

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Визуальные коммуникации**

**Москва
2023**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Юдин И.В.
	Идентификатор	R8a1472e1-YudinIV-667968f0

(подпись)

И.В. Юдин

(расшифровка
подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

(должность, ученая степень, ученое
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вовк М.В.
	Идентификатор	R26eeae99-VovkMV-a261481b

(подпись)

М.В. Вовк

(расшифровка
подписи)

Заведующий
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка
подписи)

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать процесс создания и внедрения дизайн-проектов рекламной продукции на различных стадиях ее реализации

ИД-2 Демонстрирует навыки создания дизайн-проектов рекламной продукции

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Обмен электронными документами

1. Введение в визуальную коммуникацию (Эссе)
2. Визуальные коммуникации в классическом кинематографе (Реферат)

Форма реализации: Письменная работа

1. Визуальные коммуникации в меди среде (Контрольная работа)
2. Визуальные коммуникации на практике (Тестирование)
3. Искусство и визуальные коммуникации (Тестирование)

БРС дисциплины

10 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
	Срок КМ:	3	6	9	12	14
Понятие визуальных коммуникаций						
Методология работы с видами и средствами визуальных рекламных коммуникаций	+					
Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинематографе						
Комплекс технологий и инструментов продвижения как системного феномена визуальных коммуникаций в кинематографе		+				
Визуальные коммуникации в современной медиа среде						
Классификация видов коммуникаций в современной медиа сфере				+		
Практика применения визуальных коммуникаций						
Работа в компьютерных редакторах для воплощения визуальных идей, с учетом его специфики					+	

Художественное видение в визуальных коммуникациях					
Становление художественного видения как проблема визуальных коммуникаций в искусстве					+
Вес КМ:	15	30	25	15	15

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-1	ИД-2ПК-1 Демонстрирует навыки создания дизайн-проектов рекламной продукции	Знать: программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint» и др.) знать способы вдохновения и создания креативных идей, с помощью насмотренности и сайтов помощников (Peinterest, Bihance) Уметь: применять знания междисциплинарного характера исследовательской и проектной деятельности в области бренд-коммуникаций выявлять общие современные требования, предъявляемых к визуальным бренд-коммуникациям	Введение в визуальную коммуникацию (Эссе) Визуальные коммуникации в классическом кинематографе (Реферат) Визуальные коммуникации в меди среде (Контрольная работа) Визуальные коммуникации на практике (Тестирование) Искусство и визуальные коммуникации (Тестирование)

		критически оценивать проектные методы, креативных инструментов, принципов создания художественно-образных решений в коммуникациях	
--	--	--	--

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Введение в визуальную коммуникацию

Формы реализации: Обмен электронными документами

Тип контрольного мероприятия: Эссе

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольное мероприятие проводится в форме обмена файлами между преподавателем и студентом. Задание подразумевает подготовку письменной работы - эссе. Эссе – это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Выполненное задание одним файлом высылается на проверку ведущему преподавателю с помощью общеуниверситетской системы электронной почты (ОСЭП)

Краткое содержание задания:

Требования к написанию эссе

Изложение текста и оформление работы выполняют в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32 – 2001, ГОСТ 2.105 – 95 и ГОСТ Р 6.30-2003. Страницы текстовой части и включенные в нее иллюстрации и таблицы должны соответствовать формату А4 по ГОСТ 9327-60.

Эссе должно иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- введение;
- основная часть;
- заключение.

Эссе выполняется в формате Word или PDF

- поля: левое – 30 мм, верхнее – 20 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм;
- шрифт – Times New Roman – 14 пт (пунктов);
- междустрочный интервал – полуторный;
- форматирование основного текста – в параметре «по ширине»;
- красная строка – 1,25 см.

Общий объем работы должен составлять не менее 4-х страниц текста с обязательной нумерацией страниц снизу по центру.

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: выявлять общие современные требования, предъявляемых к визуальным бренд-коммуникациям	1. Средства визуальных коммуникаций 2. Осмысление этапов визуальных коммуникаций 3. Специфика планирования визуальных коммуникаций
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-2. Визуальные коммуникации в классическом кинематографе

Формы реализации: Обмен электронными документами

Тип контрольного мероприятия: Реферат

Вес контрольного мероприятия в БРС: 30

Процедура проведения контрольного мероприятия: Написание реферата

Краткое содержание задания:

В рамках реферативной части студенту необходимо провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском занятии.

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: критически оценивать проектные методы, креативных инструментов, принципов создания художественно-образных решений в коммуникациях	1.Комплекс технологий и инструментов продвижения как системного феномена визуальных коммуникаций в кинематографе 2.Оценки коммуникационных и иных эффектов, достигаемых рекламным воздействием или программами по связям с общественностью
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-3. Визуальные коммуникации в меди среде

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольная работа состоит из двух частей: краткие вопросы (8 вопросов) и части с открытыми вопросами (2 вопроса) на знание учебного материала.

Краткое содержание задания:

Ответить на краткие вопросы и дать развернутый ответ на 2 вопроса

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: применять знания междисциплинарного характера исследовательской и проектной деятельности в области бренд-коммуникаций	1.Классификация видов коммуникаций в современной медиасфере 2.Определение оптимально эффективного видов рекламы для продвижения товара или услуги бренда с помощью инструментария графических, растровых инструментов 3.Интегрировать все методы информационных технологий в систему проектной деятельности, работать в графических редакторах
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-4. Визуальные коммуникации на практике

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольное мероприятие проводится в форме тестирования. Тест состоит из десяти вопросов с вариантами ответов.

