НАЗВАНИЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ:

Graphicmania Academy / Graphicmania OÜ

Номер уведомления о хозяйственной деятельности в области образования взрослых 250522. https://academy.graphicmania.ee/

1. Название учебной программы:

«Brand Designer: бренд от стратегии до гайдлайна по методике брендингового агентства»

2. Группа учебных программ:

0211 Audiovisuaalsed tehnikad ja meedia tootmine

Язык обучения:

Русский язык

3. Цель и достигаемые результаты обучения

ЦЕЛЬ. Научить участников вести бренд полным циклом брендингового агентства: от брифа и исследования до платформы бренда, айдентики и брендбука, и защищать решения перед клиентом.

Курс относится к разделу «Продвинутый дизайн» и продолжает «Углублённый курс по графическому дизайну». Он построен на методике брендингового агентства Graphicmania и реальных кейсах агентства. Каждая лекция сопровождается практикой, и все задания выполняются на одном бренде, поэтому к концу курса у учащегося готов бренд под ключ. Claude помогает в исследовании, нейминге и оформлении, а решения и их проверку учащийся делает сам.

ДОСТИГАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ.

На момент окончания курса учащийся:

• проводит брифинг и исследование рынка, конкурентов и аудитории,

• формулирует позиционирование и разрабатывает платформу бренда: миссию, ценности, характер и голос,

• создаёт и проверяет название бренда,

• разрабатывает концепции айдентики, логотип и визуальный язык бренда и применяет их к носителям,

• собирает брендбук с правилами использования и готовит файлы для печати и digital,

• презентует бренд клиенту, составляет коммерческое предложение и защищает стоимость работ.

4. Целевая группа и условия начала прохождения обучения

Курс подходит графическим дизайнерам, которые уже делают логотипы и фирменные стили и хотят вести бренды целиком, а также дизайнерам, которые хотят брать проекты дороже и работать по методике агентства.

Условия начала обучения: участник должен уверенно работать в Claude Design или графическом редакторе, знать основы композиции, цвета и типографики, например после курса «Основы графического дизайна» или «Углублённый курс по графическому дизайну».

5. Общий объем обучения, структура обучения, учебная среда и учебные средства

ОБЪЕМ: 96 академических часов, из которых 64 часа — аудиторная работа и 32 часа — самостоятельная работа.

ДЛИТЕЛЬНОСТЬ КУРСА: 8 недель.

УЧЕБНАЯ СРЕДА: онлайн, google meet, записанные видео

УЧЕБНЫЕ СРЕДСТВА: Компьютер/лаптоп с минимальными требованиями (должен приобрести/иметь самостоятельно):

- Процессор 2,1 GHz

- Оперативная память 8GB

- Жесткий диск SSD 256GB

- Видеокарта (любая)

- Windows 10, 11, macOS

- Монитор с минимальной цветопередачей RGB 92%

Программное обеспечение: Claude, Claude Design и Claude Slides (платная подписка Claude), графический редактор по выбору учащегося для проверки файлов перед печатью, сервис для мокапов (Kittl или аналог).

Подписка Claude (https://claude.com/pricing), графический редактор и сервис для мокапов не включены в стоимость обучения.

6. Описание учебного процесса, в т.ч. содержание обучения, учебные методы и материалы

УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС: Курс состоит из двух модулей: стратегия бренда, айдентика и гайдлайн. Курс проходит в 16 встречах по 4 академических часа, на каждой лекции есть практика, а после каждой темы следует задание на эту тему. Все задания учащийся выполняет на одном бренде (учебном или реального клиента). Лекции проходят онлайн в Google Meet и доступны в записи. В конце 1 модуля проводится устная беседа, в конце 2 модуля — защита бренда и тестирование.

Рабочий процесс (на октябрь 2026): бриф → исследование рынка и аудитории → позиционирование → платформа бренда → нейминг → концепции айдентики → логотип (эскиз от руки → вектор через Claude Design) → визуальный язык в дизайн-системе Claude Design → носители и мокапы → брендбук в Claude Design и Claude Slides → проверка файлов в графическом редакторе → презентация клиенту. Результаты исследования и варианты названий, подготовленные с помощью AI, всегда проверяет человек. Инструмент развивается, поэтому отдельные шаги процесса обновляются по мере появления новых функций.

СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ:

Результаты обучения	**Содержание обучения / Темы**	**Методы и формы обучения**	**Объём в акад. часах**
Аудиторная работа, практическая работа, индивидуальная работа	**Модуль 1. Стратегия бренда**	Лекция, обсуждение, мозговые атаки, практические задания, анализ	Аудиторная работа: 32 академ. часа
Объясняет, из чего состоит бренд и чем айдентика отличается от фирменного стиля.	Что такое бренд. Методика агентства 1. Разбираем бренд как систему: стратегия, вербальная и визуальная часть. 2. Айдентика как ДНК бизнеса и фирменный стиль как его внешняя «одежда». 3. Проходим этапы работы агентства на реальном кейсе Graphicmania.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2

Анализирует существующий бренд и описывает его сильные и слабые стороны.	Задание 1. Разбор бренда 1. Выбираем бренд, с которым будем работать весь курс (учебный или реальный клиент). 2. Описываем его продукт, аудиторию и текущий визуал. 3. Формулируем проблемы и задачи брендинга.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Составляет бриф и задаёт клиенту вопросы о целях бизнеса.	Бриф и цели бизнеса 1. Структура брифа на брендинг. 2. Как задавать вопросы и слышать бизнес-задачу за просьбой «сделайте красиво». 3. Claude как помощник: подготовка вопросов и сводка ответов с проверкой.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Проводит брифинг и оформляет бриф.	Задание 2. Бриф 1. Проводим интервью с клиентом или в роли клиента. 2. Заполняем бриф и согласуем цели. 3. Фиксируем ограничения, сроки и критерии успеха.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Исследует рынок, конкурентов и визуальные тренды категории.	Исследование рынка и конкурентов 1. Анализ конкурентов: позиционирование, визуал, коммуникация. 2. Поиск свободной ниши и визуальных клише категории. 3. Исследование с помощью Claude и проверка источников.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Составляет карту конкурентов и визуальный анализ категории.	Задание 3. Карта конкурентов 1. Собираем 6–10 конкурентов. 2. Строим карту позиционирования. 3. Делаем визуальный разбор: цвета, шрифты, знаки.	Лекция, практическое задание, анализ	2

Описывает аудиторию через персоны и инсайты.	Аудитория и инсайты 1. Сегменты и персоны аудитории. 2. Как найти инсайт: потребности, страхи, мотивы. 3. Проверка инсайтов на реальных людях.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Формулирует персоны и ключевой инсайт бренда.	Задание 4. Персоны и инсайт 1. Создаём 2–3 персоны. 2. Формулируем ключевой инсайт. 3. Связываем инсайт с задачами бизнеса.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Определяет позиционирование и отличие бренда.	Позиционирование 1. Модели позиционирования. 2. Формула отличия: для кого, что, почему мы. 3. Проверка позиционирования на правдивость и уникальность.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Формулирует позиционирование бренда.	Задание 5. Позиционирование 1. Пишем 3 варианта позиционирования. 2. Выбираем один и обосновываем выбор. 3. Проверяем его на персонах.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Разрабатывает платформу бренда: миссию, ценности, характер и голос.	Платформа бренда 1. Миссия, видение, ценности. 2. Характер бренда и архетипы. 3. Тон голоса: как бренд говорит и как не говорит.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Собирает платформу бренда в документ.	Задание 6. Платформа бренда 1. Формулируем миссию и ценности. 2. Описываем характер и голос бренда с примерами. 3. Оформляем платформу в Claude Design.	Лекция, практическое задание, анализ	2

Создаёт и проверяет название бренда.	Нейминг 1. Методы нейминга. 2. Генерация вариантов вместе с Claude и отбор человеком. 3. Проверка названия: домен, регистрация, звучание на разных языках.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Предлагает название и слоган с обоснованием.	Задание 7. Нейминг и слоган 1. Готовим 10 вариантов названия. 2. Отбираем 3 и проверяем их. 3. Пишем слоган и обоснование.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Презентует стратегию бренда клиенту и обосновывает решения.	Задание 8. Презентация стратегии 1. Собираем стратегию в презентацию в Claude Slides. 2. Готовим аргументы и ответы на возражения. 3. Защищаем стратегию перед группой.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Аргументированно защищает проделанную работу и оценивает собственный прогресс.	Устная беседа. Для успешного прохождения на следующий модуль нужно 70% правильных ответов. 1. Презентуем стратегию своего бренда. 2. Отвечаем на критические вопросы преподавателя. 3. Получаем ≥ 70 % правильных ответов.	Обсуждение, анализ, мозговой штурм	2

