
УТВЕРЖДЕНА

Решением Ученого совета
АНО ВО «Центральный университет»
«25» мая 2026 г.
Протокол № 2

**Рабочая программа дисциплины (модуля)
«Коммуникационный и графический дизайн. Продвинутый уровень»**

Направление подготовки: 54.04.01 Дизайн

Направленность (профиль) подготовки: Проектирование человеческого опыта (Human Experience Design)

Специализация: Коммуникационный и графический дизайн

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Срок освоения программы: 2 года

Год набора: 2026

**Москва
2026**

Содержание

1. Краткая характеристика дисциплины (модуля)	3
2. Перечень планируемых результатов обучения.....	5
3. Тематический план.....	7
4. Содержание дисциплины (модуля).....	7
5. Учебно-методическое обеспечение	8
6. Материально-техническое обеспечение	8
7. Методические и оценочные материалы	10

1. Краткая характеристика дисциплины (модуля)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Коммуникационный и графический дизайн. Продвинутый уровень» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по специальности 54.04.01 Дизайн, профиль «Проектирование человеческого опыта (Human Experience Design)», утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 1004 от 13.08.2020 года.

Изучение дисциплины (модуля) «Коммуникационный и графический дизайн. Продвинутый уровень» формирует современного дизайнера, способного создавать мультимедийные проекты, в которых повествование, бренд и визуальная система работают как единый механизм воздействия.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина (модуль) включена в учебный план по программе подготовки магистратуры по направлению 54.04.01 Дизайн, профиль «Проектирование человеческого опыта (Human Experience Design)» и входит в обязательную часть Блока 1 как дисциплина по выбору, подлежащая обязательному изучению на специализации «Коммуникационный и графический дизайн».

Дисциплина (модуль) изучается на 1 и 2 курсе в 1, 2, 3 и 4 семестрах. Данная программа предназначена для 3-го семестра.

Цель изучения дисциплины (модуля): сформировать у обучающихся способность разрабатывать комплексный коммуникационный проект, в котором нарратив, визуальная система и бренд органично интегрированы в аудиовизуальную форму, а дизайн становится стратегическим инструментом продвижения и интерпретации смысла.

Задачи изучения дисциплины (модуля):

- научить формулировать нарратив как основу визуальной коммуникации и последовательно переводить его в графические формы;
- развить умение создавать целостную визуальную систему проекта — от сториборда и айдентики до постеров, трейлера и рекламной кампании;
- сформировать навык проектирования бренда внутри аудиовизуального произведения, обеспечивающего смысловую и визуальную консистентность;
- освоить применение ИИ-инструментов и стратегических фреймворков для поиска визуального языка, прототипирования и обоснования темы дипломного проекта;
- подготовить студентов к созданию и защите дипломного проекта как единого дизайнерского решения, объединяющего кино, графику и коммуникацию.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

знать:

- как нарратив работает как инструмент коммуникации в проекте по коммуникационному и графическому дизайну;
- как визуальная система проекта связывает айдентику, сториборд, бренд-элементы, постеры, трейлер и рекламную кампанию;
- как бренд может существовать внутри аудиовизуального проекта и поддерживать его смысловую и визуальную логику;
- как ИИ-инструменты могут использоваться для прототипирования, поиска визуального языка и подготовки проектных материалов;
- как стратегические фреймворки и исследование поля помогают обосновать тему дипломного проекта.

уметь:

- формулировать нарратив проекта и переводить его в визуальную систему;
- разрабатывать системы раскадровки (storyboard systems), визуальные референсы и

- прототипы для коммуникационного проекта;
- проектировать бренд внутри кино: айдентику, визуальные элементы, графику, постеры и промоматериалы;
 - создавать рекламную кампанию проекта через фотосюжеты, кинопостеры, трейлер и другие коммуникационные носители;
 - аргументировать выбор темы дипломного проекта через исследование, анализ поля и стратегическое обоснование.

владеть:

- навыком разработки коммуникационного проекта на основе собственного короткометражного фильма или аудиовизуальной идеи;
- навыком создания целостной визуальной системы проекта: от нарратива и сториборда до бренда, постеров и рекламной кампании;
- навыком использования съёмочного процесса как материала для проектирования графической коммуникации, визуального языка и промокампании;
- навыком сбора и защиты проекта как комплексного дизайнерского решения, а не только как фильма;
- умением выбирать и обосновывать тему дипломного проекта с опорой на исследование, контекст, аудиторию и профессиональное поле.

