

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет



УТВЕРЖДАЮ:
Декан филологического факультета

И.В. Тубалова

« 30 » 08 2024 г.

Оценочные материалы по дисциплине

Визуальный сторителлинг и дизайн

по направлению подготовки

42.04.03 Издательское дело

Направленность (профиль) подготовки:

Управление контентом и медиапроектами

Форма обучения

Очная

Квалификация

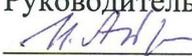
Контент-продюсер – медиаменеджер

Год приема

2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 И.А. Айзикова

Председатель УМК

 Ю.А. Тихомирова

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– БК-2 Способен использовать научные методы для решения профессиональных задач

– ПК-1 Способен создавать информационно-воздействующие медиатексты и (или) медиапродукты разных видов, жанров, стилей, форматов

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОБК-2.1 Знает основные методы научных исследований

РОПК-1.1 Знает задачи, особенности, методы, техники создания информационно-воздействующих медиатекстов и (или) медиапродуктов разных видов, жанров, стилей, форматов

РОПК-1.2 Умеет собирать и анализировать информацию для создания информационно-воздействующих медиатекстов и (или) медиапродуктов разных видов, жанров, стилей, форматов; использовать навыки письма на русском литературном языке для создания вербальных информационно-воздействующих медиатекстов и (или) медиапродуктов разных видов, жанров, стилей, форматов; создавать иные (кроме вербальных) информационно-воздействующие медиатексты и (или) медиапродукты разных видов, жанров, стилей, форматов

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля:

- визуальный диктант;
- редакторская работа;
- эссе;
- творческие задания;
- аналитический обзор.

Далее следует описать каждый элемент (формулировки задач, темы рефератов и др.) с указанием кодов проверяемых индикаторов достижения компетенций и критерии его оценивания, привести ключи правильных ответов или принцип построения правильного ответа (по возможности).

Задание 1:

1. Переписать текст, убирая лишние детали, добавляя драму, человечность и цепляющие моменты, так чтобы текст было интересно читать.

Текст 1.

Когда я была маленькая, мы жили с бабушкой и дедушкой. Ну с родителями и с бабушкой и дедушкой. И там всё время шел телевизор. И однажды по телевизору было интервью, которое давал, был такой актер Александр Абдулов. Я не знаю. Почему-то он мне как-то нравился в каких-то фильмах я его запоминала, будучи ребенком. И он давал интервью, по моему тогда главным интервьюером страны была Оксана Пушкина. И он ей рассказывал, что иногда сидит и размышляет о том, сколько в жизни раз он уже проживал лето и сколько в жизни ему примерно ещё осталось прожить лето. Иногда я задумываюсь над этим вопросом и это вообще бодрит. И немножко меняет угол зрения на жизнь.

Текст 2.

Для нас, потомков, — не историков, не увлеченных процессом изыскания и потому с незатемненным здравым смыслом созерцающих событие, причины его представляются в

неисчислимом количестве. Чем больше мы углубляемся в изыскание Причин, тем больше нам их открывается, и всякая отдельно взятая причина или Целый ряд причин представляются нам одинаково справедливыми сами по себе, и одинаково ложными по своей ничтожности в сравнении с громадностью события, и одинаково ложными по недействительности своей (без участия всех других совпавших причин) произвести совершившееся событие. Такой же причиной, как отказ Наполеона отвести свои войска за Вислу и отдать назад герцогство Ольденбургское, представляется нам и желание или нежелание первого французского капрала поступить на вторичную службу: ибо, ежели бы он не захотел идти на службу и не захотел бы другой, третий, и тысячный капрал и солдат, настолько менее людей было бы в войске Наполеона, и войны не могло бы быть. Ежели бы Наполеон не оскорбился требованием отступить за Вислу и не велел наступать войскам, не было бы войны; но ежели бы все сержанты не пожелали поступить на вторичную службу, тоже войны не могло бы быть. Также не могло бы быть войны, ежели бы не было интриг Англии и не было бы принца Ольденбургского и чувства оскорбления в Александре, и не было бы самодержавной власти в России, и не было бы французской революции и последовавших диктаторства и империи, и всего того, что произвело французскую революцию, и так далее. Без одной из этих причин ничего не могло бы быть. Стало быть, причины эти все — миллиарды причин — совпали для того, чтобы произвести то, что было. И, следовательно, ничто не было исключительной причиной события, а событие должно было совершиться только потому, что оно должно было совершиться. Должны были миллионы людей, отрекшись от своих человеческих чувств и своего разума, идти на Восток с Запада и убивать себе подобных, точно так же, как несколько веков тому назад с Востока на Запад шли толпы людей, убивая себе подобных(Отрывок из романа Л. Толстого «Война и мир»).

