Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 28.08.2026 11:34:31
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт графики и искусства книги имени В.А. Фаворского

УТВЕРЖДАЮ
И. о. директора

_____ /Я.В.Дмитриев/
«26» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Графический дизайн мультимедиа

Направление подготовки
54.03.01 Дизайн

Профиль
Графический дизайн мультимедиа

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Москва, 2026 г.

Разработчик(и):

Профессор кафедры ХТОПП  /И.С. Самойленко/

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Художественно-техническое оформление печатной продукции»,  /Е.Б.Третьяк/

Заседание кафедры: 29 января 2025, протокол №6

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 6
3. Структура и содержание дисциплины 6
3.1. Виды учебной работы и трудоемкость 7
3.2 Тематический план изучения дисциплины 8
3.3 Содержание дисциплины 9
3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 9
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение 11
4.1 Нормативные документы и ГОСТы 11
4.2 Основная литература 11
4.3 Дополнительная литература 12
4.4 Электронные образовательные ресурсы 13
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое ПО 13
5. Материально-техническое обеспечение 13
6. Методические рекомендации 14
6.1 Методические рекомендации для преподавателя 14
6.2 Методические указания для обучающихся 14
7. Фонд оценочных средств 15
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 15
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 16
7.3 Оценочные средства 16

1. Цели, задачи и планируемые результаты прохождении дисциплины

Цель дисциплины — формирование практических навыков создания образной системы, существующей в аналоговой и цифровой средах; поиска, структурирования и использования информации при разработке проектных решений; выбора и применения различных интерактивных технологий в графическом дизайне в соответствии с проектными задачами и проектными решениями.

К *основным задачам* освоения дисциплины «Графический дизайн мультимедиа» следует отнести формирование у учащихся следующих знаний и практических навыков:

— получение навыков создания единой образной системы;

— освоение принципов анализа существующих сред, их свойств в контексте визуальной коммуникации;

— получение навыков выбора стратегии и методов поиска информации для принятия решений по проектным идеям и проектным задачам;

— освоение методов проведения и анализа социологических, этнографических, маркетинговых и дизайн исследований;

— освоение принципов анализа релевантной информации для принятия решений по способам реализации проектных идей;

— получение навыков составления, чтения и исполнения технического задания при реализации проектного решения;

— получение навыков коммуникации, убеждения и влияния для защиты проектных идей и проектных решений;

— получение навыков выбора технических инструментов в соответствии с проектными задачами.

Обучение по дисциплине «Графический дизайн мультимедиа» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций		**Индикаторы достижения компетенций**
ПК-1	Подготовка и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	**Знать:** Методика поиска, сбора и анализа информации, необходимой для разработки проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Типовые этапы и сроки проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации различной сложности **Уметь:** Производить поиск, сбор и анализ информации, необходимой для разработки проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Определять необходимость запроса на дополнительные данные для проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Формировать этапы и устанавливать сроки создания объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Выстраивать взаимоотношения с заказчиком с соблюдением делового этикета

		Обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений Проводить презентации дизайн-проектов Использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации **Владеть:** Обсуждение с заказчиком вопросов, связанных с подготовкой проектного задания на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации Предварительная проработка эскизов объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации
ПК-3	Авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	**Знать:** Академический рисунок, техники графики, компьютерная графика Теория композиции Цветоведение и колористика Типографика, фотографика, мультипликация Основы художественного конструирования и технического моделирования Основы рекламных технологий Технологические процессы производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения Материаловедение для полиграфии и упаковочного производства Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Профессиональная терминология в области дизайна Законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности Нормы этики делового общения **Уметь:** Анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории Использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов Обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений Выстраивать взаимоотношения с заказчиком с соблюдением делового этикета **Владеть:**

		Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации Согласование дизайн-макета с заказчиком и руководством Подготовка графических материалов для передачи в производство

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Графический дизайн мультимедиа» относится к числу обязательных дисциплин №1 части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы бакалавриата 54.03.01 «Дизайн» по направлению подготовки «Графический дизайн мультимедиа».

Дисциплина «Графический дизайн мультимедиа» взаимосвязана со следующими дисциплинами и практиками ОП:

В части, формируемой участниками образовательных отношений:

— Шрифт,
— Печатная графика
— Декоративно-прикладное искусство и принципы стилеобразования
— Типографика
— Анимация
— Фотография,
— Иллюстрация,
— Веб-дизайн

В блоке Элективные дисциплины №1

— Создание познавательного изображения

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 а. часов) для очной формы обучения в 5 и 6 семестре.