2. Перечень планируемых результатов обучения

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) при проведении учебных занятий в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками Университета и в форме самостоятельной работы обучающихся:

Компетенция	Содержание компетенции	Индикатор компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-3.	Способен разрабатывать концептуальную проектную идею; синтезировать набор возможных решений и научно обосновать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, среда, полиграфия, товары народного потребления); выдвигать и реализовывать креативные идеи	ОПК-3.1.	Знает основы концептуального проектирования и методы научного обоснования дизайнерских решений
		ОПК-3.2.	Умеет создавать и синтезировать инновационные проектные идеи, учитывая функциональные и эстетические потребности пользователей
		ОПК-3.3.	Имеет практический опыт разработки и реализации креативных дизайн-проектов в различных сферах человеческого опыта
ПК-2.	Способен разрабатывать концептуальные и системные решения в области визуальной коммуникации и графического дизайна для формирования целостного образа брендов, проектов и общественных инициатив	ПК-2.1.	Знает теоретические основы визуальной коммуникации, семиотики, типографики, колористики и истории графического дизайна
		ПК-2.2.	Умеет разрабатывать концепции айдентики, визуальные системы и графические языки, обеспечивающие целостность и выразительность коммуникации в различных социокультурных контекстах
		ПК-2.3.	Имеет практический опыт создания бренд-систем, типографических и знаковых решений, навигационных и информационных графических систем для культурных, общественных и коммерческих проектов
ПК-4.	Способен руководить процессом разработки объектов и систем визуальной информации, обеспечивая координацию команды и соблюдение регламентов визуального стиля	ПК-4.1.	Знает основы управления проектами, принципы художественного руководства и разработки регламентов визуальной идентичности
		ПК-4.2.	Умеет планировать и координировать работу команды дизайнеров, контролировать качество и сроки выполнения задач

		ПК-4.3.	Имеет практический опыт руководства проектами в области визуальной коммуникации и внедрения стандартов визуальной коммуникации
ПК-5.	Способен применять методы дизайн-исследований и критический подход для создания инновационных продуктов и сценариев будущего	ПК-5.1.	Знает современные методы дизайн-исследований, спекулятивного и критического дизайна
		ПК-5.2.	Умеет проводить исследовательские проекты, анализировать данные и формулировать инновационные концепции
		ПК-5.3.	Имеет практический опыт разработки прототипов и сценариев, основанных на критическом анализе и футуристических предположениях

3. Тематический план

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Трудоемкость, академические часы				ТКУ (текущий контроль успеваемости)
		Очная форма				
		Аудиторная работа		Контроль	Самостояте льная работа	
		Лекции	Семинары (практичес кие занятия)			
1	Нарратив и визуальная система проекта	8	16	1	20	Кейс
2	Бренд внутри кино	8	16	1	20	Мини-проект
3	Работа с рекламной кампанией	8	16	1	20	Кейс
4	Стратегические фреймворки	3	6	1	16	Мини-проект
5	Дипломный проект	3	6		16	Кейс
	Экзамен			4		Проект
Итого:		30	60	8	92	
Объем дисциплины (модуля) (в ак. ч.)		190				
Объем дисциплины (модуля) (в зач. ед.)		5				

4. Содержание дисциплины (модуля)

№п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание дисциплины (модуля) по темам
1	Нарратив и визуальная система проекта	Нарратив и визуальная система проекта. Нарратив как инструмент коммуникации. Визуальный язык и системы раскадровки. ИИ и прототипирование.
2	Бренд внутри кино	Бренд внутри кино. Доработка бренда внутри кино. Съемки: подготовительный этап. Съемки: операторская работа.
3	Работа с рекламной кампанией	Работа с рекламной кампанией, фотосюжеты с актёрами. Работа с кинопостерами. Трейлер.
4	Стратегические фреймворки	Стратегические фреймворки, исследование поля.
5	Дипломный проект	Выбор темы дипломного проекта. Стратегическое обоснование выбора темы.

5. Учебно-методическое обеспечение

Университет располагает полным набором лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, включая продукты отечественного производства.

Каждый студент в течение всего периода обучения получает индивидуальный неограниченный доступ к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде университета. Эти системы предоставляют возможность доступа к ресурсам из любой точки, где есть подключение к сети Интернет, как на территории университета, так и за его пределами.

Студентам обеспечен удаленный доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Основная литература:

1. Дмитриева, Л. М. Бренд в современной культуре : монография / Л.М. Дмитриева. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2025. — 200 с. - ISBN 978-5-9776-0369-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2206796>.

2. Управление коммуникационными проектами : учебник для вузов / ответственные редакторы В. А. Ачкасова, И. А. Быков. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 236 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21737-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590355>.

Дополнительная литература:

1. Кинопроект. Практикум начинающего продюсера : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство» / под ред. В. И. Сидоренко. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2021. - 415 с. - (Серия «Продюсерство»). - ISBN 978-5-238-03405-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1352979>.

