



ВСЕРОССИЙСКОЕ
ЧЕМПИОНАТНОЕ
ДВИЖЕНИЕ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ
МАСТЕРСТВУ

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«Графический дизайн»

Юниоры

Регионального этапа Чемпионата по профессиональному
мастерству «Профессионалы» в 2026 г.

Иркутская область

субъект РФ

2026 г.

Конкурсное задание разработано экспертным сообществом и утверждено Менеджером компетенции, в котором установлены нижеследующие правила и необходимые требования владения профессиональными навыками для участия в соревнованиях по профессиональному мастерству.

Конкурсное задание включает в себя следующие разделы:

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ	2
1.1. Общие сведения о требованиях компетенции	2
1.2. Перечень профессиональных задач специалиста.....	2
по компетенции «Графический дизайн»	2
1.3. Требования к схеме оценки	6
1.4. Спецификация оценки компетенции	7
1.5. Содержание конкурсного задания	18
1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания	18
1.5.2. Структура модулей конкурсного задания	19
2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ.....	30
2.1. Личный инструмент конкурсанта.....	31
2.2. Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке.....	32
3. Приложения	33

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ

1. ФГОС – Федеральный государственный образовательный стандарт
2. ПС – Профессиональный стандарт
3. КЗ – Конкурсное задание
4. ИЛ – Инфраструктурный лист
5. КО – критерии оценки
6. ТЗ – техническое задание
7. ТК – требования компетенции

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

1.1. Общие сведения о требованиях компетенции

Требования компетенции (ТК) «Графический дизайн» определяют знания, умения, навыки и трудовые функции, которые лежат в основе наиболее актуальных требований работодателей отрасли.

Целью соревнований по компетенции является демонстрация лучших практик и высокого уровня выполнения работы по соответствующей рабочей специальности или профессии.

Требования компетенции являются руководством для подготовки конкурентоспособных, высококвалифицированных специалистов / рабочих и участия их в конкурсах профессионального мастерства.

В соревнованиях по компетенции проверка знаний, умений, навыков и трудовых функций осуществляется посредством оценки выполнения практической работы.

Требования компетенции разделены на четкие разделы с номерами и заголовками, каждому разделу назначен процент относительной важности, сумма которых составляет 100.

1.2. Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции «Графический дизайн»

Таблица №1

Перечень профессиональных задач специалиста

№ п/п	Раздел	Важность в %
1	Организация и планирование рабочего процесса	7
	-Специалист должен знать и понимать: <ul style="list-style-type: none">- Временные рамки и ограничения в отрасли.- Профессиональную терминологию в области дизайна.- Характер и цели технических условий выполнения проектов и заказов.- Перечень программного обеспечения для выполнения проектов и заказов.- Методы планирования выполнения работ.- Законодательство Российской Федерации в области	

	<p>интеллектуальной собственности.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Гражданское и трудовое законодательство Российской Федерации. 	
	<p>-Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Читать и понимать техническое задание проекта и заказа. - Выдерживать временные рамки при работе над проектом. - Самостоятельно планировать и организовывать деятельность при работе над проектом. - Адаптироваться к изменяющимся условиям при работе над проектом. - Планировать и совершенствовать процесс работы для минимизации временных затрат и ресурсов. - Находить решение проблем. 	
2	Проектная деятельность	8
	<p>-Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Методы изучения технического задания и брифа проекта. - Основные приемы и методы выполнения художественно-графических работ. - Художественное конструирование и техническое моделирование. - Основы рекламных технологий. - Нормы этики делового общения. - Методы проведения комплексных дизайнерских исследований. - Технологии сбора и анализа информации для дизайнерских исследований. - Методы проведения сравнительного анализа аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации. - Критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации. - Основы маркетинга. - Основы психологии. 	
	<p>-Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Работать с проектным заданием на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. - Анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. - Обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений. - Анализировать потребности и предпочтения целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации. - Определять порядок выполнения отдельных видов работ по созданию дизайн-проектов объектов и систем визуальной 	

	<p>информации, идентификации и коммуникации.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Эскизировать графические пользовательские интерфейсы. - Получать из открытых источников релевантную профессиональную информацию и анализировать ее. 	
3	Креативность и дизайн	41
	<p>-Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Тенденции в графическом дизайне. - Методы организации творческого процесса дизайнера. - Цветоделение, цветокоррекцию, художественное ретуширование изображений в соответствии с характеристиками воспроизводящего оборудования. - Академический рисунок, компьютерную графику. - Теорию композиции. - Цветоведение и колористику. - Типографику, фотографику, мультипликацию. - Правила перспективы, композиции, светотени. - Методы представления статистической информации. - Технологии визуализации данных. 	
	<p>-Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Выявлять и использовать существующие и прогнозировать будущие тенденции в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации. - Использовать средства дизайна для разработки эскизов и оригиналов элементов 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. - Подбирать и использовать информацию по теме дизайнерского исследования. - Подбирать графические метафоры, максимально точно соответствующие назначению разрабатываемого элемента управления. - Работать в границах заданного стиля. - Соблюдать существующие принципы корпоративного стиля и руководства по стилю. - Трансформировать идеи в креативное и приятное оформление. 	
4	Технические аспекты разработки дизайн продукта	20
	<p>- Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основы технологии производства в области полиграфии и цифрового пространства. - Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Общие принципы анимации. - Правила типографского набора текста и верстки. - Технические требования к интерфейсной графике. - Цветовые модели, плашечные цвета и цветовые профили ICC под разные носители. - Системы измерения. 	
	<p>-Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разрабатывать дизайн-макет на основе технического задания. - Использовать компьютерные программы, необходимые для создания и корректирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. - Использовать все требуемые для создания проекта элементы. - Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов. - Оптимизировать интерфейсную графику под различные разрешения экрана. - Создавать и подготавливать графические документы в программах подготовки растровых и векторных изображений. - Рисовать анимационные последовательности и делать раскадровку. - Оформлять текст. - Вносить корректировку цветов в файл. 	
5	Технические аспекты печати и публикации дизайн продукта	20
	<p>-Специалист должен знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Современные методы печати и публикации продуктов графического дизайна. - Стандарты, регламентирующие требования к эргономике взаимодействия человек – система. - Соответствующие размеры, форматы файлов, разрешение и сжатие. - Метки печати и метки под обрез. - Дополнительно оформление: тиснения, позолоты, лаки и т.д. 	
	<p>-Специалист должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Осуществлять комплектацию и контроль готовности необходимых составляющих дизайн-макета для формирования дизайн-продукта. - Проводить презентации дизайн-проектов. - Создавать макеты прототипов для презентации. - Макетировать в соответствии со стандартами презентации. - Выполнять настройку технических параметров печати (публикации) дизайн-макета. - Оценивать соответствие готового дизайн-продукта требованиям качества печати (публикации). 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Выполнять коррекцию и соответствующие настройки в зависимости от конкретного процесса печати. - Осуществлять сопровождение печати (публикации). - Сохранять и генерировать файлы в соответствующем формате. - Выполнять конвертацию различных видов информации, форматов файлов в соответствии с техническим заданием. - Организовывать и поддерживать структуру папок и файлов для итогового вывода продукта, архивирования и публикации 	
6	Охрана труда и безопасность	4
	<ul style="list-style-type: none"> - Специалист должен знать и понимать: <ul style="list-style-type: none"> - Нормативы охраны труда и промышленной гигиены, приемы безопасной работы; - Методы работы в рамках ограничений, действующих в профессиональной сфере деятельности. 	
	<ul style="list-style-type: none"> - Специалист должен уметь: <ul style="list-style-type: none"> - Решать задачи, связанные с контролем за соблюдением требований охраны труда, оценкой профессиональных рисков и разработкой мер по их снижению; - Регулярно контролировать работу для минимизации проблем, которые могут возникнуть в процессе выполнения проектов. 	

