ресурс]. URL: https://geraldika.ru/i/Ленинградская% 20область (дата обращения: 21.05.2020)

[7] Герб Сланцевского района // Сланцевский муниципальный район. [Электронный ресурс]. URL: http://slanmo.ru/geral-dika.html (дата обращения: 23.07.2020).

В состав герба Волосовского района, на территории которого расположена усадьба семьи Рерихов Извара, включены три безанта в окружности (знак, который по замыслу Н. К. Рериха должен помещаться на всех памятниках культуры)[8].

Историческая и современная специализация хозяйства региона отражена в гербе Волосовского района – изображены голова быка и колосья, символизирующие животноводство и растениеводство, основу экономики района. Колос есть на гербе Гатчинского района. Герб Тосненнского район содержит изображение подковы – после основания Санкт-Петербурга на этой территории получил развитие извозный промысел.

3. Военно-исторические достопримечательности.

Ленинградская область расположена на западных рубежах России, у северо-западного предела славянского мира и православия, поэтому здесь сохранились оборонительные сооружения разных эпох – от Великого Новгорода и Московии до укреплений Великой Отечественной войны.

О крепостном зодчестве средневековой Руси напоминает герб Кингисеппского района, где в XIV столетии новгородцы основали *город камень Ям* (сама крепость не сохранилась). Герб Приозерска, пограничной крепости Корелы, содержит изображение двух рук в серебряных латах с серебряными мечами. На гербе Сланцевского района лазоревая чешуя символизирует кольчугу, которую носили отважные русские воины, проливавшие кровь за Отечество в сражениях с ливонскими, польско-литовскими, шведскими интервентами. В этих местах проходили войска, возглавляемые Александром Невским и Иваном Грозным[9]. Исторический герб пограничного города Выборга хранит память о шведском периоде в далеком прошлом региона: три короны – национальный геральдический символ Швеции (знак союза королевств Дании, Норвегии и Швеции под верховной властью датских королей, существовавшего в 1397—1523 гг.).

4. Этнокультурное разнообразие.

Для региона характерны многонациональность, многолетнее совместное проживание на территории региона русских, води, ижор, вепсов, финнов-ингерманландцев и представителей других этносов (табл. 1).

Таблица 1

Словарь названий народов Ленинградской области

Этнос, территориальная общность	Группа людей	Мужчина	Женщина
Русские	Русские	Русский	Русская
Водь	Вожане	Вожанин	Вожанка
Ижора	Ижоры, ижорцы	Ижорянин	Ижорка
Вепсы	Вепсы	Вепс	Вепсянка
Финны	Финны	Финн	Финка
Жители Санкт-Петербурга	Петербуржцы	Петербуржец	Петербурженка

[8] Герб Волосовского района // Геральдика.ру. [Электронный ресурс]. URL: https://geraldika.ru/s/19512 (дата обращения: 23.07.2020).

[9] Герб Сланцевского района // Сланцевский муниципальный район. [Электронный ресурс]. URL: http://slanmo.ru/geral-dika.html (дата обращения: 23.07.2020).

ПРАКТИКА

Практическое задание 1.

Порядок выполнения:

1. Ознакомьтесь с брендбуком Ленинградской области (Приложение).
2. Сравните символы гербов муниципальных районов и символику, используемую для продвижения туристских ресурсов региона. Заполните таблицу 2.

Таблица 2

Символика Ленинградской области в геральдике и туристском брендинге региона

Символы	Гербы муниципальных районов	Графические символы разных видов туризма			
		Религиозный туризм	Военно-исторический туризм	Культурно-познавательный туризм	Рекреационный туризм
Дерево					
Солнце					
Храм					
Каменная кладка					
Флаг или флюгер					
Звезда					
Вечный огонь					

3. Сделайте выводы о связи между геральдикой и брендингом территорий.

Практическое задание 2.

Разработка брендбука туристского региона (по выбору)

Порядок выполнения.

1. Определите интересный для Вас регион (часть Ленинградской области или отдельный муниципальный район).
2. Кратко охарактеризуйте природные, историко-культурные военно-исторические и этнические особенности региона.
3. Составьте перечень символов, используемых в геральдике региона.
4. Выделите объекты, которые могут стать символами региона.
5. Определите цветовую гамму, которая наиболее точно передаст особенности региона.
6. Выберите фигуру для логотипа региона.
7. Нарисуйте логотип и составьте краткое обоснование цвета и формы.
8. Разработайте рекламный слоган, отражающий привлекательные для туристов особенности региона.
9. Подберите сувенирные товары, на которые можно нанести логотип региона.
10. Решите, кому такие товары будут интересны.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ

Литература

1. Босова Л. Л. Набор цифровых образовательных ресурсов «Информатика 5–7». М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012.
2. Баторевич Н. И., Кожицева Т. Д. Тайный язык символов. Символы в декоре зданий и сооружений Петербурга Т. Д. -2-е изд., стер. СПб.: Дмитрий Буланин, 2019. 575 с.
3. Бронзовый век: иллюстрированный каталог памятников, памятных знаков, гор. и декоративной скульптуры Ленинграда – Петербурга 1985–2003 гг. / М. Золотоносов. СПб.: Новый Мир Искусства, 2005. 622 с.
4. Визгалов Д. В. Брендинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. 158 с.
5. География и экология Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Учебное пособие для 8–9 классов общеобразовательных школ / Васильева Т. В. и др. М.: МГУ, 2004. 88 с.
6. Гришков В. В. Цвет: легенды, символы, атрибуты: учебное пособие. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургской гос. акад. театрального искусства, 2006. 128 с.
7. Дмитриева Е. В. Санкт-Петербург: пособие по истории города с заданиями и тестами. СПб.: Корона принт, 2014. 334 с.
8. Залогова Л. А. Компьютерная графика. [Электронный ресурс]: практикум. 4-е изд. (эл.). М.: Бином. Лаборатория знаний, 2014. 245 с.
9. Имидж России: концепция национального и территориального брендинга: монография / И. А. Василенко и др.; под ред. И. А. Василенко. М.: Экономика, 2012. 222 с.
10. Калашников, Г. В. Гербы и символы: Санкт-Петербург и Ленинградская область. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: Детство-Пресс, 2020. 48 с.
11. Кирьянова Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций / Учебное пособие. Томск: Томский политехнический университет, 2011.264 с.
12. Калашников Г. В. Гербы и символы: Санкт-Петербург и Ленинградская область. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: Детство-Пресс, 2020. 48 с.
13. Кузвесова Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко: учеб. пособие для академического бакалавриата. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2017. 202 с.
14. Луптон Э. Графический дизайн. Базовые концепции. СПб.: Питер, 2017. 256 с.
15. Основы дизайна и композиции: современные концепции: учеб. пособие для СПО / Е. Э. Павловская и др. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2019. 183 с.
16. Природа Санкт-Петербурга: Научно-популярное издание / Е. М. Нестеров, В. П. Соломин, О. Ф. Дзюба. СПб, ООО Тесса, 2016. 156 с.
17. Панкрухин А. П. Бренды и брендинг // Практический маркетинг. № 4 (170). 2011. С. 4 –15. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/brendy-i-brending.
18. Символы Санкт-Петербурга: альбом-раскраска / сост. В. К. Дмитриев; художники: А. Е. Соловьев, В. Трофимов. СПб.: Корона принт, 2018. 16 с.
19. Симонович С., Евсеев Г., Алексеев. А. Специальная информатика. Учебное пособие. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2003. 480 с.
20. Энциклопедия символов / сост. В. М. Рошаль. М.: АСТ; СПб.: Сова, 2005. 1007 с.

Интернет-источники

1. Об официальных символах Санкт-Петербурга и порядке их использования // Законодательное собрание Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс]. URL: https://www.assembly.spb.ru/ndoc/doc/0/706103696?print=0 (дата обращения: 21.05.2020)
2. Виртуальные лаборатории по информатике. URL: http://school-collection.edu.ru/catalog/rubr/473cf27f-18e7-469d-a53e-08d72f0ec961/109592/?interface=pupil&class=43&subject=19 (дата обращения: 22.05.2020).
3. Ленинградская область – гербы и флаги. [Электронный ресурс]. URL: https://geraldika.ru/i/Ленинградская%20область (дата обращения: 21.05.2020)
4. Ленинградская область. Руководство по использованию элементов фирменного стиля. [Электронный ресурс]. URL: https://travel.lenobl.ru/media/uploads/userfiles/2019/08/09/brend-buk_logotip_1.pdf (дата обращения: 22.05.2020).
5. Материалы авторской мастерской Босовой Л. Л. URL: http://metodist.lbz.ru/authors/informatika/3/ (дата обращения: 22.05.2020).
6. Методическая копилка учителя информатики. URL: http://www.metod-kopilka.ru/ (дата обращения: 22.05.2020).
7. Национальный брендинг и брендинг территорий.URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-special/regions/nation_branding.htm . (дата обращения: 22.05.2020).
8. Ресурсы Единой коллекции цифровых образовательных ресурсов. URL: http://school-collection.edu.ru/ (дата обращения: 22.05.2020).
9. Ресурсы федерального центра информационно-образовательных ресурсов. URL: http://fcior.edu.ru/ (дата обращения: 22.05.2020).
10. Электронные образовательные ресурсы для УМК: http://metodist.lbz.ru/iumk/informatics/er.php#bosova (дата обращения: 22.05.2020).