6. Материально-техническое обеспечение

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Помещения, которые представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского (практического) типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Изучение дисциплины (модуля) обеспечивается в учебных аудиториях, оснащенных:

- столами и стульями;
- компьютерной техникой;
- механическими калькуляторами;
- специализированным оборудованием, включая демонстрационное оборудование.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, в том числе приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Обучающимся предоставляется доступ (в том числе удаленный) к ресурсам информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», электронным ресурсам (в том числе электронным библиотечным системам, современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам):

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Научная электронная библиотека elibrary.ru библиотека	https://elibrary.ru/defaultx.asp
2.	База данных для IT-специалистов	https://habr.com
3.	База данных ScienceDirect	https://www.sciencedirect.com
4.	Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации	https://minobrnauki.gov.ru/
5.	Федеральный портал «Российское образование»	https://www.edu.ru/
6.	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	http://window.edu.ru/
7.	Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов	http://school-collection.edu.ru/
8.	Федеральный центр информационно - образовательных ресурсов	http://fcior.edu.ru/

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Наименование ПО	Производство	Лицензионное / свободно распространяемое
Операционные системы:		
Microsoft Imagine (Windows Client, Server)	зарубежное	лицензионное
Браузеры:		
Яндекс.Браузер	отечественное	свободно распространяемое
Google Chrome	зарубежное	свободно распространяемое
Офисные приложения:		
Microsoft Imagine (Visio, OneNote)	зарубежное	лицензионное
TeXstudio	зарубежное	свободно распространяемое
Adobe Acrobat Reader	зарубежное	свободно распространяемое
Программное обеспечение для планирования и учета времени:		
Toggle app	зарубежное	свободно распространяемое
Системы управления проектами:		
Microsoft Imagine (Project)	зарубежное	лицензионное
Системы управления базами данных:		
Microsoft Imagine (SQL Server)	зарубежное	лицензионное
Системы резервного копирования (backup):		
Acronis Backup Advanced for HyperV	зарубежное	лицензионное
Справочно-правовые системы:		
КонсультантПлюс: справочно-правовая система	отечественное	лицензионное
Средства антивирусной защиты:		
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition	отечественное	лицензионное

Среды разработки:		
Visual Studio Code	зарубежное	свободно распространяемое
Bash (Unix shell)	зарубежное	свободно распространяемое
Anaconda	зарубежное	свободно распространяемое
Robotic Operating System	зарубежное	свободно распространяемое
CopelliaSim	зарубежное	свободно распространяемое
Google Colaboratory	зарубежное	свободно распространяемое
Пакеты программных средств и библиотек:		
AutoPsy	зарубежное	свободно распространяемое
Interactive Disassembler (IDA)	зарубежное	свободно распространяемое
Системы управления библиографической информацией:		
Zotero	зарубежное	свободно распространяемое
Сервисы и службы:		
Bind	зарубежное	свободно распространяемое
Docker	зарубежное	свободно распространяемое

7. Методические и оценочные материалы

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

В процессе изучения дисциплины (модуля) «Коммуникационный и графический дизайн. Продвинутый уровень» в рамках текущего контроля успеваемости используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, кейсы, мини-проекты, проект, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение инициатив.

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект лекций: кратко и схематично фиксировать основные идеи, выводы и обобщения лекции; выделять важные мысли, ключевые слова и термины. Необходимо отметить вопросы или материалы, которые вызывают затруднения, и попытаться найти ответы в рекомендованной литературе. Если разобраться в материале не удастся, следует сформулировать вопрос и задать его преподавателю на консультации или во время семинарского (практического) занятия.

Семинар — это форма учебной деятельности, проводимая в учебном заведении под руководством преподавателя, где студенты активно участвуют в обсуждениях, практических заданиях и других формах взаимодействия.

Для успешной подготовки к семинару рекомендуется заранее ознакомиться с темой занятия и основными материалами, чтобы иметь возможность активно участвовать в обсуждении. Также полезно подготовить вопросы и идеи для обсуждения, что поможет глубже понять материал и продемонстрировать заинтересованность.

Мини-проект — это краткосрочная практическая работа в малых группах на семинарах, направленная на применение теоретических знаний для решения конкретных задач.

В ходе мини-проекта студенты проводят анализ проблемы, разрабатывают техническое решение и представляют результаты в виде отчета, модели или презентации. Такой формат способствует развитию навыков самостоятельной работы, критического мышления и командного взаимодействия.

Проект – исследовательская работа по дисциплине (модулю) и презентация

результатов.

Для успешной подготовки к проекту рекомендуется: четко определить цели и задачи проекта; составить план работы, разбив проект на этапы с указанием сроков выполнения каждого из них; использовать разнообразные источники информации и инструменты для исследования темы; регулярно проверять прогресс и вносить коррективы в план, если это необходимо.

Кейс – практическая работа студентов над реальными или смоделированными задачами, что позволяет студенту применять теоретические знания на практике.

Студент самостоятельно разрабатывает стратегию решения поставленной задачи, что способствует развитию навыков критического мышления и самостоятельного принятия решений. Такой подход помогает подготовить будущих специалистов к реальным вызовам в их профессиональной деятельности.