3.1. Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	**Вид учебной работы**	**Количество часов**	**Семестры**

			5	**1 6**
	Аудиторные занятия	**108**	**54**	**54**
	УВ том числе:			
.1	Лекции	-	**-**	**-**
.2	Семинарские/практические занятия	0		
.3	Лабораторные занятия	108	**54**	**54**
	Самостоятельная работа	**72**		
	В том числе:			
.1	Изучение литературы по дисциплине			
.2	Выполнение практических заданий		54	54
	Промежуточная аттестация			
	Зачет/диф.зачет/экзамен		-	-
	Итого	**180**		

3.1.1. Очно-заочная форма обучения

п/п	**Вид учебной работы**	**Количество часов**	**Семестры**	
			5	**1 6**
	Аудиторные занятия	**36**	**18**	**18**
	УВ том числе:			
.1	Лекции	-	**-**	**-**
.2	Семинарские/практические занятия	0		
.3	Лабораторные занятия	**36**	**18**	**18**
	Самостоятельная работа	**144**		
	В том числе:			
.1	Изучение литературы по дисциплине		36	36
.2	Выполнение практических заданий		36	36
	Промежуточная аттестация			
	Зачет/диф.зачет/экзамен		-	-
	Итого	**180**		

3.2. Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**		
		Всего	**Аудиторная работа**	**Самостоятельная работа**

			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
	Раздел 1. Мультимедиа визуальные коммуникации бренда на потребительском рынке	**54**			**54**		**36**
1	Тема 1**.** Визуальная составляющая брендинга. Рынок брендинговых услуг.				6		6
2	Тема 2. Ситуационный анализ для разработки визуальных коммуникаций бренда на потребительском рынке.				10		6
3	Тема 3. Платформа бренда, атрибуты бренда вербальные и невербальные.				8		6
4	Тема 4. Поиск концептуальной идеи: от смыслов бренда к визуальным метафорам.				12		6
5	Тема 5. Упаковка бренда, как главный носитель визуальных сообщений бренда: формообразование, композиция, визуальные сообщения на упаковке.				12		6
6	Тема 6. Мультимедиа бренд-коммуникации. Масштабирование визуальных сообщений в он-лайн и оффлайн пространствах.				6		6
	Раздел 2. Мультимедиа визуальные коммуникации брендов арт институций	**54**			54		36
7	Тема 1**.** Визуальная составляющая корпоративного брендинга. Обзор существующих решений.				6		6
8	Тема 2. Ситуационный анализ для разработки визуальных коммуникаций бренда: ЦА, носители визуальных сообщений, контекст взаимодействия. Платформа бренда, атрибуты бренда вербальные и невербальные				18		6

9	Тема 3. Поиск концептуальной идеи: от задач бренда или выставки к визуальным метафорам.				12		6
10	Тема 4. Носители визуальных сообщений бренда или выставки: композиционные особенности.				12		6
11	Тема 5. Мультимедиа бренд-коммуникации. Масштабирование визуальных сообщений в он-лайн и оффлайн пространствах.				6		6
	Итого	**180**			**54**		**72**

3.2.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
	Раздел 1. Мультимедиа визуальные коммуникации бренда на потребительском рынке	**18**			**18**		**72**
1	Тема 1**.** Визуальная составляющая брендинга. Рынок брендинговых услуг.				3		12
2	Тема 2. Ситуационный анализ для разработки визуальных коммуникаций бренда на потребительском рынке.				3		12
3	Тема 3. Платформа бренда, атрибуты бренда вербальные и невербальные.				3		12
4	Тема 4. Поиск концептуальной идеи: от смыслов бренда к визуальным метафорам.				3		12
5	Тема 5. Упаковка бренда, как главный носитель визуальных сообщений бренда: формообразование,				3		12

	композиция, визуальные сообщения на упаковке.						
6	Тема 6. Мультимедиа бренд-коммуникации. Масштабирование визуальных сообщений в он-лайн и оффлайн пространствах.				3		12
	Раздел 2. Мультимедиа визуальные коммуникации брендов арт институций	**18**			**18**		**72**
7	Тема 1**.** Визуальная составляющая брендинга арт институций (музеи, галереи и тд.)				2		12
8	Тема 2. Ситуационный анализ для разработки визуальных коммуникаций бренда арт институций: ЦА, носители визуальных сообщений, контекст взаимодействия.				4		12
9	Тема 3. Поиск концептуальной идеи: от задач бренда или выставки к визуальным метафорам.				2		12
10	Тема 4. Носители визуальных сообщений бренда или выставки: композиционные особенности.				4		14
11	Тема 5. Мультимедиа бренд-коммуникации. Масштабирование визуальных сообщений в он-лайн и оффлайн пространствах.				6		14
	Итого	**180**			**36**		**144**

