



**Воркшоп.  
Иммерсивные  
технологии в ивентах  
и бренд-коммуникациях**

# Как выбирать иммерсивные технологии без случайных решений и лишних рисков?

AR, VR, MR, генеративный ИИ, сенсоры, пространственный звук, цифровые аватары, интерактивные инсталляции и мультимедийные пространства – это набор модных слов, а также рабочие инструменты для событий, брендов и коммуникаций.

Воркшоп помогает понять, какие технологии существуют, чем они отличаются, где дают сильный эффект, а где превращаются в дорогую игрушку без внятного результата.

Формат подходит для креативных, продюсерских, технических и sales-команд, которые хотят увереннее предлагать иммерсивные решения клиентам и снижать риски на этапе идеи.

**25 технологий**

**250+ реальных кейсов**

**Российская специфика после 2022 года**

**Меня зовут Ульяна Семёнова.**

**Я креативно-технический продюсер иммерсивных и мультимедийных проектов.**

С 2019 года работаю с AR, VR, virtual production, motion capture, цифровыми аватарами, интерактивными инсталляциями и мультимедийными форматами для событий, шоу и брендов.

Я помогаю брендам, ивент-агентствам, продюсерам и креативным командам разобраться, как использовать иммерсивные технологии уместно, реализуемо и без лишних затрат: от идеи и концепции до пользовательского сценария, технической логики и подготовки проекта к запуску.



## **Клиенты всё чаще просят «что-то с AR», «что-то интерактивное», «что-то иммерсивное» или «что-то с AI».**

Но у команды агентства часто нет общей карты технологий. Из-за этого сложно придумать сильную идею, оценить её реалистичность, корректно обсудить задачу с подрядчиками и уверенно объяснить решение клиенту.

### **Команда может не понимать:**

- чем сценический AR отличается от WebAR или faux OOH;
- где заканчивается VR и начинается MR;
- зачем нужен virtual production и почему это не просто экран с графикой;
- когда нужен motion capture, а когда можно обойтись более простыми решениями;
- можно ли сделать иммерсивный проект за 300 000 рублей или это всегда бюджет на несколько миллионов;
- где интерактивность строится на сенсорах, где на камерах, а где на сценарной механике;
- какие решения реально доступны в российских реалиях рынке, а какие невозможно реализовать без "танца с бубнами".

**Главная сложность не в отсутствии идей, а в отсутствии навигации**

**Воркшоп помогает разобраться в иммерсивных технологиях как в рабочем инструменте.**

# Что решает воркшоп?

**За 180 минут команда получает понятную систему,  
вместо набора разрозненных терминов**

Мы смотрим на красивые реальные кейсы через проектную логику: какая технология использовалась, какие сложности были у команды в производстве и какой эффект она в результате создала.

**Чтобы предлагать технологии, сначала нужно понимать, какие они бывают**

На воркшопе мы разбираем 10 групп и 25+ технологий, которые можно использовать в ивентах, бренд-коммуникациях, презентациях, выставочных стендах, шоу, спецпроектах и пространственных форматах.

В карте технологий:

<b>01. AR / WebAR / faux OOH</b> дополненная реальность для брендов, событий и пространств	<b>02. VR / MR</b> иммерсивные сценарии для шоу, обучения, пространственного опыта
<b>03. LED / Virtual Production / ICVFX</b> real-time графика, виртуальные сцены, экранные пайплайны	<b>04. Motion Capture / Avatars</b> цифровые персонажи, mocap и live-анимация для шоу и контента
<b>05. Интерактивные инсталляции</b> сенсоры, камеры, экраны, пользовательский опыт	<b>06. AI-инструменты</b> генеративный контент, звук, данные, computer vision
<b>07. Метаверс / Игровые среды</b> Roblox, Fortnite, VK Play, брендовые миры и игровые активации	<b>08. Spatial Audio / Haptics</b> пространственный звук, тактильные эффекты, сенсорная среда
<b>09. Кинетика / Псевдоголография</b> движущиеся объекты и конструкции, Hypervsn и Pepper's Ghost	<b>10. Show Control / Smart Spaces</b> синхронизация систем, data-driven среды, управление голосом