Самостоятельная работа – работа студентов, направленная на углубленное изучение отдельных тем и вопросов учебной дисциплины (модуля).

В процессе самостоятельной работы студенты взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя. Задачи студента включают работу с конспектами лекций (обработка текста), повторное изучение учебных материалов планов и тезисов ответов, изучение дополнительных тем, выполнение учебно-исследовательских заданий и другое.

Система оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Критерии получения уровня и оценивания сформированности компетенций по дисциплине (модулю) «Коммуникационный и графический дизайн. Продвинутый уровень»

Оценивание уровня учебных достижений обучающихся по дисциплине (модулю) осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) осуществляется в форме **экзамена**, при этом проводится оценка компетенций, сформированных по дисциплине.

Для оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации используется десятибалльная шкала оценивания, которая соотносится с традиционной пятибалльной шкалой следующим образом, если иное не указано в syllabus дисциплины:

Десятибалльная оценка	Пятибалльная оценка	Общая характеристика результата обучения по дисциплине (модулю)
10	Отлично	Студент полностью владеет знаниями, изложенными в рабочей программе, и глубоко осмысляет дисциплину. Он самостоятельно и логически последовательно отвечает на все вопросы, акцентируя внимание на наиболее важном. Умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделяя ключевые моменты и устанавливая причинно-следственные связи. Четко формулирует ответы, уверенно интерпретирует результаты анализов и других исследований, а также решает сложные задачи. Студент хорошо знаком с методами исследования, необходимыми для практической деятельности, и умеет связывать теоретические аспекты
9	Отлично	
8	Отлично	

Десятибалльная оценка	Пятибалльная оценка	Общая характеристика результата обучения по дисциплине (модулю)
		дисциплины (модуля) с практическими задачами.
7	Хорошо	Студент обладает знаниями предмета почти в полном объеме рабочей программы и самостоятельно, логически последовательно и всесторонне отвечает на все вопросы, акцентируя внимание на наиболее значимых моментах. Он умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделяя его ключевые аспекты и устанавливая причинно-следственные связи. Формулирует свои ответы, уверенно интерпретирует результаты анализов и других исследований, а также решает сложные ситуационные задачи. Студент хорошо знаком с методами исследования, необходимыми для практической деятельности, и умеет связывать теоретические аспекты предмета с практическими задачами.
6	Хорошо	
5	Удовлетворительно	Студент обладает базовыми знаниями по дисциплине (модулю), но испытывает трудности при самостоятельных ответах и использует неточные формулировки. В ходе ответов он допускает ошибки, касающиеся сути вопросов. Студент способен решать только самые простые задачи и владеет лишь минимальным набором методов исследования.
4	Удовлетворительно	
3	Не сдан	Студент не овладел обязательным минимумом знаний по предмету и не может ответить на вопросы, даже если преподаватель задает дополнительные наводящие вопросы.

Дисциплина (модуль) «Коммуникационный и графический дизайн. Продвинутый уровень» оценивается следующим образом:

Активность	Вес	Количество	Описание
Мини-проект	25%	2	Краткосрочная практическая работа в малых группах на занятиях, направленная на решение конкретных задач
Кейс	25%	3	Практическая работа студентов над реальными или смоделированными задачами
Экзамен	50%	1	Проект – исследовательская работа по дисциплине (модулю) и презентация результатов

Формула расчёта итоговой оценки по дисциплине (модулю) «Коммуникационный и графический дизайн. Продвинутый уровень»: $0,25 \times \text{Мини-проекты} + 0,25 \times \text{Кейсы} + 0,5 \times \text{Экзамен}$.

Итоговая оценка по дисциплине (модулю) «Коммуникационный и графический дизайн. Продвинутый уровень» определяется как среднее арифметическое оценок, полученных за освоение дисциплины в 1, 2, 3 и 4 семестрах, и выставляется в диплом об образовании.

Текущий контроль успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Примерные задания и критерии оценивания к мини-проектам

Мини-проект «Визуальная система короткометражного фильма: от нарратива к бренду»

Задание: работая в паре, разработайте концепт визуальной системы для условного короткометражного фильма (фиктивного или вдохновлённого реальной идеей), в которой нарратив становится основой для построения единого бренда. Проект должен включать ключевые элементы коммуникации: сториборд, айдентику, постер и трейлер-концепт, — и продемонстрировать, как визуальный язык поддерживает смысловую логику фильма.

Шаги выполнения:

- Сформулируйте краткий нарратив фильма

Создайте лаконичный синопсис (5–7 предложений) фильма: укажите жанр, основную тему, конфликт, настроение. Пример: «Фильм о цифровой усталости в будущем, где люди обмениваются воспоминаниями как данными».

- Разработайте визуальный язык проекта

Определите стиль: цвет, типографика, текстуры, графические элементы. Как визуал отражает атмосферу и тему? Используйте ИИ-инструменты (Midjourney, DALL·E и др.) для генерации референсов и прототипов.