1.3. Требования к схеме оценки

Сумма баллов, присуждаемых по каждому аспекту, должна попадать в диапазон баллов, определенных для каждого раздела компетенции, обозначенных в требованиях и указанных в таблице №2.

Таблица №2

Матрица пересчета требований компетенции в критерии оценки

Критерий/Модуль						Итого баллов за раздел ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ
Разделы ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ		А	Б	В	Г	
	1	1	2	2	2	7
	2	2	2	2	2	8
	3	10	12	9	10	41

	4	6	4	6	4	20
	5	5	4	5	6	20
	6	1	1	1	1	4
Итого баллов за критерий/модуль		25	25	25	25	100

1.4. Спецификация оценки компетенции

Оценка Конкурсного задания будет основываться на критериях, указанных в таблице №3:

Таблица №3

Оценка конкурсного задания

Критерий		Методика проверки навыков в критерии
А	Разработка айдентики и брендинг	<p>А1. Понимание целевой аудитории:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Полностью удовлетворяет интересы целевой аудитории – Вызывает интерес целевой аудитории – Недостаточно подходит целевой аудитории – Не подходит целевой аудитории <p>А2. Креативность проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> – Продукт оригинален, яркая креативность и инновации, заказчик в восторге – Продукт креативен и оригинален, вызывает интерес заказчика – Минимально креативен, у заказчика есть претензии – Отсутствует, заказчик будет не доволен <p>А3. Визуальное воздействие проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> – Сильное визуальное воздействие, заказчик в восторге – Эффектное визуальное воздействие, заказчик доволен – Достаточное визуальное воздействие, у заказчика есть претензии – Отсутствует, заказчик будет не доволен <p>А4. Композиция в макете</p> <ul style="list-style-type: none"> – Сильный эстетичный макет, заказчик в восторге – Эффектная композиция, заказчик доволен

		<ul style="list-style-type: none"> – Слабая композиция, у заказчика есть претензии – Плохая композиция, заказчик будет не доволен <p>A5. Типографика</p> <ul style="list-style-type: none"> – Отличный подбор шрифта и форматирования, читаемость, заказчик в восторге – Эффектный подбор шрифта и форматирования, читаемость, заказчик доволен – Подобран шрифт и форматирование, у заказчика есть претензии – К тексту не применено соответствующее форматирование, заказчик будет не доволен <p>A6. Качество работы с цветом</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень эффектная цветовая гармония и баланс, соблюдение трендов, заказчик в восторге – Эффектная цветовая гармония и баланс, заказчик доволен – Минимум цветовой гармонии и баланса, у заказчика есть претензии – Цвета не подходят, заказчик будет не доволен <p>A7. Качество обработки растрового изображения (ретушь, цветокоррекция, обтравка, стилизация и т.п.)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень креативна и уместная обработка, превосходит ожидания, заказчик в восторге – Обработка креативная и интересная, заказчик доволен – Минимальная обработка, у заказчика есть претензии – Обработка отсутствует, заказчик будет не доволен <p>A8. Качество и сложность отрисовки векторных изображений</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень эффективное качество векторных объектов, заказчик в восторге – Эффективное качество векторных объектов, заказчик доволен – Посредственное качество векторных объектов, у заказчика есть претензии – Низкое качество, заказчик будет не доволен <p>A9. Качество оформления других элементов проекта (диаграммы, графики, таблицы, карты, инфографика и т.п.)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень эффективное оформление объектов, заказчик в восторге – Качественное оформление объектов, заказчик доволен – Посредственное качество оформления объектов, у заказчика есть претензии – Неприемлемое выполнение, заказчик будет не доволен <p>A10. Технические требования к созданию макета</p> <ul style="list-style-type: none"> – Размеры макета по ТЗ
--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> – Использование обязательных элементов в макете по ТЗ – Наличие всего текста по ТЗ – Размеры отдельных элементов макета по ТЗ – Разрешение растра в макете по ТЗ – Цветовой режим связанного растра в макете по ТЗ <p>A11. Подготовка макетов к печати и публикации</p> <ul style="list-style-type: none"> – Значение выпуска за обрез в файле макета PDF – Линии сгиба, высечки и т.д. в файле макета PDF – Лак, клей и т.д. в файле макета PDF – Значение треппинга и оверпринта в файле иллюстрации соответствует указаниям в задании – Плашечные и CMYK-цвета в файле макета в PDF – Метки обрезки и совмещения в файле макета PDF <p>A12. Презентация и макетирование</p> <ul style="list-style-type: none"> – Визуальное качество презентации проекта <ul style="list-style-type: none"> ○ Очень эффектная презентация, нет вопросов, заказчик в восторге ○ Качественная презентация, требуются пояснения, заказчик доволен ○ Качественная презентация, возникают вопросы, у заказчика есть претензии ○ Презентация не применима, заказчик будет не доволен – Качество сборки и установки макета ручное или визуализация <ul style="list-style-type: none"> ○ Сборка выполнена качественно, модель сохраняет свою форму, заказчик в восторге ○ Сборка выполнена аккуратно, модель ровная, имеются незначительные дефекты, заказчик доволен ○ Сборка выполнена, модель не сохраняет свою форму, имеются значительные дефекты, у заказчика есть претензии ○ Сборка не выполнена, заказчик будет не доволен – Наличие печатного экземпляра или визуализации – Печать или визуализация в заданных параметрах <p>A 13. Сохранение проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> – Правильная структура папок – Соблюдение форматов сохранения и конвертации файлов – Соблюдение стандартов печатного и интерактивного PDF – Соблюдение профиля ICC макета в PDF
--	---