Ключи:

Текст первый (возможный вариант улучшения):

Однажды, в детстве, я смотрела интервью с Александром Абдуловым. Один его вопрос пронзил меня: «Сколько раз в жизни я еще увижу лето?» Теперь этот вопрос время от времени всплывает в моей голове. Сколько раз я буду наслаждаться солнцем, смеяться на пляже с семьей, есть мороженое на траве, петь любимые песни на фестивалях с друзьями? Я не знаю, сколько раз еще переживу эти моменты, но знаю точно: каждое лето должно стать особенным. Важно проживать его, как будто оно последнее, ценить каждый день, каждое мгновение.

Текст второй (возможный вариант улучшения):

История полна причин, которые могли бы всё изменить. Если бы Наполеон отступил, если бы один солдат не пошел на службу, если бы не было интриг Англии или обиды Александра — войны могло бы не быть. Но все эти причины сложились вместе. И миллионы людей пошли на смерть, как веками раньше другие народы шли убивать своих соседей. Всё это кажется неизбежным, как будто сама судьба управляла руками тех, кто терял рассудок в борьбе за власть. Иногда, чтобы понять прошлое, нужно увидеть, что каждый шаг, каждый выбор вёл к тому, что было предопределено.

Критерии оценивания:

Сжатие и ясность (текст сокращен без потери смысла), сохранение ключевой идеи, эмоциональная глубина и накал, легкость восприятия (текст стал легче для восприятия, без сложных конструкций и перегруженных фраз).

Задание 2:

Доделать визуальный диктант (начало посмотреть в записи лекции: сделать зарисовку к истории/заголовку - найти образ/метафору): создать или подобрать изображение (фотография/иллюстрация/символ/персонаж/текстура и тд), которое будет визуально усиливать историю. Заверстать в фигме (приложив скетч и готовую работу) и выгрузить jpeg. Отметить откуда вы взяли (или где создали) изображение. Под каждый заголовок используйте разные источники изображений и разные виды визуала. Кратко под каждым написать почему использовали именно этот вид визуала.

Заголовки/истории:

1. Обложка к статье «Наедине с собой. Собрали техники, которые помогут перезагрузиться и расслабиться».
2. Проиллюстрировать цитату «Мне хотелось выть от нежности, от нежности, которая никак не могла просто и удобно во мне уместиться, а застревала в дверях, громоздкая, с хрупкими углами, ненужная никому.» (В. Набоков)
3. Проиллюстрируйте абзац с сайта «Бурную деятельность ведут наши хранители детской литературы – ОПГ «Ясельки»: ребята не только высокопрофессионально курируют полочки детского отдела, но еще и регулярно проводят творческие мастер-классы для малышей и подростков».
4. Проиллюстрируйте короткий рассказ: «Она ненавидела их! Их всех! Их маски не скрывали радости, когда их похотливые руки прижимали ее, чтобы он мог заняться ею. Боль была невыносима. Но он не останавливался, продолжал совершать над ней этот чудовищный обряд. Её крики лишь подбадривали его. Она знала, что если не уступит, то смерть будет неизбежной. Наконец, довольный, он сказал: «Мальчик». (Том Макгрейн).
5. Обложка к статье «Гормоны счастья. Как устанавливать границы в отношениях, избегая конфликты».

Критерии оценивания:

Соответствие образа/метафоры теме (изображение точно передает суть заголовка или текста и усиливает его эмоциональное или смысловое содержание), оригинальность и креативность (необычное и уникальное использование образов, проявление индивидуального стиля), техническое исполнение (аккуратная верстка в Figma, грамотное размещение элементов), визуальная гармония (сбалансированность изображения с текстом, правильное распределение акцентов), разнообразие источников и стилей (использование различных типов изображений и источников для каждого заголовка), аргументация выбора (логичное объяснение, почему выбран именно этот визуал), эмоциональное воздействие (изображение вызывает отклик у аудитории, усиливая историю), источник и оригинальность изображения (указание происхождения изображения или его самостоятельное создание, демонстрация работы с источниками).

Задание 3:

1. Сделать 2 мудборда: первый – для случайного явления (список ниже, выбрать через генератор случайных чисел <https://randstuff.ru/number/>), второй – для вашего проекта/работы. Проявите креатив, экстрим и смелость. Взгляните на привычные явления под другим углом.

Мудборд создавайте в figma или google presentation. Мудборд включает в себя подборку

изображений (не менее 15-20), а также письменное описание, которое характеризует концепцию.

Список рандомных явлений:

1. *Мир*
2. *Гнев*
3. *Секрет*
4. *Глобальное потепление*
5. *Коррупция*
6. *Изобретательность*
7. *Неравенство*
8. *Тоска*
9. *Радуга*
10. *Виртуальное искусство*
11. *Неолуддизм*
12. *Психическое здоровье*
13. *Эксперимент*
14. *Риск*
15. *Лень*
16. *Любопытство*
17. *Цифровые технологии*

Критерии оценивания:

Оригинальность концепции (насколько нестандартно и креативно был рассмотрен выбранный объект или проект, проявление смелого подхода и неожиданных решений), качество визуального подбора (насколько тщательно и разнообразно были подобраны изображения, их соответствие заявленной концепции и гармоничное сочетание друг с другом), четкость и глубина письменного описания (насколько ясно и полно описание передает основную идею мудборда, насколько оно помогает лучше понять концепцию и связи между изображениями), техническое исполнение и композиция (правильное использование инструментов Figma или Google Presentation, аккуратность верстки, визуальная структура и оформление мудбордов).