- Создайте систему раскадровки (storyboard)

Разработайте 4–6 кадров, передающих ключевые моменты повествования. Уделите внимание композиции, свету, визуальным символам.

- Спроектируйте айдентику и постер

— Разработайте логотип/тайтл фильма (с использованием авторского леттеринга или типографской композиции).

— Создайте макет кинопостера, передающего жанр и настроение.

- Предложите концепцию трейлера

Опишите структуру (30–60 сек): какие кадры войдут, какой текст/озвучка, музыкальное сопровождение, темп. Можно добавить схему монтажных склеек.

- Подготовьте презентацию (8–10 слайдов)

Включите: синопсис, визуальные референсы, сториборд, постер, концепцию трейлера, пояснение логики визуального языка.

Результат: PDF-презентация с визуальными материалами + устная защита (5 минут).

Критерии оценивания:

- Связь нарратива и визуального языка

Визуальные решения логично вытекают из сюжета, настроения и темы фильма, усиливая его смысл.

- Целостность визуальной системы

Айдентика, постер, сториборд и концепция трейлера объединены единым стилем и работают как часть одной системы.

- Качество и выразительность визуальных материалов

Сториборд, постер и графические элементы выполнены на высоком уровне, с вниманием к композиции, цвету, шрифту и деталям.

- Использование ИИ и цифровых инструментов

Технологии применяются не как замена, а как инструмент поиска визуального языка и прототипирования.

- Логика и структура презентации

Материал подан последовательно, аргументированно, с чёткой связью между этапами.

- Командная работа и распределение ролей

Оба участника внесли значимый вклад в концепцию, визуальную проработку и подготовку защиты.

- Оригинальность идеи и креативный подход

Проект демонстрирует авторскую позицию, выходит за рамки клише, предлагает свежий взгляд на визуальную коммуникацию кино.

Мини-проект «Бренд как повествование: визуальная система культурной инициативы»

Задание: работая в паре, разработайте концепт визуальной системы для вымышленной или реальной культурной инициативы (например: фестиваль, выставка, образовательный проект, арт-резиденция), в которой бренд становится инструментом повествования, а не просто обложкой. Проект должен продемонстрировать, как визуальный язык — цвет, типографика, графика, носители — раскрывает смысл, ценности и динамику инициативы, превращая её в убедительное дизайнерское высказывание.

Шаги выполнения:

- Сформулируйте концепцию инициативы

Создайте краткое описание (5–7 предложений): укажите миссию, целевую аудиторию, тематику, географию. Пример: «Выставка “Перезагрузка памяти” — исследование цифровой ностальгии через архивы соцсетей, старые видео и утерянные аватарки». Определите ключевое настроение (например: меланхолия, ирония, тревожное узнавание).

- Определите визуальную территорию и нарратив

Сформулируйте ключевую метафору бренда (например: «архив как сад», «память как глитч»). Проведите краткий мудборд, отражающий визуальный тон, цвет, текстуры, референсы. Используйте ИИ-инструменты (Midjourney, DALL·E) для генерации визуальных гипотез и поиска стиля.

- Разработайте систему айдентики

— Создайте логотип или айдентификатор (с акцентом на авторский леттеринг, абстрактную форму или типографскую композицию).

— Определите цветовую палитру, отражающую настроение проекта.

— Подберите или разработайте типографскую пару (заголовочная и основная).

— Придумайте графический элемент (паттерн, икону, модуль), который станет сквозным визуальным кодом.

- Примените айдентику на ключевых носителях

Разработайте 3–4 артефакта:

— Афиша — как визуальный центр коммуникации;

— Мерч (сумка, футболка, блокнот) — с применением бренда;

— Цифровой формат (пост в соцсетях, баннер, карточка события);

— Интерактивный элемент (QR-код с эффектом, анимированная заставка).

- Подготовьте презентацию (8–10 слайдов)

Включите:

- постановку задачи и концепцию инициативы;
- визуальную территорию и мудборд;
- элементы айдентики;
- примеры применения на носителях;
- краткое пояснение логики: как визуал рассказывает историю.

Результат: PDF-презентация с визуальными материалами + устная защита (5 минут).

Критерии оценивания:

- Связь бренда и нарратива

Визуальная система логично вытекает из концепции инициативы, усиливая её смысл и эмоциональное воздействие.

- Целостность и системность айдентики

Логотип, цвет, шрифт, графика — единая, консистентная система, работающая на разных носителях.

- Качество и выразительность визуальных решений

Артефакты выполнены на высоком уровне: композиция, цвет, типографика, внимание к деталям.

- Оригинальность и креативный подход

Проект предлагает авторское решение, выходит за рамки шаблонов, использует метафору осознанно.

- Использование ИИ и цифровых инструментов

Технологии применяются как инструмент поиска, прототипирования и визуальной гипотезы, а не как замена дизайнерского мышления.