		<p>A14. Техника безопасности и бережливое производство</p> <ul style="list-style-type: none"> – Чистота и порядок на рабочем месте – Соблюдение ТБ во время выполнения задания – Сокращение времени на решение задач (досрочное выполнение задания при условии, что оно выполнено полностью)
Б	Дизайн рекламной продукции	<p>Б1. Понимание целевой аудитории:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Полностью удовлетворяет интересы целевой аудитории – Вызывает интерес целевой аудитории – Недостаточно подходит целевой аудитории – Не подходит целевой аудитории <p>Б2. Креативность проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> – Продукт оригинален, яркая креативность и инновации, заказчик в восторге – Продукт креативен и оригинален, вызывает интерес заказчика – Минимально креативен, у заказчика есть претензии – Отсутствует, заказчик будет не доволен <p>Б3. Визуальное воздействие проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> – Сильное визуальное воздействие, заказчик в восторге – Эффектное визуальное воздействие, заказчик доволен – Достаточное визуальное воздействие, у заказчика есть претензии – Отсутствует, заказчик будет не доволен <p>Б4. Композиция в макете</p> <ul style="list-style-type: none"> – Сильный эстетичный макет, заказчик в восторге – Эффектная композиция, заказчик доволен – Слабая композиция, у заказчика есть претензии – Плохая композиция, заказчик будет не доволен <p>Б5. Типографика</p> <ul style="list-style-type: none"> – Отличный подбор шрифта и форматирования, читаемость, заказчик в восторге – Эффектный подбор шрифта и форматирования, читаемость, заказчик доволен – Подобран шрифт и форматирование, у заказчика есть претензии – К тексту не применено соответствующее форматирование, заказчик будет не доволен <p>Б6. Качество работы с цветом</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень эффектная цветовая гармония и баланс, соблюдение трендов, заказчик в восторге – Эффектная цветовая гармония и баланс, заказчик доволен

	<ul style="list-style-type: none"> – Минимум цветовой гармонии и баланса, у заказчика есть претензии – Цвета не подходят, заказчик будет не доволен <p>Б7. Качество обработки растрового изображения (ретушь, цветокоррекция, обтравка, стилизация и т.п.)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень креативна и уместная обработка, превосходит ожидания, заказчик в восторге – Обработка креативная и интересная, заказчик доволен – Минимальная обработка, у заказчика есть претензии – Обработка отсутствует, заказчик будет не доволен <p>Б8. Качество работы с векторными изображениями (иллюстрация, отрисовка)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень эффективное качество векторных объектов, заказчик в восторге – Эффективное качество векторных объектов, заказчик доволен – Посредственное качество векторных объектов, у заказчика есть претензии – Низкое качество, заказчик будет не доволен <p>Б9. Качество оформления других элементов проекта (диаграммы, графики, таблицы, карты, инфографика и т.п.)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень эффективное оформление объектов, заказчик в восторге – Качественное оформление объектов, заказчик доволен – Посредственное качество оформления объектов, у заказчика есть претензии – Неприемлемое выполнение, заказчик будет не доволен <p>Б10. Технические требования к созданию макета</p> <ul style="list-style-type: none"> – Размеры макета по ТЗ – Использование обязательных элементов в макете по ТЗ – Наличие всего текста по ТЗ – Размеры отдельных элементов макета по ТЗ – Разрешение растра в макете по ТЗ – Цветовой режим связанного растра в макете по ТЗ <p>Б11. Подготовка макетов к печати и публикации</p> <ul style="list-style-type: none"> – Значение выпуска за обрез в файле макета PDF – Линии сгиба, высечки и т.д. в файле макета PDF – Лак, клей и т.д. в файле макета PDF – Значение треппинга и оверпринта в файле иллюстрации соответствует указаниям в задании – Плашечные и CMYK-цвета в файле макета в PDF – Метки обрезки и совмещения в файле макета PDF <p>Б12. Презентация и макетирование</p> <ul style="list-style-type: none"> – Визуальное качество презентации проекта
--	--