2. Фотопрогулка: Выйти гулять и фотографировать предметы одного цвета (выберите любимый: красный/синий/розовый/зеленый и тд). Выбирайте разные композиции для главного героя (цвета). Экспериментируйте. Обращайте внимание на детали и настроение. Фотографии сверстать в сетку инстаграма 3x4 (минимум 12 фотографий). Рекомендую сделать большее количество фотографий 20-25, чтобы можно было выбрать во время верстки.

Критерии оценивания:

Композиция и эксперименты с расположением, качество фотографий и внимание к деталям (резкость, освещение, фокусировка, насколько фотографии технически качественны и визуально привлекательны), сетка и визуальная целостность (насколько гармонично фотографии смотрятся вместе, согласованность общего визуального стиля и сочетание фотографий в серии).

Задание 4:

1. Формат эссе. В этом задании на первом этапе не пользуйтесь интернетом и другими подсказками, сначала напишите все как помните сами – это важная часть анализа брендинга. Первоначально сравните образы, которые остались у вас в памяти с реальными символами бренда, вне зависимости от того помните или нет.

Какой у вас любимый бренд и почему? Расскажите его историю/позиционирование/характер бренда (Напишите как помните (или как сами его считаете). Далее с использованием интернета сделайте небольшую выжимку в пару предложений как бренд себя позиционирует официально: в соцсетях/сайте/СМИ). Проанализируйте и напишите выводы. Вторая часть: какой бренд вы порекомендуете другу (и почему?). Проанализируйте, чем вас цепляет бренд. Какие эмоции вы испытываете? Чувствуете ли вы причастность к бренду?

Критерии оценивания:

Анализ официального позиционирования (способность сравнить собственные воспоминания с официальной информацией, точность выжимки, умение выделить ключевые аспекты позиционирования), логика и глубина выводов (насколько логично и глубоко проанализированы различия между собственным восприятием и официальной позицией бренда), структурность, четкость, эмоциональность всего эссе.

2. Выберите один день и фотографируйте все бренды, которые вас окружают (абсолютно все, начиная с момента как вы открываете глаза и заканчивая тем – как вы ложитесь спать). Не выбирайте специальный день, он должен быть обычным, даже если вы работаете из дома. Загрузите фотографии в любой облачный сервис и пришлите ссылку. Опишите ваши впечатления и эмоции от этого задания.

Критерии оценивания:

Полнота и разнообразие зафиксированных брендов (охват разных брендов и предметов в течение дня), анализ впечатлений от окружающих брендов (глубина размышлений о влиянии брендов на повседневную жизнь), логика и структура описания (ясность, последовательность и логичность изложения мыслей).

Задание

5:

Ответить потенциальным заказчиком.

1. Привет! Мы — крупный интернет-магазин одежды и аксессуаров. В преддверии Черной пятницы мы планируем активную рекламную кампанию в соцсетях, и нам нужно разработать контент-план для Instagram, TikTok и YouTube на следующие 2 недели. Основные акценты — динамичные видео, обзор наших бестселлеров и коллаборации с блогерами. Можете ли вы предложить нам стратегию, рассчитанную на молодежную аудиторию (18-30 лет), с разбивкой по типам контента и каналам распространения? Необходимо также указать примерную стоимость услуг SMM и продакшн-команды.

2. Мы — стартап, занимающийся разработкой мобильного приложения для изучения языков. Наша целевая аудитория — миллениалы и зумеры. Нам требуется разработать концепцию и реализовать серию статей для блога и email-рассылки на тему «Как технологии меняют подход к обучению». Задача — привлечь внимание потенциальных инвесторов и пользователей. Можете ли вы предложить контент-стратегию и примерные темы статей? Укажите возможные сроки выполнения и бюджет.

3. Ищу специалиста для ведения медиапроекта на YouTube. Канал посвящен разбору киноклассики. Нужен контент-мейкер, который предложит рубрики для канала, а также сценарии для видео на 5-7 минут, ориентированные на молодую аудиторию. Тематика первых видео — фильмы 80-х годов. Ожидаем также предложения по продакшн-команде и примерной стоимости производства.

4. Здравствуйте! Мы — ресторанная сеть, и нам нужно разработать серию рекламных публикаций для социальных сетей с целью продвижения нового меню завтраков. Хотелось бы увидеть креативные концепции с акцентом на «утреннюю атмосферу» и здоровое питание. Можете ли вы предложить визуальные решения, темы для постов, а также примерную стоимость разработки контента?

5. Ищу медиапродюсера для создания подкаста, посвященного предпринимательству. Планируется серия из 10 выпусков по 20 минут каждый. Задача: привлечь внимание малого и среднего бизнеса, рассказать истории успеха и дать полезные советы. Мне нужна помощь в продюсировании — от разработки концепции и поиска спикеров до подготовки сценариев и записи выпусков. Какова будет стоимость вашего участия в проекте и срок реализации?

Задание 6:

Выберите 2 эпохи, в которой вы бы хотели жить (Любую страну, любое время, любую компанию людей. XXI век не берем). Аргументируйте свой выбор, покажите связь с личными/профессиональными предпочтениями. Проанализируйте какие тогда существовали визуальные истории: где применяли и в чем их особенности? Соберите небольшую презентацию (figma/google presentation) с примерами (от 3 до 10 слайдов на каждую эпоху) и пришлите на нее ссылку. Вы можете выбрать любой жанр для повествования.

Критерии оценивания:

Глубина анализа эпох и визуальных историй (насколько подробно и точно представлены особенности визуальных историй каждой эпохи, понимание их культурного значения), креативность и оригинальность выбора эпох (нестандартный выбор эпох и их связь с личными предпочтениями), качество визуального контента и презентации (эстетика, уместность и качество изображений, четкость примеров), структурированность и логика повествования (ясность изложения, логичность переходов между слайдами, доступность материала).

Задание 7:

1. Написать драфт креативной концепции. Придумать метафору и сделать mind map карту, начать собирать мудборд. Это задание начало вашей финальной работы на зачет.

Критерии оценивания:

Оригинальность креативной концепции (потенциал идеи для развития в рамках проекта), логичность и структурированность mind map (четкость взаимосвязей между элементами концепции, ясное изложение мыслей), метафоричность (насколько удачна и понятна предложенная метафора в контексте проекта), начальный мудборд (качество и уместность подобранных визуальных элементов, соответствие креативной концепции).

2. Фотопрогулка 2: Выйти гулять и фотографировать одну форму предмета (круг/квадрат) или один тип предмета (мусорки/двери и т.д). Тут старайтесь фотографировать всегда в одной композиции: предмет всегда в центре. Придумайте простой концепт или выберите настроение, которое будет отображать ролик, подберите соответствующую музыку. Далее сделать мини клип: стоп-моушен анимацию (пример <https://vimeo.com/923831215>). Как сделать клип смотреть тут: <https://www.youtube.com/watch?v=Lo6r-11VaXE>

Критерии оценивания:

Консистентность выбранной формы или типа предмета (насколько четко следовали выбранной концепции на протяжении всех снимков), композиция и качество фотографий (эстетичность, четкость и правильное использование центральной композиции), соответствие настроения и выбранной музыки (насколько музыка и визуальный ряд поддерживают заданное настроение).

Задание 8:

Придумать офлайн мероприятие для 2 брендов (Один бренд из списка обязательно, второй можете взять любой). Не допускается прописывать мероприятия, которые уже делает бренд. Мероприятие должно быть продолжением уже существующей концепции бренда. Сделать презентацию, в которой раскрыты следующие пункты: описание мероприятия, на какую ценность/идею работает, ЦА мероприятия, цель мероприятия, фишки, игровые механики, какие критерии оценки успешности мероприятия, где и как будет его анонсировать и рассказывать об итогах.

Бренды:

1. Мелодия
2. Чистая линия
3. Вкусвилл
4. Кинопоиск
5. Магнит Косметик
6. Сноб (Журнал)
7. Немолоко
8. Булочная Ф. Вольчека
9. М-видео
10. Авито
11. Архыз
12. Правила жизни (ex. Esquire)
13. Эрмитаж
14. Avgvst (украшения)
15. Lime (одежда)

Критерии оценивания:

Актуальность и оригинальность идеи (идея мероприятия соответствует концепции выбранного бренда, оригинальна и не повторяет уже существующие мероприятия бренда, а также является продолжением или развитием существующей концепции бренда), формулировка мысли, оригинальность и креативность, визуальная составляющая, практическая реализация (реалистичность предложенного мероприятия и возможность его реализации).

Задание 9:

1. Обратит внимание на окружающий нас мир и найти парейдолические образы: в абстрактных неодушевленных объектах/природных объектах/архитектурных формах/текстурах или узорах видны лица и фигуры. Собрать за неделю 15-20 образов. В любом редакторе при необходимости обрисовать фигуру, добавить элементы.

2. Личный миф: Придумайте миф или легенду, основанную на вашем жизненном опыте или интересах. Включите элементы, которые показывают ваши личные ценности и увлечения. Напишите историю в 1-2 абзацах и подберите 5-7 предметов, которые могут визуально представлять эту историю. Сфотографируйте эти предметы и создайте коллаж. Завершайте эту историю в фигме. Вдохновитесь коллажем: телеграм-канал (@todaywewillcollage), сайт Джоаны Гудман (<https://www.johannagoodman.com>), pinterest

3. Форма и текстура: Найдите три предмета в вашем доме с интересной формой и текстурой. Каждый из этих предметов станет главным героем истории (не обязательно использовать его в прямом смысле объект, это может быть абстрактный герой или даже настроение/тон текста). Предмет и настроение истории должны совпадать и усиливать друг друга. Завершайте в фигме историю вместе с фотографией предмета.