Приложение

Брендбук Ленинградской области

Логотип Ленинградской области. Силуэт Ленинградской области похож на бабочку, раскинувшую крылья от Ладоги до Балтийского моря. Бабочка — древний символ чистоты и красоты природы. Так, Ленинградская область — удивительный край неповторимых северных красот Приладожья и Карельского перешейка с многочисленными озерами, реками и лесами, протянувшимися по берегам Луги и Волхова.

В стилизованную и упрощенную форму крыльев бабочки вписаны символы, отражающие знаковые направления туризма в области[10]. Заполнение крыльев-секторов меняется в зависимости от применения логотипа по направлениям туризма (рис. 1, 2).

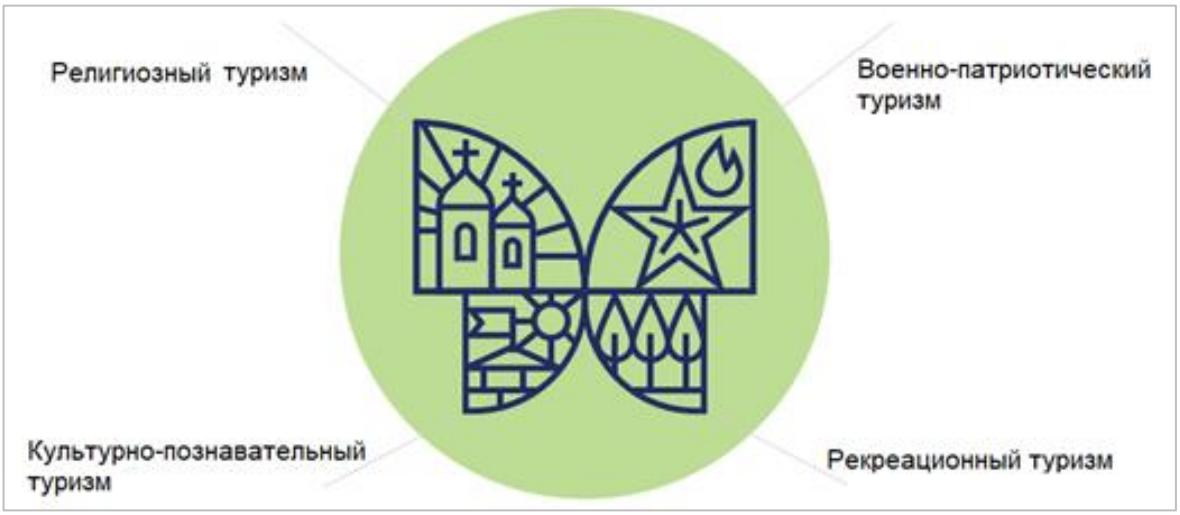

Рис. 1. Логотип Ленинградской области

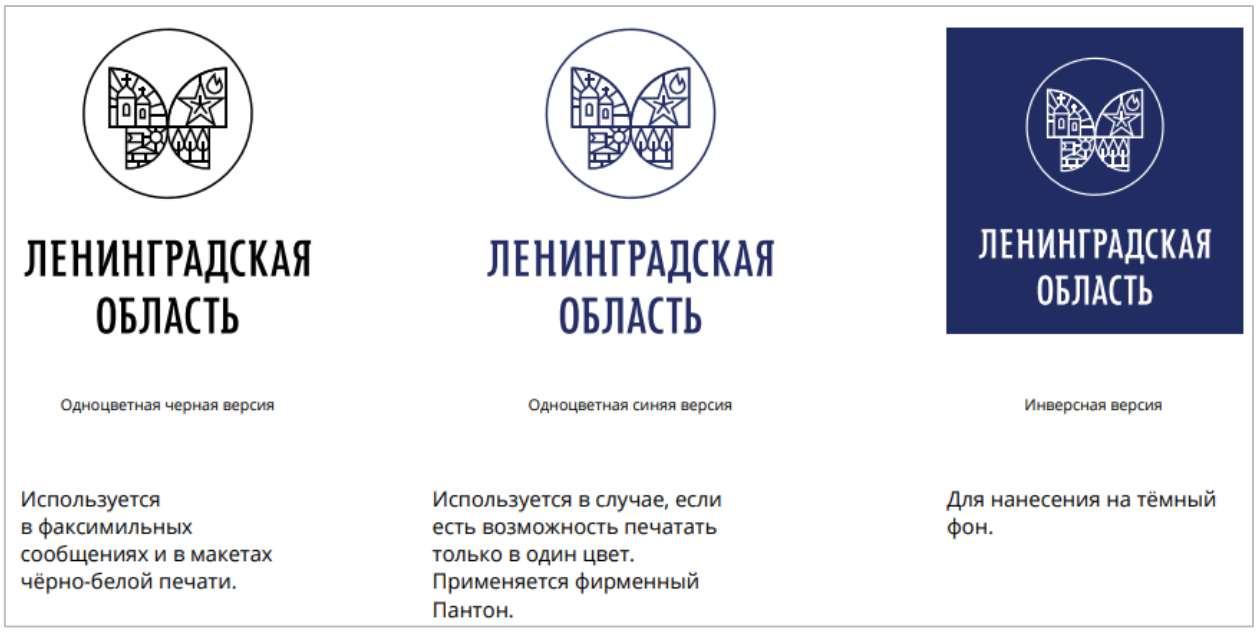

Рис. 2. Одноцветные версии логотипа Ленинградской области

Цветовая гамма обусловлена наличием лесов и водных объектов (рис. 3, 4)

[10] Ленинградская область. Руководство по использованию элементов фирменного стиля. [Электронный ресурс]. URL: https://travel.lenobl.ru/media/uploads/userfiles/2019/08/09/brend-buk_logotip_1.pdf (дата обращения: 22.05.2020).