- Логика и структура презентации

Материал подан последовательно, аргументированно, с чёткой драматургией и визуальной аргументацией.

- Командная работа и распределение ролей

Оба участника активно участвовали в анализе, концепции, визуализации и защите — вклад сбалансирован и значим.

Примерные задания и критерии оценивания к кейсам

Кейс «Создание визуальной кампании для короткометражного фильма»

Контекст: Представьте, что вы — команда дизайнеров, которой поручено разработать коммуникационную стратегию и визуальную систему для анонса короткометражного фильма, ещё не снятого, но уже имеющего концепт. Ваша задача — не просто оформить фильм, а создать единое визуальное высказывание, в котором нарратив, бренд, постер, трейлер и фотосюжеты работают как взаимосвязанная система.

Задача:

1. Анализ исходного кейса:
 - выберите реальное или условное издание;
 - проведите краткий анализ его текущей визуальной стратегии: целевая аудитория, структура, стиль, типографика, иллюстрации, культурный код.
2. Разработка концепции редизайна:

- сформулируйте ключевую метафору нового издания (например: «журнал как архив будущего», «город как живой организм»);

- определите, будет ли проект развиваться в рамках экспрессивной деконструкции или сюрреалистической метафоры, и обоснуйте выбор;

- предложите изменения в структуре, рубрикации, визуальном языке.

3. Создание визуальных элементов:

- разработайте обложку и титульную страницу нового формата;

- создайте авторский леттеринг для названия;

- включите иллюстративный элемент (психоделический, сюрреалистический или деконструированный);

- покажите, как культурный код оригинального издания трансформируется в новом контексте.

4. Подготовка защиты:

- подготовьте короткую презентацию (5–7 минут), в которой:

- представьте анализ исходного издания;

- раскройте концепцию редизайна;

- продемонстрируйте визуальные решения;

- обоснуйте выбор приёмов (метафора, деконструкция, экспрессия).

Результат: презентация (8–10 слайдов) с анализом, концепцией и визуальными макетами.

Критерии оценивания:

- Стратегическая обоснованность выбора темы

Тема фильма сформулирована осознанно, с опорой на исследование поля, аудиторию и культурный контекст.

- Связь нарратива и визуальной системы

Все коммуникационные элементы (постер, сториборд, фотосюжет) логично вытекают из сюжета и настроения фильма.

- Целостность и консистентность визуального языка

Цвет, шрифт, композиция, стиль фотографии едины и работают на создание узнаваемого образа проекта.

- Креативность и выразительность решений

Постер, трейлер, фотосюжет демонстрируют авторский подход, оригинальность и визуальную силу.

- Ясность и убедительность защиты

Презентация логична, структурирована, позволяет понять концепцию и аргументированно отстаивать выбор решений.

Кейс «Ребрендинг культурной платформы: от идентичности к визуальному полю»

Контекст: вы – дизайнерская команда, которой поручено провести ребрендинг культурной платформы (например: арт-резиденция, образовательный проект, медиа о современном искусстве), утратившей актуальность и не вызывающей отклика у целевой аудитории. Ваша задача — не просто обновить логотип, а переосмыслить её визуальную стратегию, превратив бренд в динамическое визуальное поле, способное адаптироваться к разным форматам, но оставаясь узнаваемым и смысловым.

Задача:

1. Анализ исходного кейса:

- выберите реальную или вымышленную платформу;
- проведите анализ её текущей айдентики: целевая аудитория, визуальный язык, цвет, типографика, носители, тон общения;
- определите, что мешает платформе быть гибкой и релевантной: статичность, шаблонность, отсутствие визуальной динамики.

2. Разработка концепции ребрендинга:

- сформулируйте ключевую метафору нового бренда (например: «платформа как живой архив», «сеть как организм», «культура как поток»);
- определите новую визуальную территорию: будет ли она построена на модульности, изменчивости, интерактивности?
- предложите систему с переменной идентичностью, где логотип, цвет или композиция могут трансформироваться в зависимости от контекста, но сохраняют сквозной код.

3. Создание визуальных элементов:

- разработайте основной логотип и его адаптивные версии (для цифровых, печатных, пространственных форматов);
- создайте динамическую цветовую систему или модульную сетку, становящуюся частью бренда;
- спроектируйте 3–4 носителя: сайт, афишу, мерч, соцсети — с демонстрацией вариативности стиля;
- включите графический элемент, который может трансформироваться (например: паттерн, икона, фон).

4. Подготовка защиты:

- подготовьте презентацию (8–10 слайдов, 5–7 минут), в которой:
 - представьте анализ текущей ситуации;
 - раскройте концепцию динамического бренда;
 - продемонстрируйте визуальные решения и их адаптацию;
 - обоснуйте, как система работает на разных уровнях коммуникации.

Результат: презентация с анализом, концепцией и визуальными макетами (включая примеры вариативности).

Критерии оценивания:

- Глубина анализа и понимание культурного контекста

Команда точно определила слабые стороны текущей айдентики и культурные возможности платформы.

- Сила и системность концепции

Идея динамического бренда чётко сформулирована и логично раскрыта на всех носителях.

- Целостность и адаптивность визуальной системы

Айдентика работает как единое поле: изменяется, но остаётся узнаваемой.

- Оригинальность и выразительность решений

Проект предлагает авторский подход, выходит за рамки статичного брендинга.

- Ясность и убедительность защиты

Презентация логична, профессиональна, подчёркивает стратегическую значимость изменений.

Кейс «Визуальная система общественной инициативы: от идеи к кампании»

Контекст: вы — команда дизайнеров, получившая задание разработать визуальную систему для новой общественной инициативы (например: проект по озеленению города, платформа поддержки молодых художников, кампания по цифровому детоксу). Инициатива находится на стадии концепции — нет логотипа, сайта, аудитории. Ваша задача — создать комплексную визуальную коммуникацию, которая не только представит инициативу, но и станет её движущей силой, формируя доверие, вовлечённость и узнаваемость.

Задача:

1. Анализ исходного кейса:
 - выберите или придумайте инициативу;
 - определите её миссию, целевую аудиторию, социальный запрос;
 - проведите краткое исследование поля: кто работает в этой теме, какие визуальные стратегии используются.
2. Разработка концепции визуальной системы:
 - сформулируйте ключевую метафору (например: «город как сад», «тишина как ресурс», «искусство как инфраструктура»);
 - определите тон коммуникации: будет ли он активистским, поэтичным, ироничным, документальным?
 - предложите стратегию позиционирования: как инициатива отличается от других?
3. Создание визуальных элементов:
 - разработайте логотип или визуальный символ (с акцентом на простоту, запоминаемость, смысловую ёмкость);
 - создайте цветовую палитру и типографскую систему, отражающую тон инициативы;
 - спроектируйте ключевые коммуникационные артефакты:
 - постер с призывом;
 - цифровой пост (для соцсетей);
 - визитку или листовку;
 - концепт сайта или лендинга.
 - включите графический элемент, ставший визуальным кодом кампании (например: икона, паттерн, абстрактная форма).
4. Подготовка защиты:
 - подготовьте презентацию (8–10 слайдов, 5–7 минут), в которой:
 - представьте суть инициативы и её социальный запрос;
 - раскройте визуальную концепцию и метафору;
 - продемонстрируйте артефакты кампании;
 - обоснуйте, как дизайн усиливает коммуникацию и вовлечение.

Результат: презентация с анализом, концепцией и визуальными макетами.

Критерии оценивания:

- Социальная обоснованность и глубина исследования

Инициатива сформулирована осознанно, с опорой на реальный запрос и контекст.

- Связь идеи и визуального языка

Все элементы логично вытекают из миссии и тона инициативы.

- Целостность и консистентность системы

Айдентика работает как единая, узнаваемая система на всех носителях.

- Эффективность и креативность коммуникации

Артефакты не только красивы, но и функциональны: призывают, информируют, вовлекают.

- Ясность и убедительность защиты

Примерное описание задания и критерии оценивания к проекту

Проект «Визуальная система вокруг нарратива: от идеи к коммуникации»

Цель проекта: создать комплексный дизайнерский проект, в котором визуальная система, построенная на основе нарратива, становится инструментом стратегической коммуникации, объединяя бренд, аудиовизуальное высказывание и рекламную кампанию в единое целое.

Описание задания: студенту необходимо разработать концепцию и визуальную систему дипломного проекта, позиционируя его как мультимедийный коммуникационный объект. Проект должен опираться на осмысленно выбранную тему, обоснованную через исследование поля и стратегические фреймворки, и реализовываться в формате, где нарратив лежит в основе всех визуальных решений — от сториборда и айдентики до постера, трейлера и фотосюжета.

Акцент делается не на создании фильма как такового, а на проектировании визуальной реальности вокруг него, в которой каждый элемент — часть единой системы, способной существовать самостоятельно и усиливать смысловую нагрузку.

Задачи и шаги выполнения:

- **Выберите и обоснуйте тему дипломного проекта**

Проведите исследование поля: определите актуальность, целевую аудиторию, культурный запрос. Используйте стратегические фреймворки (SWOT, позиционирование, анализ аналогов) для аргументации выбора.

- **Сформулируйте нарратив проекта**

Разработайте краткий, но ёмкий синопсис — повествовательное ядро, которое будет лежать в основе всех визуальных решений. Укажите жанр, настроение, ключевой конфликт или идею.

- **Создайте визуальный язык и систему раскадровки**

— Определите цвет, типографику, композицию, графические формы.

— Разработайте 6–8 кадров сториборда, отражающих ключевые моменты повествования.