Задание 10:

1. Найти 3-5 креатива (креативных бренда/реализации креативной концепции) в нише в которой вы работаете/в которой ваш проект. Опишите кейс, подберите фотографии/визуализации. Проанализировать и описать, что считаете особенно удачным и почему.

Критерии оценивания:

Четкость и глубина письменного описания, умение анализировать и приводить аргументы.

2. Второй заход по написанию креативной концепции. Отработать комментарии к первой концепции, дописать и отправить повторно на проверку.

Критерии оценивания:

Оригинальность креативной концепции (потенциал идеи для развития в рамках проекта), логичность и структурированность mind map (четкость взаимосвязей между элементами концепции, ясное изложение мыслей), метафоричность (насколько удачна и понятна предложенная метафора в контексте проекта), начальный мудборд (качество и уместность подобранных визуальных элементов, соответствие креативной концепции), внимательность к комментариям, целостность концепции, применение полученных знаний.

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

В этом разделе следует описать форму и структуру промежуточной аттестации, перечислить вопросы, задачи или задания, выносимые на зачет или экзамен, описать критерии оценивания ответов.

Структура экзамена должна соответствовать компетентностной структуре дисциплины. При описании системы оценивания итогового контроля по дисциплине необходимо продемонстрировать достижение всех запланированных индикаторов – результатов обучения.

Также необходимо описать каким образом текущий контроль влияет на промежуточную аттестацию (студент имеет право проходить промежуточную аттестацию вне зависимости от результатов текущей успеваемости) и в каком случае ставится оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

В случае применения балльно-рейтинговой системы необходимо описать механизм перевода оценки в пятибалльную шкалу. Балльно-рейтинговая система должна учитывать результаты текущего контроля и промежуточной аттестации и на промежуточную аттестацию должно отводиться не более 40% рейтинга.

Экзаменационная работа состоит из презентации креативной концепции проекта.

В работе письменно должны быть описаны и проиллюстрированы следующие пункты: анализ конкурентов, описание сути и миссии бренда, ценности бренда, ДНК – бренда, создан мудборд, прописана креативная концепция, стратегия позиционирования бренда на разных площадках, список возможных партнеров, блогеров и коллабораций, примеры проектов работы в онлайн и офлайн. Критерии оценки: полнота раскрытия темы (соответствие содержания заявленным пунктам, глубина анализа), логичность и структурированность (последовательность изложения, ясность и четкость аргументов), соответствие креативной концепции и стратегии позиционирования заданным целям и миссии бренда.

Визуальная часть презентации оценивается отдельно. Критерии оценки: эстетическая составляющая, отражающая суть проекта, понятность, содержательность, эмоциональное воздействие и креативные ходы. Эстетическая составляющая (качество графики, соответствие визуальных элементов сути проекта), понятность: легкость восприятия и интерпретации представленного материала, содержательность: полнота иллюстраций, поддерживающих текстовую часть, креативные решения и новизна визуальных подходов, эмоциональное воздействие и привлечение внимания.

В ходе защиты кейса необходимо ответить на возникшие вопросы одногруппников (дополнительная активность в виде вопросов от группы поощряется баллами). Критерии оценивания: полнота и точность ответов (ответы должны демонстрировать глубокое понимание темы), ясность и логичность: структура ответов, отсутствие противоречий, умение аргументировать и обосновывать свои решения.

Еще одна часть работы предполагает активное слушание презентаций других студентов и возможность задать вопрос одногруппнику. Критерии оценивания: вопрос должен быть содержательным и актуальным для обсуждаемой темы, проявление критического мышления и внимания к деталям.

Сама презентация будет 5-7 минут + 2-3 минуты на вопросы.

Финальная работа оценивается (максимум 25 баллов):

1. Содержание презентации (0-15)
2. Визуальная часть презентации (0-7)
3. Ответы на вопросы (0-3)
4. Задать вопрос одногруппнику (1б за вопрос, можно заработать до 5 баллов)

Оценка «отлично» выставляется, если набрано 23-25 баллов.

Оценка «хорошо» выставляется, если набрано 18-22 баллов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если 15-17 баллов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если меньше 15 баллов.

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Оценочные материалы для проверки остаточных знаний могут быть использованы для формирования программы ГИА (программы государственного экзамена), а также экспертом Рособрнадзора при проведении проверки диагностической работы по оценке уровня сформированности компетенций обучающихся (при контрольно-надзорной проверке). Вопросы данного раздела показывают вклад дисциплины в образовательный результат образовательной программы. Объем заданий в данном разделе зависит как от количества формируемых индикаторов достижения компетенций, так и от объема дисциплины по учебному плану.

Задание 4.1 (РОБК-2.1):

1. Формат эссе. В этом задании на первом этапе не пользуйтесь интернетом и другими подсказками, сначала напиши все как помнишь сами – это важная часть анализа брендинга. Первоначально сравнить образы, которые остались у вас в памяти с реальными символами бренда, вне зависимости от того помните или нет.

Какой у вас любимый бренд и почему? Расскажите его историю/позиционирование/характер бренда (Напишите как помните (или как сами его считаете). Далее с использованием интернета сделайте небольшую выжимку в пару предложений как бренд себя позиционирует официально: в соцсетях/сайте/СМИ). Проанализируйте и напишите выводы. Вторая часть: какой бренд вы порекомендуете другу (и почему?). Проанализируйте, чем вас цепляет бренд. Какие эмоции вы испытываете? Чувствуете ли вы причастность к бренду?

Критерии оценивания:

Анализ официального позиционирования (способность сравнить собственные воспоминания с официальной информацией, точность выжимки, умение выделить ключевые аспекты позиционирования), логика и глубина выводов (насколько логично и глубоко проанализированы различия между собственным восприятием и официальной позицией бренда), структурность, четкость, эмоциональность всего эссе.

Задание 6 (РОБК-2.1, РОПК-1.2):

Выберите 2 эпохи, в которой вы бы хотели жить (Любую страну, любое время, любую компанию людей. XXI век не берем). Аргументируйте свой выбор, покажите связь с личными/профессиональными предпочтениями. Проанализируйте какие тогда существовали визуальные истории: где применяли и в чем их особенности? Соберите

небольшую презентацию (figma/google presentation) с примерами (от 3 до 10 слайдов на каждую эпоху) и пришлите на нее ссылку. Вы можете выбрать любой жанр для повествования.

Критерии оценивания:

Глубина анализа эпох и визуальных историй (насколько подробно и точно представлены особенности визуальных историй каждой эпохи, понимание их культурного значения), креативность и оригинальность выбора эпох (нестандартный выбор эпох и их связь с личными предпочтениями), качество визуального контента и презентации (эстетика, уместность и качество изображений, четкость примеров), структурированность и логика повествования (ясность изложения, логичность переходов между слайдами, доступность материала).

Задание 8 (РОПК-1.2):

Придумать офлайн мероприятие для 2 брендов (Один бренд из списка обязательно, второй можете взять любой). Не допускается прописывать мероприятия, которые уже делает бренд. Мероприятие должно быть продолжением уже существующей концепции бренда. Сделать презентацию, в которой раскрыты следующие пункты: описание мероприятия, на какую ценность/идею работает, ЦА мероприятия, цель мероприятия, фишки, игровые механики, какие критерии оценки успешности мероприятия, где и как будет его анонсировать и рассказывать об итогах.

Бренды:

1. Мелодия
2. Чистая линия
3. Вкусвилл
4. Кинопоиск
5. Магнит Косметик
6. Сноб (Журнал)
7. Немолоко
8. Булочная Ф. Вольчека
9. М-видео
10. Авито
11. Архыз
12. Правила жизни (ex. Esquire)
13. Эрмитаж
14. Avgvst (украшения)
15. Lime (одежда)

Критерии оценивания:

Актуальность и оригинальность идеи (идея мероприятия соответствует концепции выбранного бренда, оригинальна и не повторяет уже существующие мероприятия бренда, а также является продолжением или развитием существующей концепции бренда), формулировка мысли, оригинальность и креативность, визуальная составляющая, практическая реализация (реалистичность предложенного мероприятия и возможность его реализации).

Задание 1 (РОПК-1.1):

1. Переписать текст, убирая лишние детали, добавляя драму, человечность и цепляющие моменты, так чтобы текст было интересно читать.

Текст

1.

Когда я была маленькая, мы жили с бабушкой и дедушкой. Ну с родителями и с бабушкой и дедушкой. И там всё время шел телевизор. И однажды по телевизору было интервью, которое давал, был такой актер Александр Абдулов. Я не знаю. Почему-то он мне как-то нравился в каких-то фильмах я его запоминала, будучи ребенком. И он давал интервью, по моему тогда главным интервьюером страны была Оксана Пушкина. И он ей рассказывал, что иногда сидит и размышляет о том, сколько в жизни раз он уже прожил лето и сколько в жизни ему примерно ещё осталось прожить лето. Иногда я задумываюсь над этим вопросом и это вообще бодрит. И немножко меняет угол зрения на жизнь.

Текст 2.

Для нас, потомков, — не историков, не увлеченных процессом изыскания и потому с незатемненным здравым смыслом созерцающих событие, причины его представляются в неисчислимом количестве. Чем больше мы углубляемся в изыскание Причин, тем больше нам их открывается, и всякая отдельно взятая причина или Целый ряд причин представляются нам одинаково справедливыми сами по себе, и одинаково ложными по своей ничтожности в сравнении с громадностью события, и одинаково ложными по недействительности своей (без участия всех других совпавших причин) произвести совершившееся событие. Такой же причиной, как отказ Наполеона отвести свои войска за Вислу и отдать назад герцогство Ольденбургское, представляется нам и желание или нежелание первого французского капрала поступить на вторичную службу: ибо, ежели бы он не захотел идти на службу и не захотел бы другой, третий, и тысячный капрал и солдат, настолько менее людей было бы в войске Наполеона, и войны не могло бы быть. Ежели бы Наполеон не оскорбился требованием отступить за Вислу и не велел наступать войскам, не было бы войны; но ежели бы все сержанты не пожелали поступить на вторичную службу, тоже войны не могло бы быть. Также не могло бы быть войны, ежели бы не было интриг Англии и не было бы принца Ольденбургского и чувства оскорбления в Александре, и не было бы самодержавной власти в России, и не было бы французской революции и последовавших диктаторства и империи, и всего того, что произвело французскую революцию, и так далее. Без одной из этих причин ничего не могло бы быть. Стало быть, причины эти все — миллиарды причин — совпали для того, чтобы произвести то, что было. И, следовательно, ничто не было исключительной причиной события, а событие должно было совершиться только потому, что оно должно было совершиться. Должны были миллионы людей, отрекшись от своих человеческих чувств и своего разума, идти на Восток с Запада и убивать себе подобных, точно так же, как несколько веков тому назад с Востока на Запад шли толпы людей, убивая себе подобных(Отрывок из романа Л. Толстого «Война и мир»).

Ключи:

Текст первый (возможный вариант улучшения):

Однажды, в детстве, я смотрела интервью с Александром Абдуловым. Один его вопрос пронзил меня: «Сколько раз в жизни я еще увижу лето?» Теперь этот вопрос время от времени всплывает в моей голове. Сколько раз я буду наслаждаться солнцем, смеяться на пляже с семьей, есть мороженое на траве, петь любимые песни на фестивалях с друзьями? Я не знаю, сколько раз еще переживу эти моменты, но знаю точно: каждое лето должно стать особенным. Важно проживать его, как будто оно последнее, ценить каждый день, каждое мгновение.

Текст второй (возможный вариант улучшения):

История полна причин, которые могли бы всё изменить. Если бы Наполеон отступил, если бы один солдат не пошел на службу, если бы не было интриг Англии или обиды Александра — войны могло бы не быть. Но все эти причины сложились вместе. И миллионы людей пошли на смерть, как веками раньше другие народы шли убивать своих соседей. Всё это кажется неизбежным, как будто сама судьба управляла руками тех, кто терял рассудок в борьбе за власть. Иногда, чтобы понять прошлое, нужно увидеть, что каждый шаг, каждый выбор вёл к тому, что было predetermined.

Критерии оценивания:

Сжатие и ясность (текст сокращен без потери смысла), сохранение ключевой идеи, эмоциональная глубина и накал, легкость восприятия (текст стал легче для восприятия, без сложных конструкций и перегруженных фраз).

Задание 2 (РОПК-1.1, РОПК-1.2):

Доделать визуальный диктант (начало посмотреть в записи лекции: сделать зарисовку к истории/заголовку - найти образ/метафору): создать или подобрать изображение (фотография/иллюстрация/символ/персонаж/текстура и тд), которое будет визуально усиливать историю. Заверстать в фигме (приложив скетч и готовую работу) и выгрузить jpeg. Отметить откуда вы взяли (или где создали) изображение. Под каждый заголовок используйте разные источники изображений и разные виды визуала. Кратко под каждым написать почему использовали именно этот вид визуала.

Заголовки/истории:

1. Обложка к статье «Наедине с собой. Собрали техники, которые помогут перезагрузиться и расслабиться».
2. Проиллюстрировать цитату «Мне хотелось выть от нежности, от нежности, которая никак не могла просто и удобно во мне уместиться, а застревала в дверях, громоздкая, с хрупкими углами, ненужная никому.» (В. Набоков)
3. Проиллюстрируйте абзац с сайта «Бурную деятельность ведут наши хранители детской литературы – ОПГ «Ясельки»: ребята не только высокопрофессионально курируют полочки детского отдела, но еще и регулярно проводят творческие мастер-классы для малышей и подростков».
4. Проиллюстрируйте короткий рассказ: «Она ненавидела их! Их всех! Их маски не скрывали радости, когда их похотливые руки прижимали ее, чтобы он мог заняться ею. Боль была невыносима. Но он не останавливался, продолжал совершать над ней этот чудовищный обряд. Её крики лишь подбадривали его. Она знала, что если не уступит, то смерть будет неизбежной. Наконец, довольный, он сказал: «Мальчик». (Том Макгрейн).
5. Обложка к статье «Гормоны счастья. Как устанавливать границы в отношениях, избегая конфликты».

Критерии оценивания:

Соответствие образа/метафоры теме (изображение точно передает суть заголовка или текста и усиливает его эмоциональное или смысловое содержание), оригинальность и креативность (необычное и уникальное использование образов, проявление индивидуального стиля), техническое исполнение (аккуратная верстка в Figma, грамотное размещение элементов), визуальная гармония (сбалансированность изображения с текстом, правильное распределение акцентов), разнообразие источников и стилей (использование различных типов изображений и источников для каждого заголовка), аргументация выбора (логичное объяснение, почему выбран именно этот визуал),

эмоциональное воздействие (изображение вызывает отклик у аудитории, усиливая историю), источник и оригинальность изображения (указание происхождения изображения или его самостоятельное создание, демонстрация работы с источниками).