Краткое содержание задания:

Выбрать правильные ответы на вопросы

Контрольные вопросы/задания:

Знать: знать способы вдохновения и создания креативных идей, с помощью насмотренности и сайтов помощников (Peinterest, Bihance)	1.Самое влиятельное средство визуальной коммуникации: [+] а) телевизионная реклама [-] б) интернет [-] в) реклама в газетах 2.Отметьте, кто в модели речевой коммуникации является адресантом: [+] а) источник сообщения; [-] б) получатель сообщения; [-] в) специфические обстоятельства, которые характеризуют данную коммуникацию;
---	---

	[-] г) то, что передается адресату. 3. Что не включает в себя набор инструментов маркетинговых коммуникаций? [-] а) выставки/ярмарки; [-] б) спонсорство; [+] в) маркетинговую информационную систему; [-] г) рекламу.
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-5. Искусство и визуальные коммуникации

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольное мероприятие проводится в форме тестирования. Тест состоит из десяти вопросов с вариантами ответов.

Краткое содержание задания:

Выбрать правильные ответы на вопросы

Контрольные вопросы/задания:

Знать: программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint» и др.)	1. Характерными чертами визуальной коммуникации не являются: [-] а) неличная коммуникация; [-] б) двусторонняя коммуникация; [-] в) экспрессивность; [+] г) способность к убеждению. 2. К какому виду орнамента относятся эмблемы и фамильные гербы [+] а) геральдический [-] б) технический [-] в) символический [-] г) антропоморфный 3. Символ, который передаёт информацию об объекте или идее с помощью иллюстрации: [-] а) типографика [-] б) пиктографика
---	---

	[+] в) пиктограмма [-] г) диаграмма
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

1. 1. Функции и технологии наружной рекламы
2. 2. Искусство плаката. Типы и функции
3. 3. Выберите социальную проблему, интересующую Вас в связи с темой курсовой работы. Проанализируйте художественные и документальные кинофильмы, в которых представлена эта проблема. Постарайтесь рассмотреть: а) модальности и дискурсы представления проблемы в визуальном тексте, б) приемы визуализации проблемы автором текста (режиссером, актером, оператором), в) контекстуальность визуальной репрезентации (связь с социально-правовым, политическим, культурным, идеологическим контекстом производства визуального текста и контекстом означаемого)

Процедура проведения

Студенту необходимо выбрать один билет из предложенных. Билет содержит теоретический вопрос и практическое задание. Время для подготовки ответа - 40 мин.

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-2_{ПК-1} Демонстрирует навыки создания дизайн-проектов рекламной продукции

Вопросы, задания

1. Определение и функции визуальных коммуникаций. Специфика и различие их типов
2. Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинематографе
3. Визуальные коммуникации в современной медиа среде
4. Визуальные коммуникации с использованием виртуальных визуальных образов
5. Специальные мероприятия в системе визуальных коммуникаций
6. Инструменты визуальных коммуникаций
7. Визуальная политика
8. Визуальная картина мира
9. Визуальные образы в СМИ
10. Влияние современных визуальных коммуникаций на индивида, социум, общественное мнение

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Самое влиятельное средство визуальной коммуникации:

Ответы:

- а) телевизионная реклама
- б) интернет
- в) реклама в газетах

Верный ответ: а

2. Отметьте, кто в модели речевой коммуникации является адресантом:

Ответы:

- а) источник сообщения;

- б) получатель сообщения;
- в) специфические обстоятельства, которые характеризуют данную коммуникацию;
- г) то, что передается адресату.

Верный ответ: а

3. Что не включает в себя набор инструментов маркетинговых коммуникаций?

Ответы:

- а) выставки/ярмарки;
- б) спонсорство;
- в) маркетинговую информационную систему;
- г) рекламу.

Верный ответ: в

4. Основными адресантами визуальных коммуникаций не являются:

Ответы:

- а) сотрудники данной фирмы;
- б) действительные и потенциальные потребители (целевой рынок);
- в) коммуникационные шумы;
- г) поставщики.

Верный ответ: в

5. В чем важно убедиться, для того чтобы охарактеризовать некое сообщение как рекламное?

Ответы:

- а) неличный характер представления и продвижения идей, товаров или услуг;
- б) оплачиваемость сообщения заинтересованным в продаже определенным лицом;
- в) неверно и той другое;
- г) верно, если первое сочетается со вторым.

Верный ответ: г

6. Характерными чертами визуальной коммуникации не являются:

Ответы:

- а) неличная коммуникация;
- б) двусторонняя коммуникация;
- в) экспрессивность;
- г) способность к убеждению.

Верный ответ: г

7. Какие функции коммуникации не различают?

Ответы:

- а) экономическую;
- б) социальную;
- в) политическую;
- г) брендосоздающую.

Верный ответ: в

8. Выберите, что не относится к типовым задачам бизнеса, не решаемым с помощью визуальной коммуникации:

Ответы:

- а) неверная товарная политика и формирование ассортимента;
- б) неудовлетворительный сервис;
- в) нераспространение информации о фирме и ее товарах;
- г) неразработанная система заработной платы на фирме.

Верный ответ: в

9. Кто проводит рекламную кампанию при маркетинговой стратегии «вытягивания» (pull strategy) рекламную кампанию чаще всего?

Ответы:

- а) производители продукции;

- б) торговые посредники;
- в) производители и торговые посредники вместе;
- г) правительство и другие общественные институты.

Верный ответ: а

10. В зависимости от охватываемой рекламной деятельностью территории не выделяют:

Ответы:

- а) локальную рекламу;
- б) региональную рекламу;
- в) массовую рекламу;
- г) общенациональную рекламу.

Верный ответ: в

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно.

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Итоговая оценка включает оценки, полученные за контрольные мероприятия, а также оценку, полученную на экзамене.