Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 08.06.2026 16:38:56
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735a18bc1b

**Требования к оформление пояснительной записки**

Пояснительная записка к ВКР (дипломному проекту) в обязательном порядке представляется в бумажном и электронном виде.
Электронный вариант пояснительной записки предоставляется в формате .doc с приложением в отдельной папке иллюстраций в высоком разрешении.
Бумажный вариант пояснительной записки выполняется на листах формата А4, шрифтом PT Serif или PT Sans (http://www.paratype.ru/public/) кеглем 12 пт., с полями 30 мм (левое), 20 мм (верхнее и нижнее), 10 мм (правое). Размер абзацного отступа должен быть одинаковым по всему тексту работы. Номер страницы проставляют в правом нижнем углу листа. Страницы текстового материала нумеруются арабскими цифрами, с соблюдением сквозной нумерации по всему документу. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

К пояснительной записке прилагается **Приложение,** в котором должны быть представлены иллюстрации всех носителей. Формат А4, вертикальная ориентация, подшивается в конец пояснительной записки.
В остальном оформление приложения специально не регламентируется.

# ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
# К ДИПЛОМНОМУ ПРОЕКТУ

## I. Комплекс визуальных коммуникаций

### 1. Анализ бренда (включает анализ рынка, определение целевой аудитории)

I.1. Описание бренда:
— Кратко о чем, какая категория, отрасль. Перечень продуктов и услуг, текущее положение на рынке.

— Актуальность и проблематика темы проекта (иллюстрация: как выглядит сейчас бренд), обоснование выбора темы.

— Цели и задачи проекта

I.2. Анализ рынка. Проводится анализ имеющих близкое функциональное назначение проектов, как находящихся на рынке в настоящее время, так и классических. Анализируются современные тенденции в оформлении подобных проектов. Делается вывод об уместности или неуместности тех или иных художественных, конструктивных и технологических решений.
Желательно наличие иллюстраций: примеры, подтверждающие аналитические выводы.

I.3. Ключевые особенности бренда и отличия от конкурентов.

I.4. Преимущества бренда и причины для доверия (если есть) у целевой аудитории.
*Например, 25 лет на рынке, работает самый известный технолог, по рецептам 18 века и тп.*

I.5. **Определение целевой аудитории.** Проводится анализ целевой аудитории проекта: визуальная культура, социальные особенности, покупательная способность.

1.6. Какую проблему целевой аудитории решает бренд?

1.7. Что мотивирует целевую аудиторию воспользоваться услугой / купить продукт/присоединиться к движению / посетить мероприятие и тп.

*2 этапа (пример):*
*1) первичная мотивация : купить продукты, чтобы поесть*
*2) глубинная: накормить семью, быть хорошей мамой*

*1) отвести ребёнка на выставку, отдохнуть*
*2) хочу чтобы мой ребёнок развивался*

*1)Мне нужно новое платье*
*2) Хочу нравиться мужчинам*

## 2. Заявление концепции проекта:

2.1 Характеристики бренда (они вытекают из вашего анализа аудитории, конкурентов и потребностей целевой аудитории). 3-4 характеристики!

*В характер нужно писать слова, которые можно визуализировать: Быстрый, точный, открытый, доверчивый, наивный, строгий, профессионал и тп.*

***НЕ ИСПОЛЬЗУЕМ ШАБЛОННЫЕ СЛОВА!***
*Если будем их использовать, то станем такие же как все. Задача подчеркнуть особенность именно вашего бренда, над которым вы работаете*.

2.2 Ключевая идея вашего бренда или предложение бренда. Кратко и емко, о чем вы, в чем особенность бизнеса или социального движения вашего проекта? Почему ваш продукт существует? **Лозунг или предложение.**

2.3. **Заявление концепции проекта.** Краткое ёмкое описание сущности вашего бренда, отображающее ключевое сообщение, посыл вашего бренда, характер и ценности, которые дарит потребителю.
Т.е. — соединяем все пункты вместе, формулируем ключевую идею вашего бренда, позиционирование.

## 3. Визуализация концепции

**Описание основных графических, композиционных и конструктивных приемов,** которые использованы в работе над проектом с учетом заявленной концепции, особенностей целевой аудитории, технологических требований и психологии визуального восприятия.

Отдельно необходимо пояснить связь разработанного знака / логотипа бренда с заявленной концепцией.

Объем: 1200–1500 зн.
Иллюстрации: этапы разработки и финальный облик проекта (8–10 шт.)

## 4. Разрабатываемые носители проекта:

Обозначение количества основных носителей бренда с указанием их функциональных и иерархических взаимоотношений: описание сценариев взаимодействия пользователя с элементами проекта (как пользователь переходит с одного носителя на другой, например, через плакаты или ролики попадает на сайт и тд какой носитель главный, какой второстепенный).

Определение внутренней структуры каждого из основных носителей бренда с указанием их функциональных и иерархических взаимоотношений; выявление типовых элементов, необходимых для разработки полного оформления проекта.
Объем: не менее 1500 зн.

## 5. Список изученных публикаций

Это список книг, статей в бумажном и электронном виде. В списке не должно быть ссылок на референсы.
Список литературы должен быть оформлен по ГОСТу (есть много сайтов, где можно прочитать эти требования, вот ссылка на один из них)

## II. Дизайн компьютерной игры

### 1. Описание игры, анализ рынка, определение целевой аудитории

1.1 Описание компьютерной игры.
Кратко о чем игра, какой жанр игры, платформа. Краткое описание сюжета и цели игры *(подробное описание сеттинга и геймплея в 4 разделе).*

— Актуальность и проблематика темы проекта, обоснование выбора темы.

— Цели и задачи проекта

1.2 Анализ рынка компьютерных игр. Проводится анализ имеющих близкое функциональное назначение проектов, как находящихся на рынке в настоящее время, так и классических. Анализируются современные тенденции в оформлении подобных проектов. Делается вывод об уместности или неуместности тех или иных художественных, конструктивных и технологических решений.

Желательно наличие иллюстраций: примеры, подтверждающие аналитические выводы.

1.3 Ключевые особенности проектируемой компьютерной игры и ее отличия от конкурентов.

1.4 Преимущества проектируемой компьютерной игры перед аналогами.

1.5 **Определение целевой аудитории.** Проводится анализ целевой аудитории проектируемой компьютерной игры: визуальная культура, социальные особенности, покупательная способность.

1.6. Какую проблему целевой аудитории решает проектируемая компьютерная игра?

1.7. Что мотивирует целевую аудиторию играть в данную компьютерную игру?

*2 этапа:*
*1) первичная мотивация*
*2) глубинная мотивация*

### 2. Заявление концепции компьютерной игры:

2.1 Ключевая идея вашей компьютерной игры. Кратко и емко, в чем особенность разрабатываемой игры? Почему ваш продукт должен существовать?

2.2. **Заявление концепции игры.** Краткое ёмкое описание сущности вашего проекта, отображающее ключевое сообщение, посыл вашего проекта, характер и ценности, которые дарит потребителю.
Т.е. — соединяем все пункты вместе, формулируем ключевую идею вашего проекта.

## 3. Визуализация концепции компьютерной игры

**Описание основных графических, композиционных и конструктивных приемов,** которые использованы в работе над проектом с учетом заявленной концепции, особенностей целевой аудитории, технологических требований и психологии визуального восприятия.
Объем: 1200–1500 зн.
Иллюстрации: этапы разработки и финальный облик проекта (8–10 шт.)

## 4. Структура компьютерной игры

**4.1 Описание сеттинга игры** — среда, в которой происходит действие компьютерной игры, место, время и условия действия.

4.2 Краткое описание геймплея игры — описать правила взамодействия игрока с игровым миром.

4.3 Обозначение количества основных структурных элементов проекта (основное меню, основные локации и т.д.), с указанием их функциональных и иерархических взаимоотношений.

## 5. Список изученных публикаций

Это список книг, статей в бумажном и электронном виде. В списке не должно быть ссылок на референсы.
Список литературы должен быть оформлен по ГОСТу (есть много сайтов, где можно прочитать эти требования, вот ссылка на один из них)