— Используйте ИИ-инструменты для генерации референсов и прототипирования визуального стиля.

- **Разработайте бренд внутри кино**

— Создайте айдентiku (логотип, тайтл, фирменные элементы), которая органично вписывается в мир фильма.

— Покажите, как бренд существует внутри нарратива (например: вывески, упаковка, интерфейс персонажа).

- **Спроектируйте рекламную кампанию**

- Разработайте концепт кинопостера (макет или композиция).
- Предложите идею фотосюжета с актёрами: локации, костюмы, освещение, стиль.
- Опишите концепцию трейлера: структура, монтаж, музыка, текст, драматургия.

- **Подготовьте итоговую презентацию**

Оформите проект в виде структурированной презентации (12–15 слайдов), включающей:

- стратегическое обоснование темы;
- нарратив;
- визуальный язык и сториборд;
- айдентику и бренд внутри кино;
- элементы кампании (постер, фотосюжет, трейлер);
- заключение о роли дизайна как инструмента коммуникации.

Критерии оценивания:

- **Глубина стратегического обоснования темы**

Выбор темы подкреплён исследованием, анализом контекста и чёткой аргументацией её актуальности.

- **Связь нарратива и визуальной системы**

Все элементы проекта — от сториборда до постера — логично вытекают из повествования и работают на его раскрытие.

- **Целостность и консистентность визуального решения**

Айдентика, цвет, шрифт, композиция, стиль фотографии и видео образуют единую, узнаваемую визуальную реальность.

- **Качество и выразительность авторских материалов**

Сториборд, постер, концепции съёмок выполнены на высоком уровне, с вниманием к деталям, композиции и эмоциональной выразительности.

- **Аргументированность и профессиональный уровень презентации**

Проект представлен логично, убедительно, в формате, соответствующем профессиональным стандартам дизайнерской защиты.

Задания для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Задание	Ответ	Компетенция
1.	Укажите инструмент коммуникации, при котором смысл передаётся через последовательность образов и событий.	нарратив / повествование	ОПК-3
2.	Назовите метод, при котором визуальный язык разрабатывается на основе сюжета и настроения проекта.	нарративное проектирование / визуализация нарратива	ОПК-3
3.	Как называется процесс создания пробных визуальных решений с помощью ИИ для поиска стиля?	прототипирование / ИИ-прототипирование	ОПК-3
4.	Укажите подход, при котором дизайнерская идея обосновывается через анализ культурного контекста и аудитории.	стратегическое обоснование / исследование поля	ОПК-3

5.	Назовите способ визуальной аргументации, при котором проект представлен как единое смысловое высказывание.	сторителлинг / визуальная аргументация	ОПК-3
6.	Как называется система визуальных элементов, объединённых общей идеей и стилем в рамках аудиовизуального проекта?	визуальная система / визуальная реальность проекта	ПК-2
7.	Укажите документ, в котором фиксируются правила применения цвета, шрифта и композиции в проекте.	гайдлайн / брендбук / стиль-гайд	ПК-2
8.	Назовите метод, при котором раскадровка используется как инструмент построения визуального повествования.	сториборд / система раскадровки	ПК-2
9.	Как называется подход, при котором бренд становится частью мира фильма, а не только его обложкой?	бренд внутри кино / интегрированный бренд	ПК-2
10.	Укажите принцип, при котором все элементы рекламной кампании подчинены единой визуальной логике.	консистентность / визуальная целостность	ПК-2
11.	Назовите роль, отвечающую за единство визуального стиля при работе в команде.	арт-директор / руководитель визуального проекта	ПК-4
12.	Укажите метод командной организации, при котором задачи распределяются, а сроки контролируются.	проектный менеджмент / регламент разработки	ПК-4
13.	Как называется процесс согласования решений между участниками команды на основе взаимной обратной связи?	peer review / взаимная оценка	ПК-4
14.	Укажите принцип, обеспечивающий единое визуальное исполнение при участии нескольких исполнителей.	визуальная консистентность / единый стиль	ПК-4
15.	Назовите документ, в котором зафиксированы этапы разработки и ответственные за них.	план проекта / регламент	ПК-4
16.	Укажите метод исследования, при котором анализируются аналоги и конкуренты для обоснования темы.	бенчмаркинг / сравнительный анализ	ПК-5
17.	Назовите подход, при котором выбор темы опирается на культурный запрос и профессиональное поле.	исследование поля / контекстный анализ	ПК-5
18.	Как называется техника визуального поиска, при которой ИИ используется для генерации референсов?	ИИ- прототипирование / генеративный референс	ПК-5
19.	Укажите практику профессионального разбора проекта с целью его доработки.	дизайн-критика / экспертный разбор	ПК-5
20.	Назовите стратегический инструмент, помогающий позиционировать проект на основе сильных и слабых сторон.	SWOT-анализ	ПК-5