3.3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Мультимедиа визуальные коммуникации бренда на потребительском рынке
Тема 1. Визуальная составляющая брендинга. Рынок брендинговых услуг.
Роль визуального дизайна в формировании имиджа бренда. Рынок брендинговых услуг, агентства-лидеры и кейсы успеха
Тема 2. Ситуационный анализ для разработки визуальных коммуникаций бренда на потребительском рынке.

Обзор рынка, как площадки для коммуникаций, анализ ЦА и ее потребностей, AI и LLM при проведении ситуационного анализа. Ритейл и онлайн торговые площадки как точки взаимодействия с брендом. Конкуренты и их коммуникация.

Тема 3. Платформа бренда, атрибуты бренда вербальные и невербальные.

Понятие бренд-платформы и её связь с визуальной коммуникацией. Вербальные атрибуты: слоган, tone of voice, названия. Невербальные атрибуты: лого, цвет, форма, визуальные образы

Тема 4. Поиск концептуальной идеи: от смыслов бренда к визуальным метафорам.

Методы генерации идей и концептов, преобразование элементов платформы в визуальные знаки и метафоры. Примеры успешных визуальных концепций брендов

Тема 5. Упаковка бренда, как главный носитель визуальных сообщений бренда: формообразование, композиция, визуальные сообщения на упаковке.

Значение упаковки в восприятии продукта и бренда, Основные принципы формообразования и композиции в брендинговой упаковке, Создание визуальных историй и эмоционального отклика через дизайн упаковки

Тема 6. Мультимедиа бренд-коммуникации. Масштабирование визуальных сообщений в он-лайн и оффлайн пространствах.

Интеграция визуальных сообщений на различных платформах (сайт, соцсети, наружная реклама). Особенности мультимедийного представления: анимация, видео, интерактивность. Кейсы успешной кроссплатформенной визуальной коммуникации

Раздел 2. Мультимедиа визуальные коммуникации брендов арт институций

Тема 1. Визуальная составляющая корпоративного брендинга, брендинга арт институций (музеи, галереи и тд.) и др.

Специфика визуальной идентичности корпоративных брендов в различных областях и сферах. Ключевые элементы и их особенности в арт-контексте. Роль визуального дизайна в создании доверия и интереса к арт учреждениям. Кейсы ведущих брендинговых агентств.

Тема 2. Ситуационный анализ для разработки визуальных коммуникаций корпоративного брендинга, брендинга арт институций (музеи, галереи и тд.) и др.: ЦА, носители визуальных сообщений, контекст взаимодействия.

Анализ аудиторий, анализ ввизуальных сообщений и визуальной идентичности. Выбор релевантных носителей визуальных сообщений (плакаты, каталоги, digital). Учет контекста культурного и локального окружения

Тема 3. Поиск концептуальной идеи: от задач бренда к визуальным метафорам.

Уточнение платформы бренда, выявление смыслов бренда, создание метафор, отражающих специфику бренда. Упаковка идей в визуальные образы, интерактивные и мультимедийные форматы. Разработка концепции визуальной айдентики бренда с учетом масштабируемости в мультимедиа пространстве.

Тема 4. Носители визуальных сообщений бренда: композиционные и технологические особенности визуальной коммуникации.

Принципы композиции на медийных носителях в соответствии с задачей бренда на этапе коммуникации (афиши, брошюры, экранные форматы). Цвет, форма, пространство и анимация в брендинге. Эффективное использование мультимедийных элементов в контенте

Тема 5. Мультимедиа бренд-коммуникации. Масштабирование визуальных сообщений в он-лайн и оффлайн пространствах.

Инструменты продвижения брендов в digital и оффлайн-средах. Взаимодействие с аудиторией через мультимедийные каналы и социальные платформы

3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

Семинарские и практические занятия не предусмотрены.

3.4.2. Лабораторные занятия

С темами и содержанием лабораторных работ можно ознакомиться в ЭОР

Основы производственного мастерства 2 модуль *https://lms.mospolytech.ru/course/view.php?id=1254*

3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Темы заданий выполнение которых является критерием прохождения курса и определяет его результат:

— «Разработка дизайн-проекта комплекса визуальных коммуникаций бренда X в сфере Y».

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1. Нормативные документы и ГОСТы

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа разработана в 2025 г. в соответствии с:

1. Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» (квалификация (степень) «бакалавр»), утвержденным приказом МОН РФ от «13» августа 2020 г. № 1015
2. Образовательной программой высшего профессионального образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» (профиль подготовки — «Графический дизайн и мультимедиа»), утверждённой в 2025 году.
3. Учебным планом университета по направлению 54.03.01 «Дизайн» профиль подготовки — «Графический дизайн и мультимедиа», утверждённым в 2025 г.

Год начала подготовки: 2025.

4.2. Основная литература

- Клещев О. И. Основы производственного мастерства : художественно-техническое редактирование: учебное пособие.— Архитектон, 2015. — 107 с.

- Шилехина, М. С. Менеджмент и маркетинг в дизайне : учебно-методическое пособие / М. С. Шилехина. — Тольятти : ТГУ, 2019. — 79 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/139919 (дата обращения: 31.08.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4.3. Дополнительная литература

- Розенсон, И.А. Основы теории дизайна для бакалавров и магистров,учебник для студентов вузов;СПб.,Питер Пресс, 2013; 256 с.,
- Келейников, И.В. Дизайн книги: от слов к делу / И. В. Келейников. — М. : РИП-холдинг, 2012. — 304 с.
- Папанек, Виктор. Дизайн для реального мира, пер. с англ. Г.Северской;М.,Издатель Д. Аронов,2010;416 с.,ил.;
- Лидвелл, У. Универсальные принципы дизайна, пер. с англ. А.Мороз;СПб.,Питер,2012;272 с.: ил.,;
- Михеева М.М. Дизайн-исследования: методическое указание по курсу «Дизайн-проектирование» М.:МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2009 г.- 85 с.

4.4. Электронные образовательные ресурсы

- ЭОР «Графический дизайн мультимедиа» 1 модуль

https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=4538

- ЭОР «Графическая подача проекта» (дизайн-проектирование) 6 модуль

https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=1239

- ЭОР «Основы производственного мастерства 2 модуль» *https://lms.mospolytech.ru/course/view.php?id=1254*

4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Операционные системы *Mac OS* и *Windows* (актуальные версии)
2. Графический пакет Adobe Creative Cloud (актуальные версии), включающий программы:

— Adobe InDesign
— Adobe Photoshop
— Adobe Illustrator
— Adobe AfterEffects
— Adobe Acrobat

5. Материально-техническое обеспечение

— аудитория практических и семинарских занятий кафедры «Художественно-техническое оформление печатной продукции» № ____. 125008, г. Москва, ул. Михалковская, д. 7.

— столы, стулья, компьютеры, экран, доска.

— рабочее место преподавателя: стол, стул, компьютер, проектор или электронная доска.

6. Методические рекомендации

6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Дисциплине «Графический дизайн мультимедиа» относится к базовым дисциплинам ОП и является неотъемлемой составляющей в комплексной подготовке дизайнеров образовательно-квалификационного уровня «бакалавр».

Преподавание дисциплины «Графический дизайн мультимедиа» основывается на следующих принципах:

Необходимо заранее проверить работоспособность и функциональность оборудования; убедиться в адекватности цветопередачи проекционного оборудования.

Внимание к теоретические знаниям учащихся в области графического дизайна мультимедиа в дизайне (изучение основной и дополнительной литературы, поиск и анализ кейсов в сети интернет, самостоятельный поиск и анализ актуальных примеров дизайна с т. з. анализа познавательного изображения); внимание к аналитической составляющей: задания по дисциплине должны иметь аналитическую, исследовательскую составляющую, являющейся полноценной частью проектно-художественного задания;

Внимание к качеству исполнения и принципу экспонирования работ (возможна форма презентации на *Behance*). Теоретические основы дисциплины и методические принципы преподавания зафиксированы в онлайн-курсах и тематических презентациях преподавателя по дисциплине.

В презентациях рекомендуется привлечение примеров из широкого спектра визуально-культурных явлений; актуального графического материала, характерных примеров.

Использование систем искусственного интеллекта в процессе выполнения заданий курса разрешается при соблюдении требований ГОСТ Р 71657-2024[1] и ГОСТ Р 70946-2023[2], с обязательным декларированием инструментов, этичным применением технологий, описанием этапов реализации и сохранением самостоятельного научного вклада автора. Искусственный интеллект может выступать помощником в сборе и обработке данных, но не заменять творческую и интеллектуальную деятельность исследователя.