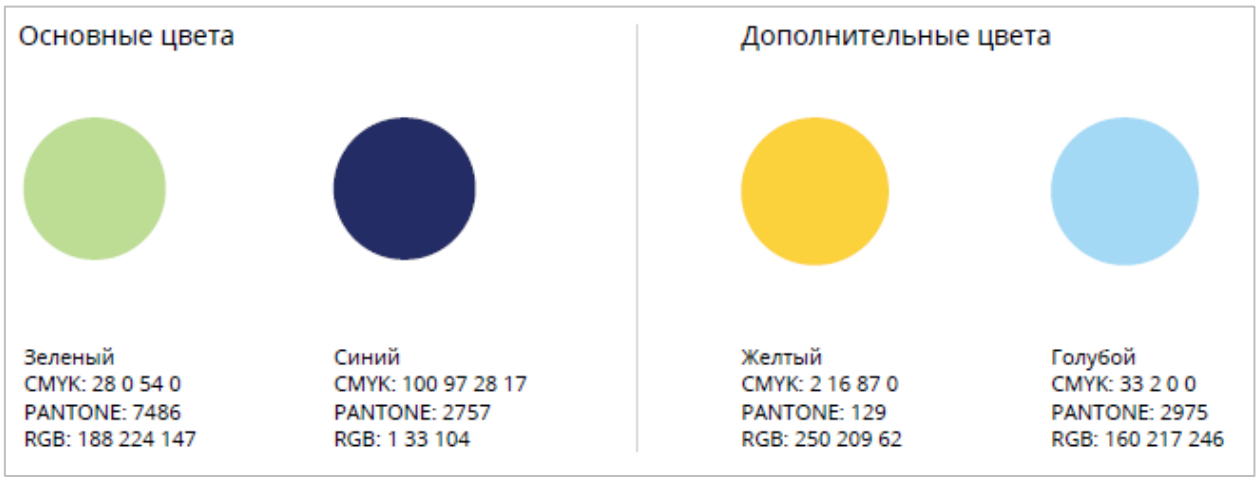

Рис. 3. Цвета, используемые в логотипе Ленинградской области[11]



Рис. 4. Сочетания цветов в паттерне, составленном из крыльев «бабочки»

Контуры крыла «бабочки» используются в силуэте фирменной фоторамки (рис. 5)



Рис. 5. Силуэт фирменной фоторамки состоит из сегментов крыла «бабочки»

[11] Ленинградская область. Руководство по использованию элементов фирменного стиля. [Электронный ресурс]. URL: https://travel.lenobl.ru/media/uploads/userfiles/2019/08/09/brend-buk_logotip_1.pdf (дата обращения: 22.05.2020).

Сувенирная продукция — неотъемлемая часть общего имиджа бренда. Логотип Ленинградской области («бабочки» на зеленом фоне и паттерны) хорошо смотрятся на различных образцах сувенирной и корпоративной продукции (рис. 6)



Рис. 6. Фирменные знаки на популярных товарах, образцах сувенирной и корпоративной продукции: кружка и футболка; чехлы для телефона; сноуборд[12]

[12] Ленинградская область. Руководство по использованию элементов фирменного стиля. [Электронный ресурс]. URL: https://travel.lenobl.ru/media/uploads/userfiles/2019/08/09/brend-buk_logotip_1.pdf (дата обращения: 22.05.2020).