**Каждую группу технологии разбираем через проектную логику.**

**По каждой группе смотрим:**

- что это такое простым языком;
- какой эффект видит зритель или пользователь;
- для каких задач это подходит;
- какие есть реальные кейсы;
- что нужно для реализации;
- где возникают сложности, риски и ограничения;
- насколько решение применимо на российском рынке;
- как оптимизировать расходы на разработку;
- как объяснить это клиенту без “технического тумана”.

**Главная цель – научиться быстро понимать, какую задачу решает технология, сколько сложности она добавляет и стоит ли она своих денег в конкретном проекте.**

**Хорошая  
идея должна  
проходить  
проверку на  
сроки,  
бюджет и  
реализацию**

## **Сильный иммерсивный проект начинается не со слова AR, VR или AI.**

Сначала нужно понять, какой опыт мы создаем: что делает зритель, что он видит, где возникает вау-момент, как он входит во взаимодействие, что забирает с собой и зачем ему вообще участвовать.

### **На воркшопе команда учится смотреть на бриф через механику:**

- кто пользователь;
- что он должен сделать;
- что должно его вовлечь;
- где возникает эмоциональный эффект;
- что останется после контакта;
- как это связано с задачей бренда или события.

**Сильная идея начинается с механики,  
а не с названия технологии**

**Так технология перестаёт быть украшением и становится частью сценария.**

**После воркшопа команда уходит с вдохновением от кейсов и с инструментами для следующих проектов**

**После воркшопа у команды остается понятная система, к которой можно возвращаться при разработке идей, подготовке предложений и обсуждении задач с клиентами или подрядчиками.**

**Команда получает:**

<b>Карту технологий</b> 10 групп и 25+ решений с примерами	<b>Матрицу выбора</b> алгоритм выбора технологии, которая подходит под задачу, аудиторию, площадку, сроки и бюджет
<b>Чек-лист продюсера</b> 12 вопросов, которые стоит задать до запуска идеи в разработку	<b>Разбор брифа</b> Применение карты и матрицы к реальной или учебной задаче команды

**Главный результат – команда начинает увереннее ориентироваться в иммерсивных технологиях и может осмысленно обсуждать их с клиентами и подрядчиками внутри проекта.**

**Базовая продолжительность – 180 минут.**

**Воркшоп можно провести в нескольких форматах:**

**В офисе команды**

Очная сессия в Москве или Санкт-Петербурге. Подходит для агентств, продюсерских команд, бренд-команд, sales-отделов и проектных групп.

**Онлайн**

Удобный формат для распределённых команд. Сохраняем структуру, кейсы, разбор технологий и практическую часть.

**В отдельном пространстве**

Можно организовать воркшоп как выездную сессию: в лектории, креативном пространстве, шоуруме или на площадке, где команде удобно провести несколько часов вне ежедневного рабочего контекста.

**Формат можно адаптировать под вашу задачу: обзорная лекция, практический воркшоп, разбор брифов или командная сессия по иммерсивным форматам.**

**Воркшоп можно  
провести  
в офисе, онлайн,  
как отдельную  
командную  
сессию**

# Контакты

Давайте разберём, какие технологии подойдут именно вашему проекту

Если вы хотите использовать иммерсивные технологии в проектах, но пока не понимаете, с чего начать, какие решения выбрать и как оценить риски, воркшоп поможет собрать общую картину и перейти к конкретным решениям.

**Ульяна Семёнова**

Креативно-технический продюсер  
иммерсивных и мультимедийных проектов

[ghostengine.ru](http://ghostengine.ru)

[project@ghostengine.ru](mailto:project@ghostengine.ru)

+7 977 624-04-03

TG: [@dolly\\_ghostengine](https://t.me/dolly_ghostengine)