

**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 |

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 |

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 |

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 <sub>ПК-1</sub> Демонстрирует навыки создания дизайн-проектов рекламной продукции                                 | Знать:<br>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<br>Уметь:<br>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)<br>Фирменный стиль организации (Тестирование)                                                   |
| ПК-1               | ИД-3 <sub>ПК-1</sub> Демонстрирует способности к организации внедрения дизайн-проекта рекламной продукции на различных | Знать:<br>принципы классификации видов искусств<br>Уметь:<br>решать основные типы                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Художественные средства рекламного дизайна (Тестирование)<br>Проектирование и технологии производства рекламного продукта (Контрольная работа) |

|  |                                                     |                                                                                                     |  |
|--|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | стадиях реализации<br>коммуникационной<br>стратегии | проектных задач,<br>проектировать<br>графическую продукцию и<br>средства визуальной<br>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<br>2. Дизайн-проектирование упаковки: современные тенденции<br>3. Жанровые особенности газетной и журнальной рекламы<br>4. Изобразительные жанры рекламы. Технологии оформления витрин<br>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:**

|                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>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</p> | <p>1.Какие основные элементы включает в себя система фирменного стиля? (Выбрать неправильный элемент)</p> <p>а) Логотип<br/>б) Товарный знак<br/>в) Фирменный цвет<br/>г) Организационная структура предприятия</p> <p>Ответ: г</p> <p>2.Основными носителями элементов фирменного стиля являются? (Несколько вариантов ответа)</p> <p>а) Элементы делопроизводства<br/>б) Элементы бухгалтерской отчетности<br/>в) Сувенирная реклама<br/>г) Печатная реклама</p> <p>Ответ: а,в,г</p> <p>3.Может ли одежда сотрудников быть частью фирменного стиля организации (в данном случае, гостиницы)?</p> <p>а) Да<br/>б) Нет<br/>в) Только в 4-5 звёздочных гостиницах<br/>г) Только одежда управляющего персонала?</p> <p>Ответ: а</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

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

**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<br>2.Участники процесса разработки и производства рекламного продукта<br>3.Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта<br>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.