Основные концепции, гипотезы, выводы и интерпретации должны быть сформулированы непосредственно студентом, а ИИ лишь выступает вспомогательным инструментом для обработки данных, моделирования, поиска информации и автоматизации рутинных процессов.

Разрешено использование ИИ для:

— поиска и анализа информации по теме исследования и проектирования,

— поиска и формулировки визуальных гипотез (мудборд, рефборд),

— автоматизации верстки, визуализации, генерации прототипов, графических материалов, если это разрешено в ПХЗ.

---

[1] Скачать ГОСТ Р 71657-2024 Технологии искусственного интеллекта в образовании. Функциональная подсистема создания научных публикаций. Общие положения

[2] ГОСТ Р 70946-2023 | НАЦИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ

— лингвистической обработки, проверки грамотности, распознавания изображений и текстов.
В случае если ИИ выступает обоснованным инструментом генеративной графики в авторских проектах, необходимо сопровождать визуализацию промптами, позволяющими генерировать визуальный ряд по техническому заданию автора, с обязательным указанием использования нейросети в работе.
Запрещено использовать ИИ для подмены научного вклада, результата ПХЗ, фабрикации данных или некорректного представления результатов, не подтверждённых теоретическим обоснованием и экспериментальным анализом.

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн мультимедиа».

6.2. Методические рекомендации для обучающихся для освоения дисциплины

Для подготовки к *экзамену* обучающемуся необходимо учитывать следующее.
Выполнение всего объёма обозначенных заданий по дисциплине «Графический дизайн мультимедиа». Также важной составляющей является: базовый уровень теоретических знаний из области графического дизайна мультимедиа (изучение основной и дополнительной литературы, поиск и анализ примеров в сети интернет); начальный уровень владения вышеназванными компьютерными программами; качество исполнения и подачи работ для экспозиции (и/или презентации на *Behance)*.
Требования, предъявляемые к лабораторной работе:
Формы лабораторных работ (комплекса заданий) для каждого из разделов дисциплины должны соответствовать параметрам, обозначенным в требованиях к презентациям к каждой контрольной точке обозначенными в ЭОР в соответствующей таблице (номер).
Объемы лабораторной работы и количество входящих в него заданий зависят от проблематики раздела. Минимальные требования к объему и уровню сложности представлены в приложении № 2 к настоящей программе. Рекомендуется не ограничиваться соответствием минимальным требованиям, и добиваться увеличения объемов и повышению уровня сложности.
Художественно-проектное решение лабораторной работы должно быть самостоятельным (не содержать признаков заимствования) и соответствовать сформулированным задачам.
Требования к презентации работ на *Behance*.
Презентация должна соответствовать лабораторным работам (комплексу заданий) по дисциплине «Графический дизайн мультимедиа», отражать тематику разделов.
Проверка теоретических знаний по дисциплине проводится в формате онлайн-тестов (в рамках онлайн-курса «Графический дизайн мультимедиа»). Формат тестов предполагает выбор правильного варианта ответа из двух или более вариантов.
Использование систем искусственного интеллекта в процессе выполнения заданий курса разрешается при соблюдении требований ГОСТ Р 71657-2024[3] и ГОСТ Р 70946-2023[4], с обязательным декларированием инструментов, этичным применением технологий, описанием этапов реализации и сохранением самостоятельного научного вклада автора.

[3] Скачать ГОСТ Р 71657-2024 Технологии искусственного интеллекта в образовании. Функциональная подсистема создания научных публикаций. Общие положения
[4] ГОСТ Р 70946-2023 | НАЦИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ

Искусственный интеллект может выступать помощником в сборе и обработке данных, но не заменять творческую и интеллектуальную деятельность исследователя.

Основные концепции, гипотезы, выводы и интерпретации должны быть сформулированы непосредственно студентом, а ИИ лишь выступает вспомогательным инструментом для обработки данных, моделирования, поиска информации и автоматизации рутинных процессов.

Разрешено использование ИИ для:

— поиска и анализа информации по теме исследования и проектирования,

— поиска и формулировки визуальных гипотез (мудборд, рефборд),

— автоматизации верстки, визуализации, генерации прототипов, графических материалов, если это разрешено в ПХЗ.

— лингвистической обработки, проверки грамотности, распознавания изображений и текстов.

В случае если ИИ выступает обоснованным инструментом генеративной графики в авторских проектах, необходимо сопровождать визуализацию промптами, позволяющими генерировать визуальный ряд по техническому заданию автора, с обязательным указанием использования нейросети в работе.

Запрещено использовать ИИ для подмены научного вклада, результата ПХЗ, фабрикации данных или некорректного представления результатов, не подтверждённых теоретическим обоснованием и экспериментальным анализом.

7. Фонд оценочных средств

7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения

Методами контроля и оценивания результатов обучения являются:

— результаты теста в рамках онлайн-курсов разделов дисциплины;

— презентации проектно-художественных заданий;

Оценивание результатов освоения дисциплины осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы.

Максимальное количество баллов за дисциплину составляет 100 баллов, которые распределяются между видами учебной деятельности следующим образом:

- выполнение практических и проектных заданий;
- текущий контроль (контрольные точки, промежуточные задания);
- активная работа на занятиях;
- итоговая аттестация (экзамен / зачет с оценкой / просмотр)

7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Максимальный суммарный балл складывается из следующих максимальных баллов в каждом из семестров:

Источник баллов	**Максимальный балл**
Активная работа на занятиях	20
Результаты теста в рамках онлайн-курса	10
текущий контроль (контрольные точки, промежуточные задания)	20

Итоговая аттестация (экзамен по итогам семестрового просмотра)	40

Вес в баллах заданий оцениваем в контрольных точках (этапах выполнения дизайн-проекта)

Задания оцениваемые в контрольных точках	**Максимальный балл**
КТ1. Обзор кейсов брендинговых агентств	5
КТ2.Ситуационный анализ (предпроектная подготовка)	5
КТ3.Формулировка дизайн-концепций проекта (3 концепции)	10

Требования к составу ПХЗ в каждой из контрольных точек определены в ЭОР каждого раздела дисциплины.

По результатам суммирования баллов выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Суммарный балл	0–40	41–60	61–84	85–100
Итоговая оценка	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

Шкалы и критерии оценивания результатов обучения определены в ЭОР каждого раздела дисциплины.

Работа над ПХЗ оцениваемом на экзамене (просмотре) оценивается по следующим критериям:

Шкала оценивания ПХЗ (баллы)	**Описание**
31-40	Задание (комплекс заданий) выполнено в полном объеме на высоком художественном уровне. Проектно-художественное задание отличается креативностью творческой концепции, отличным качеством выполнения, оригинальностью авторского почерка. Студент демонстрирует высокую степень владения художественными и техническими приемами, инструментами и свободно выражает свой творческий замысел в материале. Оформление проекта соответствует экспозиционным требованиям.
21-30	Задание (комплекс заданий) выполнено в полном объеме на хорошем художественном уровне. Проектно-художественное задание обладает креативностью творческой концепции, хорошим качеством исполнения, оригинальностью авторского почерка. Студент демонстрирует хорошую степень владения художественными и техническими приемами, инструментами

	и свободно выражает свой творческий замысел в материале. Оформление проекта соответствует экспозиционным требованиям.
11-20	Задание выполнено в полном объеме на среднем художественном уровне. Проектно-художественное задание отличается недостаточной креативностью творческой концепции, средним качеством выполнения, отсутствием оригинальности авторского почерка. Студент демонстрирует среднюю степень владения художественными и техническими приемами, инструментами и недостаточно свободно выражает свой творческий замысел в материале. Оформление проекта не в полной мере соответствует экспозиционным требованиям.
0-10	Задание не выполнено или выполнено частично, на низком художественном уровне. Проектно-художественное задание отличается отсутствием креативности творческой концепции, низким качеством выполнения. Студент демонстрирует низкую степень владения художественными и техническими приемами, инструментами и неспособность выразить свой творческий замысел в материале. Оформление проекта не соответствует экспозиционным требованиям.

7.3. Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Перечень оценочных средств по дисциплине «Графический дизайн»

№ ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Проектно-художественное задание (ПХЗ)	Завершенное авторское произведение, получаемое в результате планирования и выполнения комплекса учебных творческих заданий. Результат его выполнения позволяет оценить качество знаний, способность композиционного мышления и мастерства исполнения, умение обучающихся применять свои знания в процессе решения художественно-творческих задач, владение художественными материалами, техниками и технологиями, уровень сформированности компетенций.	Тема проектно-художественного задания
2	Тест онлайн-курса	Средство, позволяющее оценить уровень освоения теоретических	Вопросы теста

		знаний обучающегося, полученный им в процессе самостоятельного изучения теоретического материала	

7.3.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в виде тестов ЭОР, аналитических и проектно-художественных заданий.