Задание 3 (РОПК-1.1, РОПК-1.2):

1. Сделать 2 мудборда: первый – для случайного явления (список ниже, выбрать через генератор случайных чисел <https://randstuff.ru/number/>), второй – для вашего проекта/работы. Проявите креатив, экстрим и смелость. Взгляните на привычные явления под другим углом.

Мудборд создавайте в figma или google presentation. Мудборд включает в себя подборку изображений (не менее 15-20), а также письменное описание, которое характеризует концепцию.

Список случайных явлений:

1. Мир
2. Гнев
3. Секрет
4. Глобальное потепление
5. Коррупция
6. Изобретательность
7. Неравенство
8. Тоска
9. Радуга
10. Виртуальное искусство
11. Неолуддизм
12. Психическое здоровье
13. Эксперимент
14. Риск
15. Лень
16. Любопытство
17. Цифровые технологии

Критерии оценивания:

Оригинальность концепции (насколько нестандартно и креативно был рассмотрен выбранный объект или проект, проявление смелого подхода и неожиданных решений), качество визуального подбора (насколько тщательно и разнообразно были подобраны изображения, их соответствие заявленной концепции и гармоничное сочетание друг с другом), четкость и глубина письменного описания (насколько ясно и полно описание передает основную идею мудборда, насколько оно помогает лучше понять концепцию и связи между изображениями), техническое исполнение и композиция (правильное использование инструментов Figma или Google Presentation, аккуратность верстки, визуальная структура и оформление мудбордов).

Задание 9.2 и 9.3 (РОПК-1.1, РОПК-1.2):

2. Личный миф: Придумайте миф или легенду, основанную на вашем жизненном опыте или интересах. Включите элементы, которые показывают ваши личные ценности и

увлечения. Напишите историю в 1-2 абзацах и подберите 5-7 предметов, которые могут визуально представлять эту историю. Сфотографируйте эти предметы и создайте коллаж. Завершайте эту историю в фигме. Вдохновитесь коллажем: телеграм-канал (@todaywewillcollage), сайт Джоаны Гудман (<https://www.johannagoodman.com>), pinterest

3. Форма и текстура: Найдите три предмета в вашем доме с интересной формой и текстурой. Каждый из этих предметов станет главным героем истории (не обязательно использовать его в прямом смысле объект, это может быть абстрактный герой или даже настроение/тон текста). Предмет и настроение истории должны совпадать и усиливать друг друга. Завершайте в фигме историю вместе с фотографией предмета.

Задание 5 (РОПК-1.2):

Ответить потенциальным заказчиком.

1. Привет! Мы — крупный интернет-магазин одежды и аксессуаров. В преддверии Черной пятницы мы планируем активную рекламную кампанию в соцсетях, и нам нужно разработать контент-план для Instagram, TikTok и YouTube на следующие 2 недели. Основные акценты — динамичные видео, обзор наших бестселлеров и коллаборации с блогерами. Можете ли вы предложить нам стратегию, рассчитанную на молодежную аудиторию (18-30 лет), с разбивкой по типам контента и каналам распространения? Необходимо также указать примерную стоимость услуг SMM и продакшн-команды.

2. Мы — стартап, занимающийся разработкой мобильного приложения для изучения языков. Наша целевая аудитория — миллениалы и зумеры. Нам требуется разработать концепцию и реализовать серию статей для блога и email-рассылки на тему «Как технологии меняют подход к обучению». Задача — привлечь внимание потенциальных инвесторов и пользователей. Можете ли вы предложить контент-стратегию и примерные темы статей? Укажите возможные сроки выполнения и бюджет.

3. Ищу специалиста для ведения медиапроекта на YouTube. Канал посвящен разбору киноклассики. Нужен контент-мейкер, который предложит рубрики для канала, а также сценарии для видео на 5-7 минут, ориентированные на молодую аудиторию. Тематика первых видео — фильмы 80-х годов. Ожидаем также предложения по продакшн-команде и примерной стоимости производства.

4. Здравствуйтесь! Мы — ресторанная сеть, и нам нужно разработать серию рекламных публикаций для социальных сетей с целью продвижения нового меню завтраков. Хотелось бы увидеть креативные концепции с акцентом на «утреннюю атмосферу» и здоровое питание. Можете ли вы предложить визуальные решения, темы для постов, а также примерную стоимость разработки контента?

5. Ищу медиапродюсера для создания подкаста, посвященного предпринимательству. Планируется серия из 10 выпусков по 20 минут каждый. Задача: привлечь внимание малого и среднего бизнеса, рассказать истории успеха и дать полезные советы. Мне нужна помощь в продюсировании — от разработки концепции и поиска спикеров до подготовки сценариев и записи выпусков. Какова будет стоимость вашего участия в проекте и срок реализации?

Информация о разработчиках

Суховерхова Ульяна Игоревна, магистр, фрилансер, иллюстратор-креатор-бренд-дизайнер