

**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
Дизайн и рекламные технологии**

**Москва
2023**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель
(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кахальников М.В.
	Идентификатор	R7ecedcd1-KakhalnikovMV-51d2b6

(подпись)

М.В.
Кахальников
(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

ИД-3 Демонстрирует способности к организации внедрения дизайн-проекта рекламной продукции на различных стадиях реализации коммуникационной стратегии

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Защита задания

1. Реклама как сфера применения дизайна (Реферат)

Форма реализации: Письменная работа

1. Проектирование и технологии производства рекламного продукта (Контрольная работа)

2. Фирменный стиль организации (Тестирование)

3. Художественные средства рекламного дизайна (Тестирование)

БРС дисциплины

8 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	3	6	9	12
Реклама как сфера применения дизайна					
Понятие рекламы, классификация рекламы	+				
Реклама как область применения графического дизайна	+				
Фирменный стиль организации					
Элементы фирменного стиля организации			+		
Технологии создания фирменного стиля			+		
Художественные средства рекламного дизайна					

Индивидуальное восприятие рекламы, дизайн и приемы создания эффективной рекламы			+	
Проектирование и технологии производства рекламного продукта				
Проектирование рекламной кампании				+
Производство рекламного продукта				+
Вес КМ:	30	15	15	40

\$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-2 _{ПК-1} Демонстрирует навыки создания дизайн-проектов рекламной продукции	Знать: основные этапы истории искусств, а также дизайна, науки и техники, направлений в изучении истории искусств и дизайна, тенденций развития и школ современного мирового искусства и дизайна Уметь: создавать графические композиции различной степени сложности с использованием разнообразных типов композиционных средств и приемов, а также различных цветовых решений	Реклама как сфера применения дизайна (Реферат) Фирменный стиль организации (Тестирование)
ПК-1	ИД-3 _{ПК-1} Демонстрирует способности к организации внедрения дизайн-проекта рекламной продукции на различных	Знать: принципы классификации видов искусств Уметь: решать основные типы	Художественные средства рекламного дизайна (Тестирование) Проектирование и технологии производства рекламного продукта (Контрольная работа)

	стадиях реализации коммуникационной стратегии	проектных задач, проектировать графическую продукцию и средства визуальной коммуникации	
--	---	---	--

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Реклама как сфера применения дизайна

Формы реализации: Защита задания

Тип контрольного мероприятия: Реферат

Вес контрольного мероприятия в БРС: 30

Процедура проведения контрольного мероприятия: Проект выполняется в форме домашнего задания. I. Выполнить: 1. Собрать материал по выбранной теме и структурировать его. 2. Написать оригинальную речь выступления. 3. Сделать презентацию к выступлению (формат Power Point, Pdf). 4. Защитить проект перед аудиторией. II. Рекомендуемое содержание проекта: 1. Исторический и теоретический обзор выбранной темы проекта. 2. Актуальное собственное видение данной темы. 3. Практическое применение собственных идей, изложенных в проекте. II. Используемые источники и документы: рекомендованная литература в разделе 5 РПД, п.5. III. Срок выполнения проекта: не позднее 16 недели семестра. IV. Дополнительные: проект может быть выполнен и командой студентов (подгруппой студенческой учебной группы) и индивидуально.

Краткое содержание задания:

Написать и защитить реферат

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: создавать графические композиции различной степени сложности с использованием разнообразных типов композиционных средств и приемов, а также различных цветовых решений	1. Визуальные средства наружной рекламы 2. Дизайн-проектирование упаковки: современные тенденции 3. Жанровые особенности газетной и журнальной рекламы 4. Изобразительные жанры рекламы. Технологии оформления витрин 5. Компьютерный дизайн в рекламе: современные направления развития
---	--

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. Фирменный стиль организации

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Групповое тестирование в аудитории

Краткое содержание задания:

Тестирование

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные этапы истории искусств, а также дизайна, науки и техники, направлений в изучении истории искусств и дизайна, тенденций развития и школ современного мирового искусства и дизайна	1.Какие основные элементы включает в себя система фирменного стиля? (Выбрать неправильный элемент) а) Логотип б) Товарный знак в) Фирменный цвет г) Организационная структура предприятия Ответ: г 2.Основными носителями элементов фирменного стиля являются? (Несколько вариантов ответа) а) Элементы делопроизводства б) Элементы бухгалтерской отчетности в) Сувенирная реклама г) Печатная реклама Ответ: а,в,г 3.Может ли одежда сотрудников быть частью фирменного стиля организации (в данном случае, гостиницы)? а) Да б) Нет в) Только в 4-5 звёздочных гостиницах г) Только одежда управляющего персонала? Ответ: а
---	---