Аудиторная работа, практическая работа, индивидуальная работа	**Модуль 2. Айдентика и гайдлайн**	Лекция, обсуждение, мозговые атаки, практические задания, анализ	Аудиторная работа: 32 академ. часа
Разрабатывает три направления айдентики от стратегии.	Концепции айдентики 1. Как превратить платформу бренда в визуальную идею. 2. Мудборды и три направления. 3. Как показать клиенту концепции и не утонуть во вкусовщине.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Создаёт три концепции айдентики с мудбордами.	Задание 9. Три концепции 1. Собираем 3 мудборда. 2. Делаем быстрые эскизы знака и ключевого визуала. 3. Выбираем направление с клиентом.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Строит логотип и систему знаков.	Логотип и система знаков 1. Виды логотипов и когда какой нужен. 2. Построение знака: сетка, пропорции, оптика. 3. Эскиз от руки переводим в вектор через Claude Design.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Разрабатывает логотип и его версии.	Задание 10. Логотип 1. Рисуем и строим знак. 2. Делаем основную, горизонтальную и монохромную версии. 3. Проверяем знак в малых размерах.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Подбирает цвет, шрифт и графические элементы под характер бренда.	Цвет, шрифт и графика 1. Цветовая система бренда: основной, дополнительные, служебные. 2. Шрифтовая пара и лицензии. 3. Паттерны, иконки и фотостиль.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2

Собирает визуальный язык бренда в дизайн-систему.	Задание 11. Визуальный язык 1. Задаём цвета и шрифты в дизайн-системе Claude Design. 2. Создаём паттерн и набор иконок. 3. Описываем фотостиль.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Проверяет систему на разных носителях.	Носители и мерч 1. Какие носители нужны бизнесу клиента. 2. Как проверить, что система работает: единство и узнаваемость. 3. Мокапы в отдельном сервисе (Kittl или аналог).	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Применяет айдентику к носителям.	Задание 12. Носители 1. Делаем визитку, вывеску, иконку приложения и пост. 2. Делаем упаковку или мерч. 3. Показываем носители на мокапах.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Описывает правила использования бренда в брендбуке.	Брендбук и гайдлайн 1. Разделы брендбука и гайдлайна. 2. Правила и запреты использования. 3. Подготовка файлов для печати и digital, проверка в графическом редакторе.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Собирает брендбук.	Задание 13. Брендбук 1. Формируем разделы: платформа, логотип, цвет, шрифт, графика, носители. 2. Описываем правила и запреты. 3. Экспортируем брендбук в PDF из Claude Design и Claude Slides.	Лекция, практическое задание, анализ	2

Готовит коммерческое предложение и проводит презентацию клиенту.	Презентация клиенту и продажа услуг 1. Как показывать концепцию клиенту. 2. Как отвечать на возражения и защищать стоимость. 3. Коммерческое предложение, договор и этапы работ.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Составляет коммерческое предложение на брендинг.	Задание 14. Коммерческое предложение 1. Считаем объём и стоимость работ. 2. Пишем коммерческое предложение. 3. Составляем таймлайн проекта.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Объясняет, как показать проект в портфолио, чтобы клиент увидел процесс и результат.	Кейс и портфолио брендингового дизайнера 1. Структура кейса: задача, стратегия, решения, результат. 2. Как показать процесс, а не только финальную картинку. 3. Где и как публиковать кейс.	Лекция, обсуждение, мозговые атаки	2
Упаковывает проект в кейс для портфолио.	Задание 15. Кейс бренда 1. Собираем кейс «бриф → стратегия → айдентика → носители». 2. Показываем процесс и решения. 3. Пишем результаты для клиента.	Лекция, практическое задание, анализ	2
Защищает бренд под ключ перед клиентом и группой.	Задание 16. Защита бренда под ключ 1. Презентуем бренд целиком. 2. Отвечаем на вопросы клиента и преподавателя. 3. Получаем обратную связь и дорабатываем.	Лекция, практическое задание, анализ	2

Оценивает собственные компетенции и закрепляет теоретические знания.	Тестирование в виде опроса. Для успешного окончания курса нужно 70% правильных ответов. 1. Проходим тест ≥ 70 % правильных ответов. 2. Анализируем ошибки и закрываем пробелы. 3. Подтверждаем готовность вести бренд от брифа до брендбука.	Обсуждение, анализ, мозговой штурм, тестирование, опрос	2
	Для получения сертификата об успешном окончании курса нужно сдать минимум 12 из 16 практических заданий.		

МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ:

Онлайн-лекции в Google Meet и видеолекции в записи, разбор реальных кейсов брендингового агентства Graphicmania, обсуждения и мозговые атаки, самостоятельное выполнение практических заданий по видеоинструкциям, ролевые встречи с клиентом, анализ работ и обратная связь преподавателя.

7. Оценка, или условия окончания обучения

Предпосылкой для окончания обучения является участие как минимум в 70% аудиторных часов.

В конце 1 модуля проводится промежуточное оценивание в форме устной беседы, в конце 2 модуля — защита бренда и тест. Нужно сдать 12 из 16 практических работ и устно защитить их на положительный результат, т.е. согласно критериям оценки.

Метод оценивания	Критерий оценивания
Устная беседа в конце 1 модуля, защита бренда и тестирование в конце 2 модуля	Модуль 1. • **Формулирует** цели бизнеса и задачи брендинга по брифу, • **Обосновывает** позиционирование данными исследования, • **Разрабатывает** платформу бренда с понятным характером и голосом, • **Предлагает** проверенное название, • **Проверяет** результаты, подготовленные с помощью AI. Модуль 2. • **Связывает** айдентику со стратегией бренда, • **Строит** логотип, читаемый в любых размерах, • **Создаёт** цельный визуальный язык и применяет его к носителям, • **Описывает** правила использования в брендбуке, • **Аргументированно** защищает решения перед клиентом.
Создание бренда с использованием программного обеспечения	Разрабатывает стратегию и айдентику бренда по условиям практических заданий и доводит их до брендбука и готовых файлов. Оценивается теоретическая часть (обоснование решений) и практическая часть (качество работы, соответствие требованиям).
	Для получения сертификата об успешном окончании курса сданные 12 из 16 практических заданий должны соответствовать данным критериям: 1. Связь решений со стратегией и целями бизнеса 2. Читабельность и узнаваемость 3. Единство визуальной системы 4. Соответствие техническим требованиям носителей и печати 5. Аргументация решений 6. Соответствие условиям задания

8. Подлежащие выдаче документы

СЕРТИФИКАТ:

если выполнены требования, действующие в отношении окончания обучения — сдано минимум 12 из 16 практических заданий в соответствии с критериями оценки, и посещено не менее 70% аудиторных часов.

СПРАВКА:

если результатов обучения достичь не удалось, однако учащийся участвовал в учебной работе. Справка выдается в соответствии с числом контактных часов, на которых присутствовал учащийся, но не в том случае, если учащийся принял участие менее чем в половине аудиторных часов. Для получения справки необходимо письменное заявление.

9. Квалификация преподавателя

Эмиль Гусейнов - Профессионал в области графического дизайна, веб-дизайна и маркетинга. Сильная сторона — брендинг. Имеет микроквалификацию в области обучения взрослых. Успешно завершил обучение (180 ак. часов) в Vestifex по преподаванию для взрослых в Эстонии, и сдал государственный экзамен на 6 уровень преподавателя взрослых (2026 год).

Специалист по работе на stock-площадках, таких, как envato marketplace. Шаблоны работ используют по всему миру, более чем в 33 странах.

Графический дизайнер со стажем более 20 лет. Профессионал в создании визуальной коммуникации. Основатель брендингового агентства Graphicmania. В портфолио более 100 работ с фирмами по Эстонии.

Автор курсов Graphicmania Academy: «AI Visual Creator», «AI Designer», «AI Video Creator», «Основы графического дизайна: от портфолио – до профессии», «Углублённый курс по графическому дизайну: путь от junior к middle специалисту», «UIX & WordPress» и других курсов по графическому и веб-дизайну.

Многолетний подтвержденный опыт в создании визуальных коммуникаций.