		<ul style="list-style-type: none"> ○ Очень эффектная презентация, нет вопросов, заказчик в восторге ○ Качественная презентация, требуются пояснения, заказчик доволен ○ Качественная презентация, возникают вопросы, у заказчика есть претензии ○ Презентация не применима, заказчик будет не доволен <p>– Качество сборки и установки макета ручное или визуализация</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Сборка выполнена качественно, модель сохраняет свою форму, заказчик в восторге ○ Сборка выполнена аккуратно, модель ровная, имеются незначительные дефекты, заказчик доволен ○ Сборка выполнена, модель не сохраняет свою форму, имеются значительные дефекты, у заказчика есть претензии ○ Сборка не выполнена, заказчик будет не доволен <p>– Наличие печатного экземпляра или визуализации</p> <p>– Печать или визуализация в заданных параметрах</p> <p>Б13. Сохранение проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> – Правильная структура папок – Соблюдение форматов сохранения и конвертации файлов – Соблюдение стандартов печатного и интерактивного PDF – Соблюдение профиля ICC макета в PDF <p>Б14. Техника безопасности и бережливое производство</p> <ul style="list-style-type: none"> – Чистота и порядок на рабочем месте – Соблюдение ТБ во время выполнения задания – Сокращение времени на решение задач (досрочное выполнение задания при условии, что оно выполнено полностью)
В	Дизайн цифровых продуктов	<p>В1. Понимание целевой аудитории:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Полностью удовлетворяет интересы целевой аудитории – Вызывает интерес целевой аудитории – Недостаточно подходит целевой аудитории – Не подходит целевой аудитории <p>В2. Креативность проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> – Продукт оригинален, яркая креативность и инновации, заказчик в восторге

	<ul style="list-style-type: none"> – Продукт креативен и оригинален, вызывает интерес заказчика – Минимально креативен, у заказчика есть претензии – Отсутствует, заказчик будет не доволен <p>В3. Визуальное воздействие проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> – Сильное визуальное воздействие, заказчик в восторге – Эффектное визуальное воздействие, заказчик доволен – Достаточное визуальное воздействие, у заказчика есть претензии – Отсутствует, заказчик будет не доволен <p>В4. Композиция в макете</p> <ul style="list-style-type: none"> – Сильный эстетичный макет, заказчик в восторге – Эффектная композиция, заказчик доволен – Слабая композиция, у заказчика есть претензии – Плохая композиция, заказчик будет не доволен <p>В5. Типографика</p> <ul style="list-style-type: none"> – Отличный подбор шрифта и форматирования, читаемость, заказчик в восторге – Эффектный подбор шрифта и форматирования, читаемость, заказчик доволен – Подобран шрифт и форматирование, у заказчика есть претензии – К тексту не применено соответствующее форматирование, заказчик будет не доволен <p>В6. Качество работы с цветом</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень эффектная цветовая гармония и баланс, соблюдение трендов, заказчик в восторге – Эффектная цветовая гармония и баланс, заказчик доволен – Минимум цветовой гармонии и баланса, у заказчика есть претензии – Цвета не подходят, заказчик будет не доволен <p>В7. Качество обработки растрового изображения (ретушь, цветокоррекция, обтравка, стилизация и т.п.)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень креативна и уместная обработка, превосходит ожидания, заказчик в восторге – Обработка креативная и интересная, заказчик доволен – Минимальная обработка, у заказчика есть претензии – Обработка отсутствует, заказчик будет не доволен <p>В8. Качество работы с векторными изображениями (иллюстрация, отрисовка)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень эффективное качество векторных объектов, заказчик в восторге – Эффективное качество векторных объектов, заказчик
--	---

	<p>доволен</p> <ul style="list-style-type: none"> – Посредственное качество векторных объектов, у заказчика есть претензии – Низкое качество, заказчик будет не доволен <p>В9. Качество оформления других элементов проекта (диаграммы, графики, таблицы, карты, инфографика и т.п.)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень эффективное оформление объектов, заказчик в восторге – Качественное оформление объектов, заказчик доволен – Посредственное качество оформления объектов, у заказчика есть претензии – Неприемлемое выполнение, заказчик будет не доволен <p>В10. Технические требования к созданию макета</p> <ul style="list-style-type: none"> – Размеры макета по ТЗ – Использование обязательных элементов в макете по ТЗ – Наличие всего текста по ТЗ – Размеры отдельных элементов макета по ТЗ – Разрешение растра в макете по ТЗ – Цветовой режим связанного растра в макете по ТЗ <p>В11. Презентация и макетирование</p> <ul style="list-style-type: none"> – Визуальное качество презентации проекта <ul style="list-style-type: none"> ○ Очень эффектная презентация, нет вопросов, заказчик в восторге ○ Качественная презентация, требуются пояснения, заказчик доволен ○ Качественная презентация, возникают вопросы, у заказчика есть претензии ○ Презентация не применима, заказчик будет не доволен – Качество сборки и установки макета ручное или визуализация <ul style="list-style-type: none"> ○ Сборка выполнена качественно, модель сохраняет свою форму, заказчик в восторге ○ Сборка выполнена аккуратно, модель ровная, имеются незначительные дефекты, заказчик доволен ○ Сборка выполнена, модель не сохраняет свою форму, имеются значительные дефекты, у заказчика есть претензии ○ Сборка не выполнена, заказчик будет не доволен – Наличие визуализации – Визуализация в заданных параметрах <p>В12. Сохранение проекта</p>
--	---

		<ul style="list-style-type: none"> – Правильная структура папок – Соблюдение форматов сохранения и конвертации файлов – Соблюдение стандартов интерактивного PDF – Соблюдение профиля цифрового продукта <p>В13. Оценка цифровых носителей</p> <ul style="list-style-type: none"> – Использование интерактивных элементов цифрового носителя (интерактивные формы, гиперссылки, списки, кнопки и т.п.) по ТЗ – Использование мультимедиа по ТЗ – Создание эффектов перехода страницы по ТЗ – Создание галереи и слайд-шоу по ТЗ – Всплывающая панель/меню и окна по ТЗ – Создание анимации по ТЗ – Правильная работа дополнительных элементов по ТЗ – Использование компонентов/библиотек согласно ТЗ – Соблюдение тайминга согласно ТЗ <p>В14. Техника безопасности и бережливое производство</p> <ul style="list-style-type: none"> – Чистота и порядок на рабочем месте – Соблюдение ТБ во время выполнения задания <p>Сокращение времени на решение задач (досрочное выполнение задания при условии, что оно выполнено полностью)</p>
Г	Коммерческая иллюстрация	<p>Г1. Понимание целевой аудитории:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Полностью удовлетворяет интересы целевой аудитории – Вызывает интерес целевой аудитории – Недостаточно подходит целевой аудитории – Не подходит целевой аудитории <p>Г2. Креативность проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> – Продукт оригинален, яркая креативность и инновации, заказчик в восторге – Продукт креативен и оригинален, вызывает интерес заказчика – Минимально креативен, у заказчика есть претензии – Отсутствует, заказчик будет не доволен <p>Г3. Визуальное воздействие проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> – Сильное визуальное воздействие, заказчик в восторге – Эффектное визуальное воздействие, заказчик доволен – Достаточное визуальное воздействие, у заказчика есть претензии – Отсутствует, заказчик будет не доволен <p>Г4. Визуальная коммуникация в проекте (сторителлинг)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Полная визуальная коммуникация, заказчик в восторге

	<ul style="list-style-type: none"> – Частичное визуальная коммуникация, заказчик доволен – Минимальная коммуникация, у заказчика есть вопросы и претензии – Плохая коммуникация, заказчик будет не доволен <p>Г5. Композиция в проекте</p> <ul style="list-style-type: none"> – Сильный эстетичный проект, заказчик в восторге – Эффектная композиция, заказчик доволен – Слабая композиция, у заказчика есть претензии – Плохая композиция, заказчик будет не доволен <p>Г6. Работа с текстом</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень креативные, эффектные и уместные манипуляции с текстом, заказчик в восторге – Креативные, интересные и уместные манипуляции с текстом, заказчик доволен – Интересные манипуляции с текстом, но качество и креативность низкие, у заказчика есть претензии – Манипуляции отсутствуют или не выходят за рамки стандартного форматирования, заказчик будет не доволен <p>Г7. Качество работы с цветом</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень эффектная цветовая гармония и баланс, соблюдение трендов, заказчик в восторге – Эффектная цветовая гармония и баланс, заказчик доволен – Минимум цветовой гармонии и баланса, у заказчика есть претензии – Цвета не подходят, заказчик будет не доволен <p>Г8. Качество обработки растрового изображения (ретушь, цветокоррекция, обтравка, стилизация, коллажирование, фотомонтаж и т.п.)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень креативна и уместная обработка, превосходит ожидания, заказчик в восторге – Обработка креативная и интересная, заказчик доволен – Минимальная обработка, у заказчика есть претензии – Обработка отсутствует, заказчик будет не доволен <p>Г9. Качество работы с векторными изображениями (иллюстрация, отрисовка)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень эффективное качество векторных объектов, заказчик в восторге – Эффективное качество векторных объектов, заказчик доволен – Посредственное качество векторных объектов, у заказчика есть претензии – Низкое качество, заказчик будет не доволен
--	--

	<p>Г10. Качество оформления других элементов проекта (диаграммы, графики, таблицы, карты, инфографика и т.п.)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Очень эффективное оформление объектов, заказчик в восторге – Качественное оформление объектов, заказчик доволен – Посредственное качество оформления объектов, у заказчика есть претензии – Неприемлемое выполнение, заказчик будет не доволен <p>Г11. Владение техниками цифровой иллюстрации:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Высокий уровень владения заданной техникой, заказчик в восторге – Хороший уровень владения заданной техникой, требуется доработка, заказчик доволен – Удовлетворительный уровень владения заданной техникой, требуются значительные доработки, у заказчика есть претензии – Несоответствие техники заданной, заказчик будет не доволен <p>Г12. Технические требования к созданию макета</p> <ul style="list-style-type: none"> – Размеры макета по ТЗ – Использование обязательных элементов в макете по ТЗ – Наличие всего текста по ТЗ – Размеры отдельных элементов макета по ТЗ – Разрешение растра в макете по ТЗ <p>Г13. Презентация и макетирование</p> <ul style="list-style-type: none"> – Визуальное качество презентации проекта <ul style="list-style-type: none"> ○ Очень эффектная презентация, нет вопросов, заказчик в восторге ○ Качественная презентация, требуются пояснения, заказчик доволен ○ Качественная презентация, возникают вопросы, у заказчика есть претензии ○ Презентация не применима, заказчик будет не доволен – Качество сборки и установки макета ручное или визуализация <ul style="list-style-type: none"> ○ Сборка выполнена качественно, модель сохраняет свою форму, заказчик в восторге ○ Сборка выполнена аккуратно, модель ровная, имеются незначительные дефекты, заказчик доволен ○ Сборка выполнена, модель не сохраняет свою форму, имеются значительные дефекты, у заказчика есть претензии ○ Сборка не выполнена, заказчик будет не
--	---

		доволен
		<ul style="list-style-type: none"> – Наличие печатного экземпляра или визуализации – Печать или визуализация в заданных параметрах
		Г14. Сохранение проекта
		<ul style="list-style-type: none"> – Правильная структура папок – Соблюдение форматов сохранения и конвертации файлов
		Г15. Техника безопасности и бережливое производство
		<ul style="list-style-type: none"> – Чистота и порядок на рабочем месте – Соблюдение ТБ во время выполнения задания
		Сокращение времени на решение задач (досрочное выполнение задания при условии, что оно выполнено полностью)

1.5. Содержание конкурсного задания

Общая продолжительность Конкурсного задания¹: 10 ч.

Количество конкурсных дней: 3 дня

Вне зависимости от количества модулей, КЗ должно включать оценку по каждому из разделов требований компетенции.

Оценка знаний конкурсанта должна проводиться через практическое выполнение Конкурсного задания. В дополнение могут учитываться требования работодателей для проверки теоретических знаний / оценки квалификации.

1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания

Конкурсное задание состоит из 4-х модулей, включает обязательную к выполнению часть (инвариант) – 4 модуля. Общее количество баллов конкурсного задания составляет 100.

Обязательная к выполнению часть (инвариант) выполняется всеми регионами без исключения на всех уровнях чемпионатов.

¹ Указывается суммарное время на выполнение всех модулей КЗ одним конкурсантом.

1.5.2. Структура модулей конкурсного задания

Модуль А. Разработка айдентики и брендинг (инвариант)

Время на выполнение модуля 3 часа

Инструкция

Используйте папку на рабочем столе под названием «Модуль А_ XX», где XX – ваш номер по жеребьевке. Данная папка должна содержать все выходные папки и файлы, описанные в техническом задании (папка «Fin»), а также папку «Исходники» для файлов, используемых в проекте, но не описанных в техническом задании.

Обратите внимание:

- Предоставленный текст должен оформляться согласно вашему дизайну без потери текстовых знаков.
- Не забудьте обозначить распечатанные и собранные работы номером своего рабочего места!

Вам необходимо разработать следующие дизайн-макеты:

1. Дизайн-макеты продуктов графического дизайна для брендинга продуктов графического дизайна по заказу клиента, предоставившего бриф;
2. Дизайн-макеты продуктов графического дизайна для печати, используя разработанные элементы фирменного стиля.

Компания «Мир без границ» специализируется на предоставлении услуг в сфере организации и обеспечения путешествий и отдыха, предлагает варианты путевок для различных целевых аудиторий:

- молодёжь (18-30 лет),

Целевая аудитория: активные, любознательные, ищут приключения, ценят опыт больше вещей.

Стиль логотипа: современный, динамичный, яркий.

- **Настроение:** свобода, движение, эмоции, спонтанность.
- **Цвета:** неоновые оттенки, градиенты — оранжевый, синий, мятный.
- **Форма:** абстрактный символ (например, стилизованный компас, волна, горизонт), возможно — граффити-стиль.
- **Шрифт:** рукописный или техно-шрифт, лёгкий, с наклоном.
- **Где будет использоваться:** Instagram, TikTok, мобильное приложение, флаеры на фестивалях.
- **Чего избегать:** строгих форм, классических шрифтов, чёрного и серого.
- **Ключевое сообщение:** «Путешествуй, не думая о завтра».

- семейная аудитория (30-50 лет) с детьми,

Целевая аудитория: ценят комфорт, безопасность, удобство, ищут проверенные маршруты.

Стиль логотипа: тёплый, дружелюбный, надёжный.

- **Настроение:** уют, забота, доверие, стабильность.
- **Цвета:** пастельные тона — бежевый, мягкий синий, светло-зелёный.
- **Форма:** символ в виде дома, дерева, сердца или стилизованной семьи.
- **Шрифт:** округлый, прописной, легко читаемый.
- **Где будет использоваться:** сайт, буклеты, детские центры, реклама в метро.
- **Чего избегать:** агрессивных цветов, сложных форм, минимализма без души.
- **Ключевое сообщение:** «Путешествуйте вместе — легко и с заботой».

- премиальная аудитория (40-60 лет, высокий доход) .

Целевая аудитория: ценят эксклюзивность, сервис, личный подход, уникальные маршруты.

Стиль логотипа: элегантный, минималистичный, роскошный.

- **Настроение:** статус, утончённость, тишина, глубина.
- **Цвета:** чёрный, золото, тёмно-синий, белый.

- **Форма:** абстрактный символ (например, стилизованная карта мира, корабль, гора), лаконичный герб.
- **Шрифт:** строгий, прописной, без засечек (например, *Helvetica*, *Baskerville*).
- **Где будет использоваться:** VIP-брошюры, сайт, личные встречи, реклама в журналах.
- **Чего избегать:** ярких цветов, мультяшных элементов, перегруженности.
- **Ключевое сообщение:** «Путешествия, достойные вас».

Обязательные элементы:

- Полная версия логотипа (иконка + текст)
- Фирменные цвета обязательно не менее 2-х цветов
- Фирменные гарнитуры не более 2-х в соответствии с дизайн-концепцией
- Варианты логотипа для различных целевых аудиторий не менее 3
- Фирменная гарнитура для различных вариантов логотипа (указать название шрифтов)
- Фирменные цвета с прописанными кодами CMYK, RGB и Pantone для различных вариантов логотипа

Технические ограничения:

- Формат А4
- Оверпринт при необходимости
- Треппинг 0,25 при необходимости

Выходные файлы:

- Рабочий файл;
- PDF-X1a/2003 с метками реза и цветовыми шкалами
- Распечатка на формате А 4

Задание 2. Правила использования логотипа

Обязательные элементы:

- Смысловая формула построения основного логотипа (система, которая передаёт сущность компании, её ценности и позиционирование через визуальные элементы.)
- Структурное поведение основного логотипа (может включать разные элементы в зависимости от типа логотипа — шрифтового (wordmark) или знакового (logomark).)
- Адаптированная версия логотипа
- Версия логотипа в 100% черном цвете и его выворотка на фирменном цвете
- Фирменная гарнитура (указать название шрифтов)
- Фирменные цвета с прописанными кодами CMYK, RGB и Pantone

Технические ограничения:

- Цвет CMYK
- Логотип должен быть контрастен фону
- Запрещается использовать фон, сливающийся с логотипом или затрудняющий его считываемость

Выходные файлы:

- Рабочий файл;
- Один PDF/X-3 без меток

Задание 3. Разработка корпоративного продукта оригинальной формы**Обязательные элементы:**

- Логотип
- Текст
- Фирменный паттерн/авторская графика

Технические ограничения:

- Размер A4

- Припуски под обрезку: 3 мм;
- Цвет CMYK 4+1+1;
- ICC Profile: Coated FOGRA27;

Выходные файлы:

- Рабочий файл;
- Файл в формате PDF/X-4 послойный (с блидами и цветовыми шкалами);

Задание 4. Визуализация брендинга фирменной продукции (не менее 2) для определенной целевой аудитории

Обязательные элементы:

- Логотип
- Авторская графика (графические элементы / формы) в соответствии с дизайн-концепцией

Технические ограничения:

- Размер согласно представленному мокапу из папки Мокапы
- Цветовой режим RGB

Выходные файлы:

- Рабочие файлы
- Файлы jpeg с визуализацией каждого наименования отдельно

Задание 5. Презентационный щит

Обязательные элементы:

- Основной логотип (полная версия, иконка)
- Смысловая формула построения основного логотипа
- Авторская графика и/или фирменный паттерн
- Фирменная гарнитура основного логотипа (указать название шрифтов)

- Фирменные цвета основного логотипа с прописанными кодами CMYK, RGB и Pantone
- Визуализация брендинга фирменной продукции
- Корпоративный продукт

Технические ограничения:

- Формат А3
- CMYK

Выходные файлы:

- Рабочий файл;
- PDF-X1a/2003 без меток
- Распечатанный на А3 и накатанный на пенокартон презентационный щит.

Модуль Б. Дизайн рекламной продукции (инвариант)

Время на выполнение модуля 2 часа

Инструкция

На рабочем столе компьютера создайте папку под названием Модуль_Б_YY (где YY - где YY обозначает ваш номер по жеребьевке).

Данная папка должна содержать две вложенные папки: “оригинал” (папка с именем “оригинал” должна содержать все вспомогательные файлы, которые используются для работы) и «итог» (папка с названием “итог” должна содержать все конечные файлы как это требуется в задачах).

Обратите внимание:

- Предоставленный текст должен оформляться согласно вашему дизайну без потери текстовых знаков.

- Не забудьте обозначить распечатанные и собранные работы номером своего рабочего места!

Задание 1. Разработка мелкоформатной рекламной продукции.

Ваша задача разработать афишу рекламного характера для привлечения молодых людей на Всемирный фестиваль молодежи. Главная цель фестиваля — выстроить связи между молодыми и активными людьми со всей планеты, которым предстоит вместе строить общее будущее — справедливый многополярный мир, основанный на сотрудничестве и поиске баланса интересов. Цель Фестиваля - ознакомить российскую и зарубежную молодёжь с возможностями России, поделиться лучшим, что есть в российской ценностной модели и культуре, а также узнать, чем живёт молодёжь других стран.

Рекламная афиша должна иметь привлекательность, броскость. Афишу необходимо оформлять так, чтобы она привлекала к себе внимание и вызывала желание её прочесть. Для этого следует умело использовать яркие иллюстрации (фотографии, рисунки, схемы), подбирать цвет бумаги и краски, различные шрифты.

В тоже время, необходимо сделать афишу простой. В ней не должно быть заумных слов, которые могут оказаться непонятными для целевой аудитории.

При продумывании дизайна важно:

- соблюсти оптимальное соотношение текста и иллюстраций. Если важно донести до аудитории как можно больше полезной информации, стоит сделать упор на текстовую часть;
- правильно подать информацию. Текст должен быть структурирован, чтобы по нему легко было пробежаться глазами и «зацепиться» за наиболее важные фразы. Ещё нельзя забывать про контактную информацию;

Обязательные элементы:

- название Фестиваля;
- текстовую информацию о месте (адрес) и датах и времени проведения Фестиваля;
- контактные данные;
- сведения о возрастном ограничении (в правом нижнем углу).
- Логотип фестиваля (папка Логотип)
- Логотипы организаторов (папка Организаторы)
- Авторская графика, отражающая ценности фестиваля
- Фотографии (не менее 3-х из папки Фото)
- Инфографика по тексту (файл Фестиваль.doc)
- Текст 100% из файла Фестиваль.doc

Технические ограничения:

- Формат А3
- Припуски под обрез
- Цветовой режим: 4+0;
- Оверпринт (если необходим);
- Разрешение для фотографии 300 ppi

Выходные файлы:

«Фамилия_Имя_Отчество_Афиша_Исходник.psd»

«Фамилия_Имя_Отчество_Афиша_Исходник.pdf»

Продукт для оценивания должен быть предоставлен в виде распечатанной афиши фестиваля на картоне формата А3 с пометкой в правом верхнем углу:

Фамилия_Имя_Отчество_Афиша_Исходник

Модуль В. Дизайн цифровых продуктов (инвариант)

Время на выполнение модуля 2 часа

На рабочем столе компьютера создайте папку под названием YY_M_V (где YY - где YY обозначает ваш номер по жеребьевке).

Эта папка должна содержать следующие вложенные папки Задание 1. Данная папка должна содержать следующие вложенные папки: *“Оригинал”* (папка с именем *“Оригинал”* должна содержать все вспомогательные файлы, которые используются для работы) и *«Финал»* (папка с названием *“Финал”* должна содержать все конечные файлы как это требуется в задачах).

Обратите внимание:

- Предоставленный текст должен оформляться согласно вашему дизайну без потери текстовых знаков.
- Не забудьте обозначить распечатанные и собранные работы номером своего рабочего места!

Задание 1. Разработка анимированной публикации

Вам необходимо разработать анимационный баннер (видео презентацию) для рекламы в сети интернет авторских работ. Компания «Золотая Береза» занимается производством и продажей посуды из дерева. Реклама направлена на привлечение покупателей семейной целевой категории. Видео презентация должна состоять из трех кадров, продолжительность каждого кадра не менее 15 секунд. Каждый кадр содержит произвольный фон и минимум 4 элемента:

- Название компании;
- Текст из файла Анимация;
- 3 произвольных обработанных изображения из папки Фото (при использовании необработанных изображений кадр не засчитывается);
- Фамилия_Имя_Отчество участника.

Обязательные элементы:

- Авторская графика
- Динамическая анимация на каждом кадре
- Три смены кадров

- Логотип компании из папки Логотип
- Изображения из папки Фото
- Текст по кадрам из файла Анимация
- Фамилия_Имя_Отчество участника

Технические параметры:

- Цветовой режим RGB;
- Разрешение: 72 ppi.
- Количество кадров 27 в секунду
- Время анимации 15 секунд для каждого кадра
- Размер 1280x800 для каждого экрана

Выходные файлы:

- Исходный файл в формате Фамилия_Имя_Отчество_Анимация.psd
- Анимация в формате Фамилия_Имя_Отчество_Анимация.mp4

Модуль Г. Коммерческая иллюстрация (инвариант)

Время на выполнение модуля 3 часа

Инструкции:

Создайте на рабочем столе папку NN_Module _г, где NN – номер вашей рабочей станции при жеребьевке. Эта папка должна содержать следующие папки:

- Черновик: папка должна содержать исходные файлы, которые вы использовали для создания проекта (программные в формате .ai, .indd, .psd, прилинкованные изображения)
- Итог: папка должна содержать финальные файлы, которые вы должны предоставить согласно заданию.

ВАЖНО!

- Предоставленный текст может оформляться согласно вашему дизайну без потери текстовых знаков

- Формат продукта, разрешение, линкованность и цветовой режим растровых изображений будут проверяться в рабочем файле и финальном файлах.

Задание 1. Вы получили заказ на разработку страницы календаря на месяц с авторской тематической (открытой) иллюстрацией. Календарь создается для детской категории потребителей. Структура календаря должна содержать календарную сетку, которая включает дни недели и все числа марта 2026, нарисованное изображение оформляется в мультипликационном стиле и может отображать тематику весны, либо любого из праздников текущего месяца из списка, в файле Праздники.

Требования к иллюстрациям:

- Ассоциация со временем года, либо с праздником (смотреть список в файле Праздники).
- Привлекательность и эстетичность.
- Авторское оформление иллюстрации

Обязательные элементы на листе:

- Календарная сетка
- Фамилия Имя Участника
- Иллюстрация времени года либо праздника

Технические ограничения:

- Размер и ориентация страницы календаря А3 книжной ориентации,
- Бליды 4 мм
- Цветовая модель СМΥК
- ИСС профиль для мелованной бумаги

Выходные файлы:

- Исходный файл в формате Фамилия_Имя_Отчество_Календарь.psd
- Файл в формате Фамилия_Имя_Отчество_Календарь.pdf
- Распечатанный на картоне формата А3 макет календаря

2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ²

Конкурсный проект должен быть выполнен в соответствии со всеми требованиями. Конкурсное задание выполняется помодульно. Оценка работ производится по отношению к представленным результатам и происходит от модуля к модулю.

Знакомство с ТЗ конкурсантами и экспертами происходит в дни проведения чемпионата перед выполнением соответствующего модуля.

Некоторые модули могут включать несколько из перечисленных ниже направлений:

- Корпоративный и информационный дизайн (логотип и сопутствующие элементы, вывески, символы, графики, таблицы, элементы социальных сетей или аналогичные элементы.) может включать в себя несколько строк текста, иллюстрацию, создание логотипа, символ, векторный рисунок или аналогичные требования.
- Реклама (социальные медиа, экраны цифровых вывесок, значок мобильного приложения, интерфейс приложения, меню, товарный продукт, плакат, баннер, рекламный щит, отображение автомобиля, полностраничная реклама, широкоформатная реклама или аналогичные требования). Может включать в себя несколько строк текста или слоган, манипуляции с изображениями или фотомонтаж, использование больших файлов или аналогичные спецификации.
- Коммерческая иллюстрация (иллюстрации, которые дополняют и раскрывают содержание статьи, книги, рекламного слогана, общественного явления, шаржи, фирменный персонаж, авторский паттерн, заставки к социальным сетям, постов, схемы, чертежи, растровая иллюстрация, анимированная иллюстрация для сайтов, иллюстрации для интерфейсов.

² Указываются особенности компетенции, которые относятся ко всем возрастным категориям и чемпионатным линейкам без исключения.

- Цифровой дизайн (интерфейсы сайтов, мобильных приложений, игр, рекламные баннеры, рекламный пост, анимированные заставки, анимационная инфографика).

До соревнования конкурсант может передать техническому эксперту чемпионата по компетенции набор шрифтов, собранных в одну папку (не более 20 шрифтов (не семейств); все наборы шрифтов доступны всем Конкурсантам во время Чемпионата.

Всем конкурсантам можно использовать музыкальную подборку - не более 30 композиций. Конкурсанты могут передать носитель с музыкой техническому эксперту в подготовительный день до начала соревнования. Использование музыки возможно после проверки и добавления папки с музыкой на рабочий стол конкурсанта. Для прослушивания музыки конкурсанты могут использовать только стандартные проводные наушники.

На площадке участникам нельзя пользоваться интернетом (если иного не предусмотрено КЗ), и цифровыми устройствами. В случае нарушения, применяются штрафные санкции, вплоть до обнуления результатов модуля. При повторном нарушении – дисквалификация.

После окончания чемпионата готовое ТЗ с медиа-файлами не подлежит распространению. Итоговые результаты работ конкурсантов (только презентационные макеты) главный эксперт может выложить на диск и предоставить доступ экспертам-наставникам. К распространению недопустимо давать ссылку на рабочие файлы конкурсантов.

2.1. Личный инструмент конкурсанта

Тип тулбокса: неопределенный

Список материалов, оборудования и инструментов, которые конкурсант может привезти с собой на соревновательное мероприятие.

- Палитры Pantone или аналогичные каталоги образцов;
- Клавиатура;

- Графический планшет, мышь;
- Нож канцелярский, макетный нож (скальпель);
- Пластиковая, деревянная, стальная линейка;
- Двусторонний скотч (широкий, узкий по 2шт.);
- Биговка или аналог;
- Дополнительный инструмент и материал (например, инструмент для перфорации, пленка) по согласованию с главным экспертом (Итоговый межрегиональный чемпионат и ФНЧ)

2.2. Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке

- Дополнительные ОЗУ;
- Дополнительные жесткие диски, флеш-накопители;
- Книги, содержащие справочную информацию по дизайну;
- Изображения и графические элементы Clipart;
- Клей;
- Электронные устройства (мобильные телефоны, iPod, смарт-часы и т.д.);
- Ножницы.

Любые материалы и оборудование, имеющиеся при себе у конкурсантов, необходимо предъявить экспертам. Главный эксперт имеет право запретить использование любых предметов, которые будут сочтены не относящимися к графическому дизайну, или же потенциально предоставляющими конкурсанту несправедливое преимущество, вплоть до дисквалификации конкурсанта.

3. ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Инструкция по заполнению матрицы конкурсного задания

Приложение 2. Матрица конкурсного задания

Приложение 3. Инструкция по охране труда

Приложение 4. Чек-лист компетенции

Приложение 5. Примерные медиафайлы