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. Художественные средства рекламного дизайна

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Групповое тестирование в аудитории

Краткое содержание задания:

Тестирование

Контрольные вопросы/задания:

Знать: принципы классификации видов искусств	1.Эскиз - это ... а) Рисунок художника б) Художественное воплощение замыслов дизайнера рекламы в) Зарисовка будущего изделия г) Воплощение рисунка в готовое изделие Ответ: б 2.С точки зрения дизайна рекламы наиболее универсальными и полными являются следующие принципы: а) Композиция взаимосвязана, четко выражен один элемент, яркий фон, цельная надпись б) Пространство заполнено, яркая привлекающая внимание картинка, цельная четкая надпись в) Пространство заполнено, есть смысловой центр и заголовок г) Конструкция уравновешена, направленность выражена, единство элементов, одна часть или элемент должны доминировать Ответ: г 3.Растровая графика - это ... а) Представление изображения в виде простых фигур б) представление изображения в компьютере в виде математических формул в) Представление изображения в компьютере в виде множества точек г) Представление изображения Ответ: в
--	---

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. Проектирование и технологии производства рекламного продукта

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 40

Процедура проведения контрольного мероприятия: Выполнение контрольной работы в аудитории

Краткое содержание задания:

Развернуто ответить на заданные вопросы

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: решать основные типы проектных задач, проектировать графическую продукцию и средства визуальной коммуникации	1.Процесс разработки и производства рекламного продукта 2.Участники процесса разработки и производства рекламного продукта 3.Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта 4.Приемы увеличения эффективности рекламного обращения
---	---

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

8 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Пример билета

1. Визуальные средства наружной рекламы
2. Дизайн-проектирование упаковки: современные тенденции

Процедура проведения

Зачет проводится по билетам, после окончания теоретического обучения на зачетной неделе. Продолжительность подготовки составляет 45 минут.

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

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

Вопросы, задания

1. Творческая стратегия и её компоненты
2. Технология дизайн-проектирования фирменного каталога
3. Фотография как современное средство создания рекламного образа
4. Художественный дизайн в рекламе
5. Этапы творческого процесса создания рекламы

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Эскиз - это ...

Ответы:

- а) Рисунок художника
- б) Художественное воплощение замыслов дизайнера рекламы
- в) Зарисовка будущего изделия
- г) Воплощение рисунка в готовое изделие

Верный ответ: б

2. С точки зрения дизайна рекламы наиболее универсальными и полными являются следующие принципы:

Ответы:

- а) Композиция взаимосвязана, четко выражен один элемент, яркий фон, цельная надпись
- б) Пространство заполнено, яркая привлекающая внимание картинка, цельная четкая надпись
- в) Пространство заполнено, есть смысловой центр и заголовок
- г) Конструкция уравновешена, направленность выражена, единство элементов, одна часть или элемент должны доминировать

Верный ответ: г

3. Растровая графика - это ...

Ответы:

- а) Представление изображения в виде простых фигур
- б) представление изображения в компьютере в виде математических формул

- в) Представление изображения в компьютере в виде множества точек
- г) Представление изображения

Верный ответ: в

2. Компетенция/Индикатор: ИД-ЗПК-1 Демонстрирует способности к организации внедрения дизайн-проекта рекламной продукции на различных стадиях реализации коммуникационной стратегии

Вопросы, задания

1. Психологические особенности восприятия цвета в печатной рекламе
2. Разработка основной идеи рекламы и цели создания рекламного текста
3. Современные формы искусства как пример личностной рекламы
4. Создание образа семьи в телевизионной рекламе: приемы и методы
5. Специфика дизайнерских решений в политической рекламе

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Какие основные элементы включает в себя система фирменного стиля? (Выбрать неправильный элемент)

Ответы:

- а) Логотип
- б) Товарный знак
- в) Фирменный цвет
- г) Организационная структура предприятия

Верный ответ: г

2. Основными носителями элементов фирменного стиля являются? (Несколько вариантов ответа)

Ответы:

- а) Элементы делопроизводства
- б) Элементы бухгалтерской отчетности
- в) Сувенирная реклама
- г) Печатная реклама

Верный ответ: а, в, г

3. Может ли одежда сотрудников быть частью фирменного стиля организации (в данном случае, гостиницы)?

Ответы:

- а) Да
- б) Нет
- в) Только в 4-5 звездочных гостиницах
- г) Только одежда управляющего персонала?

Верный ответ: а

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена верно или с несущественными недостатками

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих.